

ISBN: 978-85-88537-56-9

# Comunicação Multicultural em Iberoamérica Historia contextual y teoría comparada

JOSÉ MARQUES DE MELO



**ALAIC**

**SOCICOM**

**CONFIBERCOM**



**José Marques de Melo**

**Comunicación multicultural en Iberoamérica**

**Historia contextual y teoría comparada**

**José Marques de Melo**

**Comunicación multicultural en Iberoamérica**

**Historia contextual y teoría comparada**

**São Paulo**  
**CONFIBERCOM / ALAIC / SOCICOM / INTERCOM**  
**Cátedra UNESCO/UMESP de Comunicação**  
**2010**

**Comunicación Multicultural en Iberoamérica  
Historia contextual y teoría comparada  
ISBN: 978-85-88537-56-9**

**Copyright © 2010  
Autores**

**Créditos Institucionais**

**UNESCO - Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciências, a Cultura**

**Diretor Geral:** Irina Bokova

**Assistente do Diretor Geral para a Divisão de Comunicação e Informação:** Abdul Waheed Khan

**Representante da UNESCO no Brasil:** Vincent Defourny

**Universidade Metodista de São Paulo**

**Reitor:** Márcio de Moraes

**Diretor da Faculdade de Comunicação:** Paulo Rogério Tarsitano

**Cátedra UNESCO de Comunicação para o Desenvolvimento Regional**

**Equipe Executiva**

**Diretor Titular:** José Marques de Melo;

**Diretora Suplente:** Maria Cristina Gobbi,

**Assistente Acadêmica:** Francisca Rônia Barbosa;

**Estagiários:** Lucas Kenji Suzuki Constante; Amanda Carla Pas; Rafael Gomes Sturaro;

**Equipe Consultiva:** Triênio 2007/2010 - Prof. Dr. Jorge Duarte - Assessor da Secretaria de Comunicação Institucional da Presidência da República - Brasília; Sra. Lúcia Araújo - Diretora do Canal Futura, da Fundação Roberto Marinho - Rio de Janeiro; Prof<sup>a</sup>. Dr<sup>a</sup>. Magali Cunha - Conselheira do Conselho Mundial de Igrejas - Faculdade de Teologia - Igreja Metodista - São Bernardo do Campo - São Paulo; Prof<sup>a</sup>. Dr<sup>a</sup>. Margareth Born Steinberger-Elias - da Universidade Federal do ABC - Divisão de Ciências Sociais - Santo André - São Paulo e Sra. Vera Lúcia Rodrigues - Diretora da empresa Vervi Comunicações - São Paulo - SP.

**ALAIC - Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación**

**End:** Universidade Federal de Sergipe

**Aracaju - SE - Brasil**

Email: [joanne.alaic@gmail.com](mailto:joanne.alaic@gmail.com)

**Presidente:** César Ricardo Siqueira Bolaño (Brasil)

**Vice Presidente:** Délia Covi Druetta (México)

**Diretor Científico:** Gustavo Cimadevilla (Argentina)

**Diretor Administrativo:** Fernando Oliveira Paulino (Brasil)

**Diretor de Comunicação:** Carlos Maurício Arroyo Gonçalves (Bolívia)

**Diretor de Relações Internacionais:** Eliseo Colón Zayas (Porto Rico)

**CONFIBERCOM - Confederação Ibero-Americana de Associações Científicas e Acadêmicas e Comunicação**

**End:** Avenida Brigadeiro Luiz Antônio, 2050, 3º andar, Conjuntos 36/38. CEP: 01318-002, Bela Vista, Estado de São Paulo, Brasil.

**Presidente:** José Marques de Melo (Brasil)

**1º Vice-Presidente:** Francisco Sierra Caballero (Espanha)

**2º Vice-presidente:** Eric Rolando Torrico Villanueva (Bolívia)

**Diretor Acadêmico:** Moisés Lemos Martins (Portugal)

**Diretor Administrativo:** Elias Machado Gonçalves (Brasil)

**Diretor Científico:** Luís Alfonso Albornoz Espiñeira (Espanha)

**Diretor de Relações Interdisciplinares:** Rodrigo Gómez García (México)

**Diretor de Relações Interinstitucionais:** Luís Humberto Jardim Marcos (Portugal)

**SOCICOM – Federação Brasileira das Associações Científicas e Acadêmicas de Comunicação**

**End:** Avenida Brigadeiro Luiz Antônio, 2050, 3º andar, Conjuntos 36/38. CEP: 01318-002, Bela Vista, Estado de São Paulo, Brasil.

**Presidente:** José Marques de Melo

**Vice-presidente:** Ana Sílvia Lopes Davi Médola

**Diretora Administrativa:** Anita Simis

**Diretor de Relações Nacionais:** Elias Machado

**Diretora de Relações Internacionais:** Margarida Maria Krohling Kunsch

**INTERCOM - Sociedade Brasileira De Estudos Interdisciplinares Da Comunicação**

**End:** Rua Joaquim Antunes, 705 – Pinheiros – 05415-012 – São Paulo – SP – Brasil

**Presidente:** Antonio Carlos Hohlfeldt

**Vice-Presidente:** Nélia Rodrigues Del Bianco

**Diretor Financeiro:** Fernando Ferreira de Almeida

**Diretor Administrativo:** José Carlos Marques

**Diretora Científica:** Marialva Carlos Barbosa

**Diretora Cultural:** Rosa Maria Cardoso Dalla Costa

**Diretor Editorial:** Osvando José de Moraes

**Diretora de Documentação:** Maria Cristina Gobbi

**Diretora de Projetos:** Paula Casari Cundari

**Diretor de Relações Internacionais:** Edgard Rebouças

## Sumário

Prefacio .....	7
Introducción .....	9
Comunicación intercultural: La mirada catalana de un investigador brasileño .....	11
Comunicación comparada: Paradigmas tempranos de las Américas .....	18
Comunicación para el Desarrollo: Dilemas en la Sociedad de la Información .....	29
Dualismo mediático: Retos del archipiélago cultural luso-americano.....	39
Indústrias creativas: el desafío de la interacción masivo y popular .....	45
Teoría de la Comunicación: aporte brasileño.....	53
Escuela latinoamericana: precursor cubano .....	62
Vanguardia académica: el espacio ocupado por la mujer en América Latina .....	65
Investigación en comunicación: fuentes sudamericanas .....	68
Callejón latinoamericano: Consolidar la investigación comunicacional .....	71
Comunidad iberoamericana: sueños y pesadillas de los comunicólogos.....	75
Cooperación internacional: El diálogo España – América Latina .....	88
Utopía brasileña: Incluir la prensa en la agenda del siglo XXI.....	96
Memoria nacional: Resgatar lo que el fuego se llevó de la telenovela .....	101
Atracción fatal: Folletín de mis des/reencuentros con la telenovela.....	104
Posfácio.....	112
Anexos .....	114
Perfil del autor .....	135

## Prefacio

Cesar BOLAÑO

### Presidente de la Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación – ALAIC

La inserción de José Marques de Melo en el centro del campo intelectual de la Comunicación le confiere una perspectiva privilegiada para el análisis de su génesis y de los movimientos de estructuración que, a lo largo de cuatro décadas, ha podido seguir desde adentro, como productor de conocimiento, como investigador y como constructor del campo mismo. La institucionalización del campo brasileño e ibero-americano, en especial, no se puede entender sin él.

Su labor al frente de un importante programa de investigación sobre la historia de la escuela latinoamericana de Comunicación representa otra contribución específica fundamental para la comprensión de las especificidades del pensamiento social producido en estas latitudes. A su favor juega el hecho de haber sido formado en la tradición del gran pensamiento social y comunicacional brasileño, de autores como Furtado, Freire, Darcy Ribeiro e inúmeros otros que recupera y cita, como se verá, a lo largo de los trabajos que constituyen este volumen, y en particular los precursores del campo comunicacional, como Barbosa Lima Sobrinho y, muy especialmente, Luiz Beltrão.

Interlocutor de los principales autores en Ciencias de la Comunicación en nivel mundial, es capaz de ubicar muy precisamente en el interior del campo global a la escuela latino-americana, de la cual es destacado representante, extendiendo, de esta forma, un puente entre culturas académicas distintas, vinculadas a diferentes matrices históricas de pensamiento. En el caso americano, en particular, como se verá en el libro, se preocupa en situar las particularidades de las distintas formas de articulación entre las culturas autóctonas, africanas y europeas, según la matriz hegemónica, sea inglesa, portuguesa o española.

Está claro que esas diferentes perspectivas intelectuales están vinculadas a la historia de cada país y de cada región, que determina, por otra parte, su vida política, su estructura social y las formas que adquieren las comunicaciones en cada caso. Así, por ejemplo, la “exclusión comunicacional” de que habla el autor, está ligada a la herencia colonial y, a la vez, se reproduce de forma renovada en los albores del siglo XXI, bajo la forma de exclusión digital, de modo que los índices de acceso a la web son prácticamente idénticos a los de lectura de periódicos, consecuencia, ambos, de las características excluyentes de la sociedad latinoamericana.

Entender este proceso histórico y cultural en su profundidad no es posible sin el trabajo de autores, como Marques de Melo, que extienden también puentes entre el pasado y el presente del pensamiento social y comunicacional en sus diferentes ámbitos espaciales y entre estos y las realidades históricas vividas. En ese sentido, dos ejes de análisis comparativo se destacan en los artículos que constituyen este libro: Brasil-Estados Unidos, América Latina-Península Ibérica. Una comprensión clara de la dinámica histórica de esos grandes bloques multiculturales es crucial para entender ciertos procesos actuales y revelar la singularidad de la contribución de América Latina al pensamiento comunicacional internacional en este momento y en el futuro próximo.

Estoy convencido de que una perspectiva extremadamente rica para la actualización del pensamiento crítico en Comunicación, en nivel mundial, está en la incorporación crítica por la Economía Política de la Comunicación (EPC) de la perspectiva postcolonial, desarrollada fuera de América Latina y muy influenciada hoy por el pensamiento postmodernista, aunque sus orígenes, como el de los estudios culturales latinoamericanos, se ubiquen en el pensamiento crítico y marxista

de autores como, por citar apenas uno, Samir Amin, formulador de una de las teorías de la dependencia, surgidas estas primero en Latinoamérica.

El diálogo sur-sur en materia de Comunicación debe pasar precisamente, a mi juicio, por la búsqueda de las raíces comunes del pensamiento crítico internacional y por el reconocimiento de la existencia de un pensamiento postcolonial americano muy anterior al “orientalista” de los años posteriores a la descolonización de los sesentas del pasado siglo, que tiene sus raíces en la independencia de Estados Unidos, Brasil y los países americanos de lengua española.

Las sociedades americanas, en su multiplicidad, insertadas en las diferentes tradiciones culturales y políticas, según sus diferentes procesos históricos, de acuerdo con las condiciones internas y externas que marcaron su desarrollo (y su subdesarrollo) histórico, incorporando y mezclando las raíces europeas, indias y africanas, se encuentran hoy en una encrucijada histórica.

La elección para la presidencia de la república de individuos como Barack Obama, Luis Ignacio Lula da Silva, Hugo Chávez o Evo Morales es representativa de una gran revolución cultural que está en curso en el continente, fruto de la lucha secular, muchas veces invisible, por la apropiación social de los derechos individuales que movilizaron los padres fundadores de las nacionalidades americanas. Esto acaba, finalmente, por exponer las contradicciones inherentes del liberalismo y la necesidad de una profunda reevaluación del pasado.

Comprender ese proceso histórico con todos sus matices y consecuencias puede ser una contribución importante del pensamiento crítico latinoamericano. Hacerlo en la perspectiva del campo de la Comunicación es la tarea de nuestra generación. El trabajo de Marques de Melo en ese sentido es fundamental.



## Introducción

Este libro ambiciona explicar la naturaleza compleja de la comunicación iberoamericana, reconociendo que sus contornos geopolíticos y sus orígenes etnoreligiosos constituyen variables fundamentales para entender el tejido multicultural de su identidad mestiza.

Tomamos como referencia el método comparativo, estrategia investigativa apropiadamente elegida por David Hees & Roberto DaMata para diseñar el concepto antropológico de cultura. “Desde los años 80, el concepto de cultura se encuentra en dramática transición. (...) Para interpretar la cultura de forma abrangente, los antropólogos adoptan una postura comparativa.” Pero han cambiado de ubicación empírica. Si en el pasado el foco de la observación eran los pueblos aislados, o sea, las comunidades rurales o tribales, desde la segunda mitad del siglo pasado el universo cognoscitivo fue desplazado para las sociedades nacionales.

Ese camino nos llevó naturalmente a la comprensión del fenómeno de la pluralidad cultural, que Everett Rogers & Thomas Steinfatt ejemplifican paradigmáticamente a partir del laboratorio brasileño de mestisaje étnico cuyas ventajas y lagunas son reconocidas de forma casi consensual por los especialistas en este campo. “Multiculturalismo es el reconocimiento de que diferentes culturas pueden compartir el mismo ambiente, cooperando mutuamente. Eso se aplica tanto a las culturas nacionales cuanto a los grupos étnicos dentro del mismo país. (...) Brasil es frecuentemente mencionado como una sociedad-modelo, en el sentido multicultural, ofreciendo ejemplos útiles a los Estados Unidos. Siendo el mayor país de América Latina en territorio y población, la Historia del Brasil tiene mucha proximidad con la de Estados Unidos. Los colonizadores europeos, los portugueses, exterminaron a la población nativa (...) importando esclavos africanos (...) en dimensión ocho veces mayor de lo que hicieron los Estados esclavistas en América del Norte. En la secuencia, cien años después, grandes contingentes de italianos, alemanes, españoles y portugueses emigraron para el Brasil, de la misma forma que ocurre en los Estados Unidos, casi en la misma época (fines del siglo XIX). Apesar de eso, Brasil contrasta con los Estados Unidos, caracterizándose hoy por un relativo amaciamiento en las relaciones raciales. (...) La sociedad brasileña adoptó al paso del tiempo una política de asimilación, estimulando todos los ciudadanos, incluyendo los afrodescendientes, a compartir un estilo de vida común, favoreciendo la interacción al mismo tiempo física y cultural. (...) La verdad es que, apesar de eso, Brasil todavía no eliminó completamente los prejuicios. Por eso mismo, y en el mismo estilo de los Estados Unidos, el gobierno viene implementando políticas públicas destinadas a reducir la discriminación.”

Para permitir que el ejercicio comparativo sea satisfactorio es importante conocer mejor las raíces históricas de la identidad brasileña. Y nadie más autorizado que el antropólogo Darcy Ribeiro para explicar el proceso de formación de nuestro perfil civilizatorio. “... Una protocélula étnica neobrasileña diferenciada tanto de la portuguesa como de las indígenas (...) es que va modelar la vida social y cultural de las islas-Brasil. (...) Solo mucho después empezaron a comunicarse regularmente unas con las otras, a través de los inmensos espacios desérticos que las separaban. Sobre aquel mismo archipiélago, integrando socialmente esas islas, se extendían tres redes aglutinadoras: la estructura étnica, que ya no siendo indígena se hacía protobrasileña; la estructura socioeconómica colonial de carácter mercantil, que las vinculaba unas con las otras, a través de la navegación oceánica y con el Viejo Mundo, como proveedores de palo-de-tinta; una nueva tecnología productiva, que las hacía más y más complejas y dependientes de los bienes importados. Sobre todas ellas les hacía falta una cultura erudita, principalmente religiosa, de modelo básico, que se difundía prontamente. (...) A partir de aquellas protocélulas, a través de un proceso de adaptación y diferenciación que se extiende por cuatro siglos, surgen los variantes de la cultura brasileña tradicional.”

Ahora una aclaración contextual. Los capítulos que forman este libro corresponden a un mosaico temporal y espacialmente ubicado, pues fue constituido por ensayos escritos de acuerdo a distintas motivaciones y publicados en distintas geografías. Pero lo que les confiere unidad es la intención de explicar a no brasileños la mirada crítica de un iberoamericano anclado en territorio iluminado por colores verde-amarillo, descrito por signos luso-americanos y transformado por hombres y mujeres originarios de todo el planeta.

São Paulo, 22 de abril de 2009

### **Fuentes bibliográficas**

David Hees & Roerto DaMata

1995 – *The Brazilian Puzzle*, New York, Columbia University Press , p. 16

Everett Rogers & Steinfatt, Thomas

1999 - *Intercultural Communication*, Prospect Heights, Illinois, p. 238-239

Ribeiro, Darcy

1995, – *O povo brasileiro*, 2ª. ed., São Paulo, Companhia das Letras, p. 269/272

## **Comunicación intercultural: La mirada catalana de un investigador brasileño**

El entorno cultural ibérico

Mi interés por la Península Ibérica viene desde principios de los años 70, cuando empecé los estudios de postgrado. Mi tesis doctoral, después publicada como libro, está en gran parte dedicada a la comprensión de los mecanismos socioculturales que determinaron la doble estrategia de los colonizadores portugueses. Si, por una parte, impulsaron el desarrollo de la prensa en sus colonias de Oriente - Japón, China, India -, por otra fueron los responsables del retraso con que la prensa funcionó en Brasil<sup>1</sup>.

Proseguí investigando el entorno cultural ibérico cuando presenté, en la Universidad de Sao Paulo, mi tesis de madurez académica, que intenta comprender la influencia de los géneros periodísticos cultivados en Portugal y en España, en el siglo XX, dentro del proceso de mestizaje que caracteriza nuestras culturas. Tuve la oportunidad de constatar que los géneros periodísticos brasileños alcanzaron completa autonomía con relación a las prácticas discursivas del periodismo portugués; en cambio, el periodismo hispanoamericano sigue más de cerca las tradiciones del código lingüístico vigente en España. Esto, no obstante a las corrientes periodísticas que circulan de modo unidireccional desde Estados Unidos<sup>2</sup>.

Más recientemente, he tenido oportunidad de dedicarme al estudio de la coyuntura histórica vivida por España después de la muerte de Franco. Permanecí un año en Madrid, becado por el Consejo Superior de Investigaciones Científicas brasileño, estudiando el papel que desempeñaron los medios de comunicación en la transición política y en la consolidación democrática. Esta preocupación académica se explica por la similitud existente entre las experiencias brasileña y española, superando el autoritarismo y buscando construir sistemas políticos abiertos y pluralistas, en el marco de la economía de mercado. El resultado de mis observaciones fue divulgado a través de dos libros destinados al público brasileño -*Espanha: Sociedade e Comunicação de Massa* (1989) y *Comunicação Comparada: Brasil/Espanha* (1990) -, además de algunos artículos o comunicaciones científicas dirigidos a la comunidad internacional de investigadores de la comunicación.

Pero el estudio global de la realidad española quedó, en cierto sentido, incompleto, pues no pude profundizar el análisis de las implicaciones comunicológicas del singular federalismo posfranquista y de las tensiones producidas por la coexistencia entre una estructura informativa centralizada por el Estado y las emergentes redes comunicacionales de las autonomías históricas.

Cuando regresé al Brasil, a finales de 1988, nuestro Parlamento había aprobado una nueva Constitución con unos avances en política nacional de comunicación, como era la exigencia de regionalización de la radio y la televisión. Eso reflejaba, indudablemente, la fuerza reivindicativa de las culturas peculiares a nuestra formación socio-cultural, aunque todas ellas estén unificadas por el uso de la lengua portuguesa.

Allí me planteaban qué lecciones de la transición política española podrían ayudar a la revitalización de las culturas regionales, a partir del entorno comunicacional masivo. Pero yo no tenía, evidentemente, una respuesta, pues mis observaciones no habían avanzado hasta el nivel de las autonomías. Mi comprensión quedaba incompleta por falta de vivencia cotidiana en una sociedad concreta. Además, era insuficiente la bibliografía universitaria disponible.

---

<sup>1</sup> José Marques de Melo: Sociologia da imprensa brasileira, Petrópolis, Vozes, 1973.

<sup>2</sup> José Marques de Melo: A opiniao no jornalismo brasileiro, Petrópolis, Vozes, 1985.

Por ello, la oportunidad que he tenido de vivir en Cataluña durante cuatro meses, a cargo de la Cátedra Unesco de Comunicación en la Universidad Autónoma de Barcelona, en el curso 1991-1992, supuso la superación de aquella laguna. Profundicé mis lecturas sobre la experiencia catalana de construcción de un espacio propio de comunicación masiva y, al mismo tiempo, he tenido la posibilidad de observar personalmente esta experiencia.

### **Identidad cultural**

La impresión general que me ha quedado ha sido la de avances significativos en la recuperación de la identidad cultural catalana, hecho sin duda protagonizado también por el sistema de comunicación social. El indicio más evidente es el fortalecimiento de la lengua catalana, que ocupa espacios cada vez más grandes en la vida de la sociedad. Los catalanes tienen a su disposición más y mejores productos culturales en su propia lengua, lo que permite ampliar la difusión de los valores peculiares de su nacionalidad, sobre todo para las nuevas generaciones. No puede olvidarse la prohibición a que estuvo sometido el catalán, durante el franquismo, cuando no se permitía que fuera usado en las escuelas y en los medios de comunicación.

La decisión gubernamental de reconocer el catalán como la lengua oficial de la comunidad autónoma y las consecuentes medidas adoptadas para su empleo privilegiado en la Administración pública y en las instituciones educativas, representa una aportación decisiva para restablecer su normalización. Naturalmente, la cuestión de su vigencia como lengua hegemónica en una sociedad caracterizada por el bilingüismo y, además, receptora de contingentes hispanohablantes en las últimas décadas, presupone una incógnita que dependerá básicamente del comportamiento cultural de las futuras generaciones.

La juventud que hoy tiene su formación predominantemente en catalán, que también puede emplearlo para consumir los mensajes informativos y culturales que posibilitan su interrelación con el medio ambiente, vive en un mundo cada vez más transnacionalizado, con la particularidad de integrarse en una comunidad más amplia: la Europa comunitaria.

Por eso, algunos estudiosos de la identidad catalana temen el riesgo de la latinización de su idioma, por ser una lengua revivida por el Estado pero, tal vez, con poca vigencia en la dinámica de la sociedad civil. No es el caso en el presente, pues cualquier visitante percibe claramente la naturalidad y efectividad con que los catalanes se comunican entre sí en su propia lengua y el orgullo que tienen de su nacionalidad.

El futuro del catalán como lengua de comunicación y cultura está asentado en las directrices que el Estado Español, por una parte, y la Comunidad Europea, por otra, adopten respecto de la preservación de las culturas nacionales que siguen vivas en sus territorios y cómo las integrarán en los entornos estatal y continental. A este respecto, Umberto Eco es bastante optimista, pues prevé una Europa políglota y hecha de confederaciones étnicas<sup>3</sup>.

La experiencia catalana apunta en esta dirección. La construcción de un espacio de comunicación pública en lengua nacional ofrece a los ciudadanos la oportunidad de hacer un ejercicio cotidiano de pertenencia a su identidad. Aunque tengan la posibilidad de seguir empleando

---

<sup>3</sup> Entrevista a Umberto Eco en El País, 19 de diciembre de 1991.

la segunda lengua -en este caso, el castellano - para sus relaciones externas, resulta decisivo que los actos fundamentales de la vida comunitaria sean realizados en el idioma nativo.

Si en el comienzo de la transición democrática el catalán estaba ausente de los medios masivos, esto ha evolucionado positivamente. Ya en la primera mitad de los años 80, un 17 por ciento de los libros editados en Barcelona y un 10 por ciento de la prensa diaria era en catalán, así como un tercio de las emisiones televisivas. En el caso de la prensa, los cambios no parecen ser muy expresivos. La mayoría de la prensa diaria sigue predominantemente en castellano: solamente dos diarios barceloneses se editan en catalán, pero con tiradas muy reducidas. Pero en el caso de la prensa comarcal, la situación es distinta: un 90 por ciento de los títulos emplea el catalán. Hay indicios esperanzadores de catalanización de la prensa en las ciudades intermedias; ese es el caso de Gerona, cuyos dos diarios usan exclusivamente el catalán.

También la radiotelevisión catalana se amplió bastante en tiempos recientes. Después de la ola de las televisiones locales, en los 80, el funcionamiento del canal autonómico TV-3 y, más tarde, el de su homólogo cultural - Canal 33 - han permitido a los catalanes tener alternativas concretas para divertirse e informarse. La estrategia de las televisiones autonómicas para competir con las redes estatales -predominantemente en castellano, pero con algunos espacios dedicados a la difusión en catalán - fue la de buscar una mayor calidad técnica y estética.

Esto se ha concretado a través de producciones propias que reproducen el código televisivo hegemónico en el mercado internacional, sin olvidar los referentes culturales a que corresponden las expectativas de la audiencia. La televisión mezcla productos importados de distintas procedencias - de las series norteamericanas y las telenovelas latinoamericanas, a los documentales y películas europeas -, doblados al catalán, adicionando los productos genuinos, que tuvieron el cuidado de no alejarse mucho de los modelos vigentes en la televisión española, pues los antiguos canales estatales y los nuevos canales privados siguen intentando cautivar a los telespectadores.

Si todavía no hay un patrón propio de codificación televisiva, es evidente que la calidad de los programas de la televisión autonómica catalana supera la de las españolas. Eso explica, seguramente, el mayor éxito publicitario de los canales catalanes, que no obstante su vinculación a una estructura estatal demandando mayor competitividad, acercase a la dinámica de la economía de mercado.

Aquí radica uno de los desafíos del espacio catalán de comunicación masiva: su dependencia del Estado. Es indudable que si no fuera por la acción decidida de la Generalitat, Cataluña no habría experimentado una ampliación significativa de sus propios medios de comunicación. Pero una incógnita que persiste en este panorama es el poco entusiasmo del empresariado catalán para invertir en productos culturales nativos; son pocos los que se arriesgan a estimular el crecimiento del mercado catalán y por eso buscan el subsidio estatal. ¿Hasta cuándo el aparato estatal soportará ese respaldo a la industria de bienes simbólicos?

## **El papel de la investigación**

Este problema preocupa a los investigadores catalanes de la comunicación, pero no existe un verdadero consenso. Algunos defienden la tesis de ampliación de los espacios públicos, en el viejo estilo europeo. Otros presentan puntos de vista más equilibrados, proponiendo sistemas mixtos, caracterizados por un descenso de la presencia estatal como garantía del pluralismo informativo. También están los que abogan por el liberalismo total, dejando los medios en manos de empresas privadas, al estilo norteamericano.

El debate entre los investigadores representa un factor importante en la vida cultural catalana. Todo el proceso de reconstrucción del sistema nacional de comunicación masiva ha tenido una participación crítica y creativa de la comunidad académica. Las investigaciones respaldadas,

por ejemplo, por la Universidad, buscaron al principio describir la realidad catalana de los medios masivos, explicando sus desafíos y sus contradicciones; después, estuvieron orientadas a definir políticas comunicativas y culturales, con el evidente propósito de influir en las decisiones gubernamentales sobre la materia.

Revisando el marco teórico de esas investigaciones, parece evidente el aprendizaje que significó para los catalanes el contacto con la escuela latinoamericana de investigadores y sus aportaciones sobre las políticas nacionales de comunicación (PNC). Tal vez se podría decir que la sociedad catalana aprovechó mejor el planteamiento de las PNC que los propios países de América Latina. De cualquier modo, aquella utopía sigue vigente allí en la dinámica de la participación ciudadana en la sedimentación de nuestras democracias.

Aunque la investigación científica de la comunicación tenga raíces en el período franquista, su consolidación académica se dio durante la transición democrática. La creación de la Facultad de Ciencias de la Información de la Universidad Autónoma de Barcelona, en 1971, anticipó un espacio que después de la muerte de Franco favorecería la consolidación de la emergente escuela catalana. No se trata, como bien dice Gifreu, de una corriente que se propone hacer innovaciones teóricas o metodológicas; su principal característica es el espíritu o la actitud de un grupo de investigadores comprometidos con la restauración de los valores lingüísticos y culturales de Cataluña<sup>4</sup>.

Esta es una lección que puede ser muy útil para los investigadores de las distintas regiones brasileñas o países latinoamericanos, no siempre atentos a los problemas de sus comunidades y sí fascinados por el entorno nacional o internacional de sus fenómenos comunicativos. El entusiasmo de los catalanes por la contribución al rescate de su identidad cultural ha sido un factor determinante para potenciar los recursos disponibles para la investigación, creando una serie de conocimientos indispensables para las decisiones del poder público.

Es verdad que esta acción intelectual ha sido correspondida por el Estado, proporcionando condiciones para el desarrollo de la investigación científica. La función principal del Centre d'Investigació de la Comunicació, creado por la Generalitat de Cataluña en 1987, ha supuesto un estímulo a la producción de materiales de investigación, encargados a profesores reconocidos de la Universidad, para establecer una especie de atlas comunicativo que mantiene actualizado el conocimiento sobre las industrias culturales catalanas. Además de eso, este centro realiza una labor documental de alto nivel, preparando el camino para que las nuevas generaciones de investigadores puedan seguir avanzando en la producción científica.

Otra institución expresiva en nuestro ámbito científico es la Societat Catalana de Comunicació, que funciona como sección del Institut d'Estudis Catalans, que tiene el status de academia de ciencias. Allí están reunidos no solamente los investigadores universitarios, sino también aquellos que en su labor profesional realizan trabajos sistemáticos de análisis comunicativo. Los encuentros anuales de sus miembros representan una oportunidad para compartir los resultados de las reflexiones hechas o de las observaciones registradas cuando se dedican a investigaciones de campo.

Pero el espacio de mayor proyección en la vida catalana de la comunicación es la Facultad de Ciencias de la Información. Allí se están educando a los futuros agentes culturales, en cuyas manos estarán depositados los desafíos enfrentados por la generación que se dedicó a la construcción de un sistema catalán de comunicación. Se trata de un centro universitario que está en sintonía con las tendencias internacionales de la especialidad, sin perder la perspectiva de su

---

4 Josep Gifreu: Mass Communications Research in Catalunya, Bellaterra, FCCI, 1988, pág. 41.

misión nacional. Asimismo, la generalización del uso del catalán en las clases indica una opción cultural muy clara.

Se nota una preocupación creciente por superar los desvíos del teoricismo que caracterizó los primeros años de la institución, buscándose un mayor equilibrio entre teoría y práctica, entre conocimientos básicos y aplicados. El gran reto de esta Facultad es compatibilizar cantidad y calidad; prisionera de las normas masificadoras de la Universidad española, encuentra bastante dificultad para preparar comunicadores más competentes por el número excesivo de estudiantes en sus grupos de estudio.

### **Evolución positiva**

En términos globales, la experiencia catalana de comunicación es bastante positiva. Se ha conseguido en poco tiempo rescatar la identidad cultural que adormecía en la resistencia de capas populares de la población, a las cuales se ha sumado el contingente migratorio proveniente de otras regiones o nacionalidades que conforman el Estado Español. Un aspecto que llama la atención es la defensa a ultranza del nacionalismo catalán hecha por los hijos de los inmigrantes, plenamente asimilados por la cultura local. Pero también siguen las dificultades para la normalización de la vida cultural catalana, como consecuencia de las tensiones que existen con la cultura española y la coexistencia con las culturas europeas que se integran en el marco comunitario.

Por eso mismo, emerge una tendencia en la producción comunicativa de los medios masivos y en la propia investigación científica para evitar el aislamiento de Cataluña y lograr establecer mecanismos de mayor cooperación internacional. El hecho de que Cataluña haya recibido en 1988 a la comunidad de los investigadores de la comunicación de todo el mundo, en el 16º congreso de AIERI-IAMCR, significó una disposición para el diálogo internacional como condición misma de su supervivencia en cuanto cultura minoritaria, dentro de un panorama caracterizado por una veloz transnacionalización.

Esta misma cuestión vuelve a preocupar a los catalanes en 1990, cuando el Centre d'Investigació de la Comunicació invitó a destacados investigadores europeos y norteamericanos para analizar la identidad cultural y las relaciones interculturales. En las conclusiones del simposio internacional se puso énfasis en el hecho de que las preguntas eran más importantes que las respuestas obtenidas, pues el movimiento bi-direccional particularismo-universalismo aportaba cambios importantes en el ámbito sociopolítico y cultural<sup>5</sup>.

La tentativa de buscar nuevas respuestas impulsa a los catalanes a intensificar ese debate internacional. En esta línea de acción, Cataluña recibirá en 1993 a un grupo de investigadores de América Latina, España y Portugal para pensar conjuntamente los problemas de la revolución tecnológica que convierte a los medios masivos en aparatos hegemónicos de socialización de valores culturales en las sociedades modernas. La cuestión que centrará la reflexión de los investigadores ibéricos y latinoamericanos será evidentemente la preservación de la identidad cultural en el mundo de hoy, profundamente afectado por una cultura de matriz transnacional. Sin duda, los ibéricos en general y los catalanes en particular tendrán mucho que decirse sobre sus experiencias de mestizaje, un trazo cultural que empieza a ser reconocido sin los prejuicios del pasado.

---

<sup>5</sup> Varios autores: Comunicació, Identidad Cultural i Relacions Interculturals, Barcelona, Centre d'Investigació de la Comunicació, 1991

## Fuentes bibliográficas

Abadal, Ernest i Recoder, Maria Josep: *La informació electrònica a Catalunya*, Barcelona, Centre d'Investigació de la Comunicació, 1991.

Armet, Lluís; Molas, Isidre y otros: *Federalismo y Estado de las autonomías*. Barcelona, Planeta, 1987.

Batllebó, Anna; Costa, Pere Oriol i Schaaff, Sergi: "Bases per a una política comunicativa a Catalunya", en *Primeres Jornades Catalanes sobre Comunicació Audio-Visual*, Barcelona, Diputació de Barcelona, 1981, pp. 11-49.

Capmany, Maria Aurèlia: *¿Qué diablos es Cataluña?*, Madrid, Ediciones Temas de Hoy, 1990.

Casasus, Josep M.: "Dades inèdites del debat teòric sobre periodisme a la Catalunya del tombant de segle", en *Anàlisi*, núm. 12, Bellaterra, FCCI, 1989, pp.119-126.

Colomer, Josep M.: *Contra los nacionalismos*. Barcelona, Anagrama, 1984.

Corbella, Joan M.: *La comunicació social a Catalunya, 1981-1991*, Barcelona, Centre d'Investigació de la Comunicació, 1991.

Deu, Javier: *El catalán y los siete pecados capitales*. Barcelona, Ediciones B, 1991.

Gifreu, Josep: *Mass Communications Research in Catalunya*, Bellaterra, FCCI, 1988.

Gifreu, Josep: *Comunicació i reconstrucció nacional*, Barcelona, Pòrtic, 1989.

Gifreu, Josep (director): *Construir l'espai català de comunicació*, Barcelona, Centre d'Investigació de la Comunicació, 1991.

Gifreu, Josep: "L'espai català de comunicació", en *Estructura general de la comunicació pública*, Barcelona, Pòrtic, pp. 221-234.

Guilamet, Jaume: *La premsa a Catalunya*, Barcelona, Diputació de Barcelona, 1988.

Jones, Daniel E.: "El centro catalán de investigación de la comunicación", en *Boletín ALAIC*, núm. 4, Sao Paulo, ALAIC, 1991, pp. 54-57.

Jones, Daniel E. (coordinador): *Spanish Directory on Mass Communication Research*, 1991 Barcelona, Centre d'Investigació de la Comunicació, 1991.

Jones, Daniel E.; Corbella, Joan M. (editores): *La indústria àudio-visual de ficció a Catalunya*, Barcelona, Centre d'Investigació de la Comunicació, 1989.

Maragall, Jordi; Pujol, Jordi y otros: *Relaciones de las culturas castellana y catalana*. Barcelona, Generalitat de Catalunya, 1983.



Mateo, Rosario de: *Els ajuts de l'Estat a la premsa a l'Europa occidental*, Barcelona, Centre d'Investigació de la Comunicació, 1990.

Moragas Spà, Miquel de: *Espais de comunicació: experiències i perspectives a Catalunya*. Barcelona, Edicions 62, 1988.

Moragas Spà, Miquel de; JONES, Daniel E.: "Communication audiovisuelle en Méditerranée: difficultés d'un espace autonome", en *IMCOM*, núm. 3, París 1991, pp. 40-47.

Morin, Edgar: *Pensar Europa*. Barcelona, Gedisa, 1988

Parés i Maicas, Manuel: *Communication and Cultural Identity in Catalonia*, Bellaterra, FCCI, 1991.

Parés i Maicas, Manuel: *Approach to Catalonia*. Bellaterra, UAB, 1985.

Pinilla de las Heras, Esteban: *Estudio sobre cambio social y estructuras sociales en Cataluña*. Madrid, CIS, 1989.

Prado, Emilio; Moragas Spà, Miquel de: *Televisión locales*, Barcelona, Col.legi de Periodistes de Catalunya, 1991.

Prats, Llorenç y otros: *La cultura popular a Catalunya*, Barcelona, Fundació Cultural, 1982.

Solé Tura, Jordi: *Nacionalidades y nacionalismos en España*. Madrid, Alianza Editorial, 1985.

Varios autores: *Comunicació, Identitat Cultural i Relacions Interculturals* Barcelona, Centre d'Investigació de la Comunicació, 1991.

Varios autores: *Comunicació social i identitat cultural*, Barcelona, 16è Congrés de la AIERI, 1988.

Vidal-Folch, Xavier: "Cataluña: el nacionalismo polivalente". *Claves*, núm. 18, Madrid 1991, pp. 16-30.

## Comunicación comparada: Paradigmas tempranos de las Américas

### Marco histórico

Desde que se constituyeron como estados políticamente autónomos, en los inicios del siglo XIX, las naciones latinoamericanas fueron desenvolviéndose intelectualmente sobre el estigma de la **exclusión comunicacional**<sup>6</sup>. Tal situación reproducía, en gran medida, el modelo de sociedad cultivado por el régimen colonial, tanto bajo el dominio de los castellanos como el de los lusitanos, y continuó durante el régimen independiente, bajo el mandato de las *oligarquías criollas*.

A pesar de contar con unos medios impresos de comunicación gobernados por la doctrina de la *libertad de expresión y pensamiento*, las repúblicas hispano-americanas y el imperio luso-brasileño consolidaron modelos informativos erigidos como *privilegio de las élites*. Considerando que los grandes contingentes de las poblaciones nacionales estaban formados por trabajadores iletrados, libres o esclavos, viviendo en el campo o en las ciudades, la información impresa se convirtió históricamente en espacio disfrutado apenas por las clases superiores, incluyendo a las capas medias beneficiadas por los conocimientos adquiridos en la escuela.

Se trata de un panorama que contrasta con el que rigió en los territorios de la colonización anglo-americana. En ellos predominó, no sólo un patrón diverso de sociedad, en gran parte edificado por el voluntariado típico de los disidentes religiosos, sino sobretodo, una postura civilizada, robustecida por el credo utópico de la educación. Eso, desde temprano, garantizó el funcionamiento de escuelas, bibliotecas, periódicos y otros mecanismos destinados a fomentar la circulación de novedades, conocimientos o ideas. De esta forma, fue posible que algunas colonias europeas, relacionadas en el norte de América, a través de la **inclusión comunicacional**, unificaran estrategias precoces de liberación del poderío colonial, ejercitando formas de gobierno que sintonizaban con los preceptos de la democracia representativa. Para todo esto, fue necesario fortalecer las redes mediáticas con la función de integrar políticamente las comunidades unificadas y para asimilar culturalmente a los inmigrantes procedentes de distintas partes del mundo, cuya fuerza de trabajo convirtió a la joven nación en potencia económica.

La situación intelectual de las naciones latinoamericanas comenzaría a ser modificada en el siglo XX, a través de las políticas públicas destinadas a la universalización del sistema educacional. Adoptadas en pocos países, aún así alcanzaron a las poblaciones residentes en los centros metropolitanos. El proceso de reducción de la penuria comunicacional de las grandes masas sudamericanas solamente sería alterado con el incremento de las tecnologías electrónicas de difusión simbólica. La expansión de la radio (a partir de los años 30) y el desarrollo de la televisión (a partir de los años 50) dan oportunidades para la mejoría del apetito cognitivo de las poblaciones económicamente activas. Hasta los contingentes analfabetos serían promovidos a la condición de consumidores culturales de los productos sonoros o audiovisuales diseminados por las redes abiertas, porque son accesibles a bajo costo.

Estamos ingresando en el siglo XXI, pudiendo celebrar en la geografía americana cinco siglos de institucionalización mediática. Con todo, el mapa de exclusión comunicacional permanece sustancialmente inalterado al sur de Río Grande. Desde México hasta la Patagonia, continúan en vigor panoramas caracterizados por la depresión cultural de las grandes masas que generalmente están distanciadas, o fueron precozmente expulsadas de las redes educativas formales. Los

---

<sup>6</sup> MARQUES DE MELO, José, Exclusión comunicacional y democracia mediática: dilema brasileño en el umbral de la sociedad y la información, Telos, Cuadernos de Comunicación, Tecnología y Sociedad (2001): 51-28-32, Madrid, Fundación Telefónica.

mayores contingentes humanos de América Latina se nutren de conocimientos efímeros, fragmentados y superficiales solamente propiciados por las “escuelas paralelas” que brotan de las redes mediáticas. Así ha crecido la categoría de ciudadanos de segunda clase, más ineficaces o inapetentes, en el sentido de actuar democráticamente como sujetos de su propia Historia.

Transformar esa realidad injusta constituye el mayor enigma de los estudiosos de los Medios Masivos de Comunicación en nuestras sociedades. Por eso mismo constituye un buen ejercicio intelectual la comparación de las situaciones perfiladas en los dos subcontinentes: el anglo-americano y el latinoamericano. Para esto tomemos como referencia los paradigmas contruidos por los precursores de la Mediología en los dos extremos de las Américas.

Debemos reconocer con humildad que, a pesar de un siglo de acumulación de conocimientos mediológicos, la “esfinge mediática” aún no ha sido “descifrada” por nuestras comunidades académicas. Por eso, creemos oportuno retomar aquellos “paradigmas comunicacionales” pioneros que germinaron en las Américas, al norte y al sur. Tenemos la esperanza de que esa incursión exploratoria pueda iluminar el descubrimiento y la crítica de los demás paradigmas que florecieron contemporaneamente.

Poblando el imaginario de aquellos que se entregan a su estudio y comprensión en las empresas y en los gobiernos, en la academia o en la sociedad civil, la “esfinge mediática” permanece como una amenaza capaz de “devorar” nuestras sociedades. Frente a esto, no nos resta otra alternativa, sino esbozar hipótesis y promover pesquisas, intentando superar los temores que nos afligen colectivamente.

### **Paradigma anglo-americano**

Aunque los norteamericanos deben a John Dewey y a Charles Cooley las primeras reflexiones académicas sobre el papel social desempeñado por los sistemas mediáticos, es sin duda Robert Park el precursor de la Mediología en los Estados Unidos de América<sup>7</sup>.

Su tesis de doctorado *La multitud y el público*, defendida en Berlín, en 1904<sup>8</sup>, contiene la esencia del paradigma comunicacional anglo-americano: **Los medios masivos de comunicación como forma de conocimiento**

Park supera la visión conservadora de los teóricos sociales europeos. Gabriel Tarde, por ejemplo, se limitó a describir la influencia de los periódicos en las conversaciones interpersonales, expresando reservas en lo referido a la ingerencia mediática en la vida privada. Ortega y Gasset, a su vez manifestó un cierto espanto frente al peligro de la “rebelión de las masas”.

Demostrando una actitud progresista, Park valorizó el papel de los MCS como agencia socializadora por excelencia. La reconoció como dinamo del nuevo fenómeno de la moderna sociedad, o sea, la opinión pública. De acuerdo con su análisis, los MCS impreso y posteriormente los medios electrónicos de comunicación podrían desempeñar papeles decisivos en la transformación de **multitudes** amorfas y apáticas en **públicos** articulados y activos, fortaleciendo el sistema democrático<sup>9</sup>.

<sup>7</sup> CZITROM, Daniel J. – *Media and the American Mind - from Morse to McLuhan*, Chapell Hill, University of North Caroline Press, 1982, p.91-21

<sup>8</sup> La versión original *Masse und Publikum* (1904) sólo fue traducida al inglés en 1972, bajo el título *The Crowd and the Public* (University of Chicago Press).

<sup>9</sup> Aún cuando esa concepción estuviese implícita en la tesis de 1904, Park solamente la explicita en el artículo “La noticia como forma de conocimiento”, publicada en la edición 45 de *The American Journal of Sociology* (Marzo , 1940), Chicago University

Al analizar de manera no apocalíptica el desempeño de las industrias mediáticas en la edificación de la “sociedad de masa”, Park y sus discípulos de la Escuela de Chicago<sup>10</sup> contribuyeron decisivamente a la formulación de la doctrina de la “responsabilidad social”, cuya doble fase preserva la “auto-reglamentación empresarial” y la “educación de los profesionales”. Al Estado corresponde una postura de no intervención en el negocio mediático, asegurando su desarrollo de acuerdo con los principios de la “libre iniciativa”, consensuada a través de los “códigos deontológicos” capaces de cohibir abusos o desvíos. A la sociedad Civil compete la formación de los agentes productores de los contenidos difundidos por los vehículos responsables de abastecer a las “multitudes” de conocimientos destinados a convertirlas en “públicos” orgánicamente estructurados.

Es sintomático que la participación de las universidades en ese proceso se produce cuando las publicaciones de masas se conducen por la distorsión “sensacionalista”. Las iniciativas pioneras de las universidades de Missouri y de Columbia, destinadas a formar periodistas responsables, datan de la primera década del siglo XX<sup>11</sup>, reproduciéndose y multiplicándose en todo el territorio norteamericano, casi siempre a través de sociedades con las empresas a las que destinan los recursos humanos allí educados.

A través de la formación de periodistas, cineastas, publicitarios, relaciones públicas, locutores de radio o teledifusores, las universidades influyeron en la consolidación del modelo mediático norteamericano. A partir de los años 30, ellas tendrían un papel decisivo en la orientación de las políticas de contenido, produciendo conocimiento científicamente legitimado en las oficinas de investigación organizadas para atender las demandas empresariales. Tales casos de investigación también atenderían a clientes gubernamentales, o sea, las agencias responsables de la formulación y evaluación de las políticas públicas, sedientas de datos fiables sobre el impacto social de los medios masivos de comunicación<sup>12</sup>.

Para comprender con claridad la eficacia del paradigma anglo-americano<sup>13</sup>, que sitúa los medios masivos de comunicación como forma de conocimiento, se hace indispensable mencionar las variables que intervienen en el proceso.

Una de ellas es el paralelismo entre el desarrollo de los sistemas mediático y educativo, en todos los cuadrantes del territorio nacional. La universalización de las oportunidades de enseñanza-aprendizaje, ofreciendo educación formal básica a todos los ciudadanos, constituyó, a lo largo del tiempo, una prioridad de la sociedad industrial construida por los norteamericanos. Así las nuevas generaciones de usuarios de los sistemas mediáticos generalmente poseen escolarización suficiente para demandar contenidos mejor elaborados. Son generaciones educadas libremente, con capacidad de optar por los productos que satisfagan sus necesidades inmediatas, generalmente dictadas por los patrones culturales de las comunidades que integran el día a día<sup>14</sup>.

En la propia escuela, los futuros ciudadanos son inducidos a asumir una actitud crítica, participando en procesos de “alfabetización mediática”, de la misma forma que vivencian experiencias de “alfabetización científica” o de “alfabetización artística”. En lugar de demonizar los medios masivos de comunicación, los educadores norteamericanos generalmente los toman como un dato inherente a la realidad que los niños encontrarán en su vida adulta. Sin prejuicios,

---

<sup>10</sup> El protagonismo de Robert Park en la escuela de Chicago está bien dimensionado en el ensayo de Alain Coulon – *L'Escole de Chicago*, Paris, Press Universitaires de France, 1992

<sup>11</sup> Para una mejor comprensión de ese episodio histórico, vale la pena consultar el ensayo de Carlos Rizzine – *La enseñanza del periodismo*, Rio de Janeiro, Ministerio de la Educación, 1953

<sup>12</sup> El inventario de los proyectos más importantes realizado por la academia norteamericana está contenido en el libro de Shearon Lowery e Melvin De Fleur – *Milestone in Mass Communication Research*, 3ª. ed., New York, Logman, 1994

<sup>13</sup> El molde del paradigma norteamericano puede observarse en el libro de George N. Gordon – *The Communications Revolution, a History of Mass Media in the United States*, New York, Hastings House, 1979

<sup>14</sup> Las paradojas del consumo cultural en la sociedad norteamericana pueden ser vistos con nitidez en el ensayo de Alvin Tofler – *The Culture Consumers: Art and Affluence in America*, Baltimore, Penguin Books, 1965

proporcionan a sus alumnos nociones sobre el engranaje mediático. Buscan, al mismo tiempo, referentes didácticos en los periódicos o en la televisión, de la misma forma que lo hacen en relación con la literatura o biología, como estrategia de motivación pedagógica.

Esta actitud proviene de una fina sintonía entre la agenda mediática y la vida cotidiana del conjunto de las clases sociales que componen el mosaico norteamericano. La industria del entretenimiento, especialmente el cine, la televisión y el cómic, desde su nacimiento, difundió temas y personajes vinculados a la cultura popular<sup>15</sup>. Las escenas contenidas en las películas de *far-west*, los dramas suburbanos difundidos a cuenta gotas en los capítulos de las *soap-opera*, las leyendas rurales estilizadas en los *cartoons*, los conflictos típicos del racismo encuadrados en la *sitcom*, etc., etc., constituyen evidencias de esta constante retroalimentación entre medios masivos y clases subalternas<sup>16</sup>, de la misma forma que los periódicos de prestigio reflejan los gustos y deseos de la *intelligenzia*<sup>17</sup>.

Justamente por la composición plural, diversificada y bien adosada de su contenido, que corresponda a las expectativas de todos los segmentos sociales, la industria mediática norteamericana puede actuar como “escuela paralela”. Y así viene funcionando históricamente como agencia socializadora de nuevos contingentes humanos que engrosan la población nacional, oriundos de todos los rincones del planeta. Esa función cognitiva de los MCS mereció la atención de Robert Park, durante su práctica de inserción en la vida académica, después de su fecunda experiencia como periodista y relaciones públicas. Al estudiar el papel de los MCS comunitarios en la asimilación cultural de los trabajadores inmigrantes, Park incorporó nuevos ingredientes al paradigma de los medios masivos de comunicación como forma de conocimiento.

Park fue también responsable por la inclusión de un componente dialéctico en ese paradigma anglo-americano. Cuando lo explicitó formalmente en el conjunto de artículos publicado en el bienio 1940-1941, advirtió a la comunidad académica acerca de los peligros contenidos en el engranaje mediático, cuando este se convertía en una fuente de poder. Al expresar reservas en relación con el tipo “expresivo” del contenido mediático este investigador animaba a sus colegas de la academia a ejercer una especie de vigilancia ciudadana<sup>18</sup>. Su señalización buscaba neutralizar los efectos nefastos de los productos destinados al entretenimiento colectivo, en el cual él identifica “influencia cultural subversiva”, potencialmente causante de la “desorganización social”<sup>19</sup>.

En realidad, Robert Park sienta las bases del movimiento de auto-defensa mediática, que vendría a ser conocido como *media criticism*, instituyendo vigilantes de contenido en el interior de las industrias mediáticas, es decir, instancias defensoras de los intereses de los consumidores culturales<sup>20</sup>. Esa inserción transparente de la vigilancia mediática en el cuerpo de las ediciones diseminadas por los vehículos masivos representa sin duda un estímulo para el ejercicio crítico de sus receptores. Se trata de un mecanismo capaz de propiciar la ruptura de la soledad típica de

---

<sup>15</sup> Por esto mismo, Marshall McLuhan, en su libro de estreno – *The Mechanical Bride*, Boston, Beacon Press, 1951 – no vacila en proclamar que allí está presente el ‘folclore del hombre industrial’.

<sup>16</sup> Para una visión panorámica del universo popular apropiado por la industria mediática norteamericana, vale la pena consultar la antología organizada por Jack Nachbar y Kevin Luase – *Popular Culture, and introductory text*, Bowling Green, Ohio, Bowling Green State University Popular Press, 1992.

<sup>17</sup> La comparación entre cultura popular y cultura erudita en los MCS norteamericanos fue esbozada por Herbert J. Gans – *Popular Culture and High Culture, and analysis evaluation of taste*, New York, Basic Books, 1974.

<sup>18</sup> La convocatoria realizada por Park resonaría muy fuerte en la comunidad académica, como lo documenta Christophere Brookeman en el libro *American Culture and Society since 1930*, New York, Schocken Books, 1984.

<sup>19</sup> Esas tesis están esbozadas en los artículos “News and the Power of the Press”, (Julio, 1941) y “Morale and the News” (Noviembre, 1941), ambas publicadas en el *American Journal of Sociology*.

<sup>20</sup> El ejercicio típico de la crítica mediática vigente en la sociedad norteamericana corresponde al patrón cultivado por el columnista Howard Kurtz, cuyos comentarios publicados en la revista *The Washington Post* motivaron el libro *Media Circus*, New York, Handon House, 1993.

multitudes silenciosas, acelerando la conciencia ciudadana indispensable para el activismo de un público preocupado por el interés colectivo y el bienestar de la sociedad<sup>21</sup>.

### Paradigma latinoamericano

El ejercicio más consistente de reflexión crítica sobre el emergente engranaje mediático en Latinoamérica fue emprendido, hace 80 años, por el brasileño Alexandre José Barbosa Lima Sobrinho. Su libro *El problema del periodismo* (Rio de Janeiro, Álvaro Pinto editor, 1923) contiene no sólo un preciso diagnóstico sobre el desarrollo del periodismo en el mundo contemporáneo, sino también una interpretación apurada del impacto causado por su industrialización en la sociedad brasileña. Su sofisticado análisis, transferido a cualquier otro país de la región, se aplica con ligeros ajustes, a los respectivos cuadros socio-culturales.

Por eso mismo, el esqueleto/armazón teórico construido por el joven Barbosa Lima Sobrinho<sup>22</sup> se puede interpretar como paradigma latinoamericano. Argumentando con lucidez que el periódico muestra la sociedad en que se edita, este autor ofrece evidencias que hoy permiten enunciarlo de la siguiente manera: **Los medios masivos son el espejo de la sociedad.**

Vamos retomar, textualmente, su línea de argumentación:

“...sólo me pregunto si el periodismo es culpado por todos los males que le imputan, o autor de todos los beneficios que va inculcando con despreocupación. Y sólo me acude la respuesta de que vale como pieza indispensable de un maquinismo, forzado al movimiento de otras piezas y ella misma haciendo girar, en sus ejes, otras ruedas.

Hay malos periódicos, decimos; el periodismo, todavía es bueno. Confesemos que se encuentra al alcance de factores perniciosos, capaces de perturbar su eficiencia y de anular su utilidad. ¿De dónde viene esa fuerza perturbadora y nefasta? Del público, del propio periodismo y del gobierno?

Primeramente del público, para que se haga el periódico. El manda en las gacetas y son suyas las pasiones, sus tendencias e ideas que la hoja refleja como un espejo. Un autor nos dice que el periódico es más de sus lectores que de sus redactores, o propietarios. En vano se esforzaría el periodismo para aventajar al pueblo que lo sirviese. Las necesidades lo obligarían a terminar con tales distancias y aproximarse de sus lectores. Si todos los periódicos no se amoldan por una forma única, es que existe diferenciación de las clases sociales, expresadas en el periodismo (...)

Existe, en segundo lugar, la culpa del gobierno. (...) No escapó nuestro país del flagelo. Conocimos los procesos de subvención y los de la concesión de favores, o de empleos. Encontrándose sin apoyo del periodismo del partido, el gobierno corrompe periodistas para defenderse. (...)

Por último, vemos la culpa de los propios periodistas. Algunos sientan plaza en los MCS con la intención premeditada de negociar... (...) No se acuerda el periodista, en sus actitudes, de que está actuando como en una platea, frente a un público atento y riguroso. Desconoce que su misión

---

<sup>21</sup> Esta corriente fue sensiblemente estimulada, en la academia, a través de los textos escritos por valientes intelectuales críticos como Herbert Schiller – *Mass Media and the American Empire*, Boston, Beacon Press, 1970; J. Herbert Altschull – *Agents of power*, New York, Longman, 1984 e Bem Bagdikian – *Media Monopoly*, Boston, Beacon Press, 1990.

<sup>22</sup> Debutó en el periodismo a los 22 años de edad, Barbosa Lima Sobrinho ejerció muy pronto la función de periodista del parlamento del diario *Jornal do Brasil*, y después ascendido a la condición de redactor-jefe de ese periódico brasileño de referencia nacional. El ensayo escrito en 1923 contiene una lúcida reflexión sobre la profesión que decidió ejercer, fundamentándose conceptualmente en la bibliografía internacional disponible, aún cuando su referencia empírica esté anclada en la trayectoria de la imprenta brasileña, cuyas prácticas y agentes le servirán como parámetros para elucidar el ‘problema de la imprenta’.

social exige de su parte compostura; ignora muchas veces que debe servir a una causa pública, sacrificando cuestiones personales y enemistades.”<sup>23</sup>

*La prescripción que el pensador brasileño sugiere para el combate a las mazuelas, desvíos y distorsiones de los medios masivos demuestra una clarividente postura democrática y una fidelidad convincente con el paradigma esbozado. El no pretende atropellar las leyes de la óptica para ajustar los vieses de las imágenes captadas o reflejadas de modo inexorable en los espejos mediáticos. La solución está en el cambio y ajuste de los personajes, escenarios y movimientos que dan sentido a la realidad, para que esta venga a aparecer de modo correcto, perfeccionándose constantemente.*

*Su estrategia comporta acciones simultáneas y articuladas: **eleva el nivel cultural del público, reglamentar los flujos mediáticos**, y claro de educar los productores de contenido.*

*Hagamos el recorrido de estas terapias de acuerdo con sus propias palabras:*

1) “Hay efectos incorregibles en el periodismo y frente a los cuales es necesario cruzar los brazos, por recelo de los daños inmensos que cualquier intervención acarrearía. Esclarezcase el espíritu público, difúndase la instrucción y entréguese la educación a la preparación de caracteres; a medida que ese esfuerzo venga actuando, el periodismo naturalmente se elevará.” (BLS, p. 171)

2) “Conviene igualmente actuar sobre el periodismo, pero no con una legislación drástica. La prudencia, que dirige a los hombres sabios, desaconseja los medios violentos. (...) Ley sensata será aquella que aleje al periodismo de todo el peligro de la violencia y de injusticia, garantizándole su libertad y sus derechos para que entibie la acción social por el recelo de las penalidades.” (BLS, p. 171)

3) “Pero no basta tener una ley. Hay otros medios útiles. Los americanos instituyen escuelas de periodistas para la preparación de profesionales competentes, una vez que a la ignorancia cabe tanta parte de la culpa de los males del periodismo. Ellos también usan los congresos en que se disponen preceptos de ética para el gobierno de todos”. (BLS, p. 171-172)

*El pensador brasileño reafirmaría sus tesis cinco décadas después. En conferencia ofrecida en el año 1971, insistía en la defensa de que el periodismo sólo puede avanzar políticamente si el pueblo también lo hace intelectualmente.*

“... así que el pueblo se esclarezca, el periodismo se verá forzado a acompañarlo, no faltarán las voces conductoras, para apuntar los tópicos indispensables a sus progresos y a su desarrollo.”<sup>24</sup>

*Su falta de fe en la solución del problema del periodismo a través de la legislación coercitiva sería reiterada en la conferencia que profirió en 1980 durante la VIII Conferencia Nacional de la Orden de los Abogados de Brasil<sup>25</sup>.*

<sup>23</sup> BARBOSA LIMA SOBRINHO – *O problema da imprensa*, 2ª . ed., São Paulo, EDUSP, 1988, p.169/170 (Coleção Clássicos do Jornalismo Brasileiro, 1)

<sup>24</sup> BARBOSA LIMA SOBRIHO – Prensa, Nacionalismo y Desarrollo, In: MARQUES DE MELO, José, org. – *Prensa & desarrollo*, San Pablo, ECA-USP, 1984, p.193

<sup>25</sup> BARBOSA LIMA SOBRINHO – Direito da Informação, *Revista de Informação Legislativa*, v.17. n.67. Brasília, jul/set., 1980, p. 147-198

“El miedo de la libertad del periodismo, el miedo de sus excesos, es el camino más fácil para el reducto de las dictaduras.”

### Comparando paradigmas

Cuando Barbosa Lima Sobrino formuló las tesis que contienen el paradigma latinoamericano de los medios masivos como espejo de la sociedad, él naturalmente tomaba como base el paradigma anglo-americano de los medios masivos como forma de conocimiento. Y ¿por qué no lo asimiló integralmente en su formulación? ¿O solamente incorporó parte de él, esto es, el aspecto referido a la educación de los productores mediáticos?

Procedió así porque su ejercicio analítico consideraba el contraste de dos modelos de las sociedades. Las naciones anglo-americanas fueron moldeadas de acuerdo con proyectos sociales inclusivos, beneficiando mayoritariamente a sus contingentes poblacionales con un tipo de formación cultural protagonizado simultáneamente por la escuela y por los medios masivos.

De manera diferente, las sociedades latinoamericanas asumieron perfiles socio-culturales excluyentes, dejando de lado a los vastos contingentes nativos o mestizos. Estos permanecieron sin derecho a escuela y consecuentemente también sin condiciones de acceso a los productos simbólicos de calidad difundidos por los medios masivos.

A pesar de eso, estaba implícita la comparación de los respectivos perfiles socio-políticos. Las sociedades angloamericanas se afirmaban precozmente como naciones (siglo XVIII), inspiradas en los ideales de la democracia representativa. Por eso atribuyeron a los medios masivos la función de “cuarto poder”, estableciendo no sólo un régimen de coexistencia con la máquina gubernamental, sino impidiendo constitucionalmente la posibilidad de crear obstáculos para su libre expresión.

Por contraste, las sociedades latinoamericanas vendrían a perfilarse tardíamente (siglo XIX) como naciones independientes. Optando por los sistemas autoritarios de organización política, reproduciendo los modelos aristocráticos ibéricos. Por este motivo se confiere a los medios masivos, periodismo y después a los medios masivos electrónicos un papel de control social difuso. Emerge de ahí la furia legislativa que asola a los poseedores del poder, tratando de crear filtros mediáticos, maniatando a sus propietarios o corrompiendo a sus profesionales<sup>26</sup>.

No es sin motivo que Barbosa Lima Sobrinho defiende la vigencia de leyes sensatas, capaces de regular los abusos cometidos por los medios masivos, pero sin inhibir su funcionamiento libre y continuo. Cuando él rescata la tradición norteamericana de los “códigos de ética”, lo hace precavido, teniendo en cuenta el “escepticismo” imperante en nuestras sociedades nacionales.

Figurándose ineficaz en el ejercicio de la auto-reglamentación, se hace necesario el arbitrio del poder público, a través de mecanismos transparentes de conducta, castigando *a posteriori* a los respectivos infractores.

Como “espejo de la sociedad” los medios masivos sólo podrán tener referentes más elevados en la medida en que, tanto los consumidores como los productores, posean una mejor formación. La educación de los consumidores reposa decisivamente en la universalización de la escuela básica, nutriendo a la población de aquellos referentes culturales capaces de demandar mejores contenidos. En cuanto perdura este proceso de crecimiento del nivel cultural de la sociedad, compete a los productores mediáticos proporcionar agenda y contenidos sintonizados con las preferencias y gustos populares. Contribuyendo a su elevación gradual, se espera que no agraven, aún más, la bola de nieve de la exclusión comunicacional.

Esta es una variable del “problema mediático”, descrito por el latinoamericano Barbosa Lima Sobrinho, y merece atención particular de los investigadores académicos. En su diagnóstico él

---

<sup>26</sup> La comparación entre los dos modelos de sociedad está ampliamente documentada en el libro de José Marques de Melo – *Historia Social de la Imprenta*, Porto Alegre, EDIPUCRS, 2003.



transfiere la cuestión directamente a los profesionales mediáticos, recomendando su “educación universitaria”, como ya venían ensayando los norteamericanos desde el inicio del siglo XX.

Esta situación sólo se generalizó en América Latina en la segunda mitad del mismo siglo, coincidiendo con la transformación de las propias universidades. Estos centros ya habían superado la fase de entrenamiento puro y simples de la mano de obra destinada al comercio, a la industria y al servicio público, convirtiéndose también en agencias productoras de conocimiento<sup>27</sup>. La investigación se incorporaba a la rutina de sus laboratorios y los nuevos profesionales incorporaban las innovaciones científicas a su equipaje intelectual.

La ecuación mediática se hacía evidentemente más compleja, teniendo en cuenta los mecanismos creados por la investigación social para auscultar con precisión y sensibilidad las demandas populares. Siendo posible ese reconocimiento previo de las necesidades de los consumidores, corresponde a los productores, hoy superiormente educados, controlar sus ímpetus voluntariosos (casi siempre dotados de matices elitistas), dejándoles organizar las agendas mediáticas. O mejor, no pretendiendo imponerlas, de acuerdo con posturas salvacionistas o idearios culturalistas, casi siempre justificados como parte de su misión civilizadora.

La gran dificultad latinoamericana para establecer una sintonía entre la agenda construida por los productores mediáticos y las expectativas de las corrientes mayoritarias de los consumidores culturales está en la ausencia de investigación sistemática que ilumine las motivaciones de la audiencia. Como las empresas privadas que realizan *ratings* constantes se limitan a mensurar los hábitos del consumo, correspondería a los centros de investigación de las universidades desvelar esa “caja negra”, evitando que se transfieran mecánicamente a nuestras sociedades las concepciones teóricas importadas de las sociedades del norte, como si fuesen igualmente aplicables a nuestras realidades.

Poseedores de conocimiento de esa naturaleza, podríamos actuar en dos frentes: 1) formando competentemente a los profesionales que van a actuar en producción y gestión de las industrias mediáticas; 2) realizando experiencias en los laboratorios de las propias universidades para crear nuevos formatos y contenidos mediáticos adecuados a las expectativas simbólicas y los gustos estéticos de las grandes masas culturalmente pauperizadas de la audiencia.

Si actuásemos de tal forma, estaríamos contribuyendo positivamente para reducir el “déficit cultural” existente en nuestros países, dando un paso adelante en el paradigma comunicacional que cultivamos. O sea, dejaríamos de contemplar solemnemente a nuestras sociedades en el espejo mediático para intentar transformarlas, ayudando a elevar el nivel cultural de nuestras poblaciones y creando flujos interactivos continuos entre las audiencias y los productores de contenido.

La investigación comunicacional ha hecho, en las últimas décadas, incursiones significativas para comprender las mediaciones culturales<sup>28</sup> ejercidas por las agencias socializadoras. Viene estudiando como la familia, la escuela, la iglesia o las asociaciones comunitarias recodifican los contenidos diseminados por los medios masivos, atribuyéndoles sentidos identificados con sus legítimos referentes simbólicos.

Tales evidencias estimularon proyectos de “educación para la recepción”<sup>29</sup> que sin duda pueden influir en la corrección de desvíos cometidos por los segmentos pertrechados simbólicamente, re-direccionando sus hábitos de consumo. Esos bolsones son generalmente

<sup>27</sup> Las singularidades latinoamericanas están esbozadas en el capítulo “La naturaleza del conocimiento mediológico”, del libro de José Marques de Melo- *Historia del Pensamiento Comunicacional*, San Pablo, Paulus, 2003.

<sup>28</sup> La fuente inspiradora de tales investigaciones innegablemente es el libro de Jesús Martín Barbero – *De los medios a las mediaciones*, México, Gustavo Gili, 1987.

<sup>29</sup> Ilustran adecuadamente esa corriente el conjunto de las alternativas sugeridas por Mercedes Charles y Guillermo Orozco en la colección *Educación para la recepción: hacia una lectura crítica de los medios*, México, Trillas, 1990 o los guiones elaborados por Ismar de Oliveira Soares – *Para una lectura crítica de los periódicos*, (1984), *Para una lectura crítica de la publicidad*, (1988) San Pablo, Ediciones Paulinas.

constituídos por consumidores que poseen capacidad adquisitiva suficiente para demandar productos de mejor calidad, en fuentes alternativas.

Con todo, permanecen excluidos de este proceso en constante cambio aquellos contingentes societarios que habitan cordones periféricos de las grandes metrópolis. Generalmente constituídos por emigrantes oriundos de la zona rural, ellos conservan patrones culturales que no se juntan con los referentes diseminados por la red escolar. Por eso, quedan al margen de los contenidos difundidos por los MCS. De ahí la necesidad de crear sus propias redes de socialización<sup>30</sup> para poder sobrevivir en el nuevo ambiente en que fueron condenados a habitar compulsivamente.

Innegablemente, la estrategia más adecuada para rellenar ese vacío cognitivo está en el desciframiento de aquellas “matrices de cultura”<sup>31</sup> de las clases subalternas. En un segundo momento, debemos convertirlas en artefactos simbólicos que puedan ser difundidos por las industrias mediáticas. Y, de esta forma, sustituir gradualmente los contenidos “importados”, preferidos por las audiencias ante la falta de opciones populares-nacionales<sup>32</sup>. O entonces ocupar el espacio de aquellos mensajes “híbridos”, generalmente producidos en la propia región. En la medida en que sus referentes están situados en capas superiores de la sociedad, no podemos extrañar que ellos sean rechazados por las corrientes mayoritarias de la audiencia. Se trata en verdad de un mecanismo de defensa, pues su repertorio intelectual no les permite disfrutarlas convenientemente.

### Guión de luchas

Para ingresar altivamente en el siglo XXI, instaurando políticas comunicacionales históricamente fieles a los legados de nuestros pioneros<sup>33</sup>, la comunidad latinoamericana de ciencias de la comunicación se debate en dos frentes simultáneos: la batalla de la ciudadanía y la batalla académica.

Difícil, amplia y polifacética es, sin duda, la **batalla de la ciudadanía**. Se desenvuelve en el ámbito de las sociedades nacionales, que necesitan romper las estructuras ancestrales de la exclusión social, en el sentido de garantizar oportunidades equívocas a todas las capas de la población para disfrutar los beneficios del progreso.

Se trata de una batalla vigorosa contra la ignorancia, que impide el florecimiento de las demandas de naturaleza cognitiva. Pero también de una batalla contra el silencio, que neutraliza el impulso a la expresión individual y los sentimientos colectivos.

---

<sup>30</sup> Tales mecanismos de resistencia cultural y de resocialización intensiva fueron ampliamente estudiados por Luiz Beltrão en sus libros: *Folkcomunicación, un estudio de los agentes y de los medios populares de información de hechos y expresión de ideas*, 2ª . ed., Porto Alegre, EDIPUCRS, 2001, y *Folkcomunicación, la comunicación de los marginalizados*, San Pablo, Cortez, 1980.

<sup>31</sup> Un buen itinerario para comenzar esa cruzada en dirección al conocimiento del gusto popular está contenido en el libro de Jesús Martín Barbero - *Procesos de comunicación y matrices de cultura*, México, Gustavo Gili, 1987.

<sup>32</sup> De cierta manera, esta fue la táctica empleada por la industria televisiva brasileña en el proceso de ‘substitución de importaciones’ da aquellos productos audiovisuales otrora procedentes de las fábricas norteamericanas. Recientemente, los contenidos diseminados por las redes brasileñas de televisión abierta en el ‘horario noble’ (prime time) son predominantemente nacionales. Quien describe con argucia esa estrategia bien sucedida es el escritor cubano-mexicano Mario Nieves – *Televisión bajo palabra: poder, palabra e identidad en la TV brasileña*, Monterrey, Universidad Regiomontana, 2002.

<sup>33</sup> Ese legado está descrito en los tres volúmenes que inician la serie “Anales de la Escuela Latinoamericana de Comunicación”: José Marques de Melo & Juçara Brittes - *La trayectoria comunicacional de Luiz Ramiro Beltrão* (1998), José Marques de Melo & Paulo da Rocha Dias – *El percurso intelectual de Jesús Martín Barbero* (1999) y José Marques de Melo & Maria Cristina Gobbi – *Génesis del pensamiento comunicacional Latinoamericano* (2000), publicado en conjunto entre la UNESCO y la UEMESP, São Bernardo do Campo, Brasil.

Su territorio es predominantemente el de la **escuela**, donde las nuevas generaciones necesitan aprender a leer, a escribir y a contar, juntando requisitos capaces de producir y consumir informaciones cotidianamente.

Para incorporarlas en el circuito de producción y consumo de bienes culturales, es indispensable analizar varios problemas conexos. Entre ellos, el déficit de las telecomunicaciones, garantizando a los neoc Ciudadanos el acceso universal a las tecnologías digitales y a los proveedores de los servicios. Inclúyase en este panorama, el costo de los productos de la industria de contenidos culturales (libros, periódicos, revistas, discos y similares.)<sup>34</sup>

Al eliminar la **exclusión comunicacional**, las sociedades latinoamericanas estarán habilitadas para recorrer el camino de la elevación cultural de sus industrias mediáticas y, consecuentemente, para forjar ciudadanos que hagan de la democracia el instrumento de la coexistencia pacífica y de una cooperación civilizada<sup>35</sup>.

Específica, pero sinuosa y resistente, ha sido la **batalla de la academia** que se libra en las universidades. Su inhibidor contumaz ha sido el “síndrome del colonizado” que aún marca la fisonomía de gran parte de nuestra vanguardia intelectual.

Para vencer esta batalla, superando la tendencia del comportamiento aislacionista que nos ha debilitado, conduciendo, a veces, la inercia corporativa, debemos rescatar el compromiso histórico con la transformación de las sociedades a la que pertenecemos.

En ese aspecto, nos gustaría reiterar algunas metas, propuestas para el debate de la comunidad latinoamericana de ciencias de la comunicación, durante el último congreso de la ALAIC (Santa Cruz de la Sierra, 2002)<sup>36</sup>.

a) Naturaleza procesual de la comunicación. Las tendencias recientes de investigaciones centradas en las mediaciones (estudios de recepción), ideología (análisis de discurso) y mercadología (marketing político) colaboran para desacralizar la comunicación en tanto fenómeno colectivo. Se hace imprescindible contemplar la comunicación como proceso social, incentivando estudios sobre el comportamiento de los emisores (mapas etnográficos o sociográficos) y sobre los efectos (impactos psico-sociales, políticos, educativos), con la finalidad de influir en la etapa de construcción de nuevos productos mediáticos. Se trata de producir conocimiento aplicable o de hacer la crítica socialmente utilitaria.

b) Autonomía teórica, fomentando la crítica metodológica. Se trata de superar el ¿reboquismo? en relación a las ciencias sociales, asumiendo nuestro perfil de ciencias aplicadas y recurriendo a estrategias investigativas que permitan guardar conocimientos capaces de mejorar la calidad de los productos mediáticos demandados por la sociedad. Debemos preservar el diálogo con las ciencias sociales, en condiciones equilibradas de sociedad académica, superando un cierto complejo de inferioridad intelectual que fragiliza al sector más diletante de nuestra comunidad.

c) Rescate del conocimiento empírico, en su triple dimensión: autóctono, mestizo y popular. Lamentablemente, tendemos a desdeñar todo aquello que es nativo, peculiar, rústico, al mismo tiempo que rechazamos las demandas populares. Gran parte de la tradición comunicacional latinoamericana proviene de las adaptaciones metodológicas que hicimos de modelos importados y

<sup>34</sup> Tales cuestiones se encuentran mejor dimensionadas en el ensayo de José Marques de Melo – La muralla digital: desafíos brasileños para construir una sociedad del conocimiento, In: Círculo Peruzzo & Juçara Brites – *Sociedad de la Información y nuevos medios: participación o exclusión?* San Pablo, Intercom, 2002, p. 37-44

<sup>35</sup> Esta batalla está documentada en todas sus fases en el artículo de José Marques de Melo – Exclusión comunicacional y democracia mediática, *Telos* 51, (2002): 28-31, Madrid, Fundación Telefónica.

<sup>36</sup> José Marques de Melo \_ Ciencias de la Comunicación en América latina: itinerario para ingresar en el siglo XXI, *Memoria del VI Congreso de la ALAIC*, Santa Cruz de la Sierra, Bolivia, 2003.

de soluciones ingeniosas que asimilamos de las culturas populares. En la formación de nuevas generaciones de comunicadores, debemos tener valor suficiente para recurrir al arsenal empírico guardado por las corporaciones profesionales, ayudar a sistematizarlo y actualizarlo a partir de la referencia crítica que siempre permeó el trabajo universitario.

Estas ofensivas pueden ayudar a transformar aquella realidad injusta, a la que nos referimos inicialmente. Y debemos comenzar por la superación del estado de casi atrofia al que se autocondenaron nuestras comunidades académicas. Inapetentes para el trabajo cooperativo, ¿céticas¿ en relación a los proyectos holísticos, temerosas en reconocer el mérito de las generaciones precedentes, avergonzadas delante de su propia identidad, las comunidades académicas patinan dramáticamente, confusas delante del pasado, desconfiadas en relación al futuro.

En esta coyuntura histórica, nuestro mayor desafío es la constitución negociada de una comunidad panamericana, dirigida por el libre comercio, por el multiculturalismo y por la coexistencia democrática. Este puede ser nuestro pasaporte para disfrutar de un lugar al sol en el nuevo mapa del mundo.

Por lo tanto, nada más oportuno que restaurar aquella solidaridad latinoamericana, antes vista de forma casi mesiánica por el antropólogo Darcy Ribeiro<sup>37</sup>.

“...sobre nuestros hombros recaerá, en gran parte, la tarea de crear una nueva occidentalidad que sea, por primera vez, una civilización humana respetable. (...) sólo veo a nosotros para la tarea urgente de humanizar nuestra civilización y orientarla por caminos solidarios que libren a los hombres del miedo y les devuelva la alegría de vivir.”

---

<sup>37</sup> RIBEIRO, Darcy – *América Latina, la patria grande*, 2ª . ed., Editora Guanabara, 1986, p.105-106

## Comunicación para el Desarrollo Dilemas en la Sociedad de la Información

### Latinoamérica: nuevos y viejos problemas

Reflexionar sobre la comunicación para el desarrollo en América Latina, en el contexto de la emergente sociedad de la información, constituye un ejercicio intelectual que exige preliminar ubicación histórica.

Por lo tanto es indispensable retomar la tesis que hemos defendido en otros territorios y en otras ocasiones, en el sentido de que el fenómeno corriente de la interacción planetaria no puede ser considerado exclusivamente como señal de la post modernidad.<sup>38</sup>

Él representa, en verdad, la culminación de un proceso desencadenado hace más de cinco siglos.

Su inicio se remonta al ciclo de las navegaciones europeas, enviadas con propósitos civilizatorios o evangelizadores, pero sin duda destinadas a hacer avanzar las fronteras económicas de las potencias coloniales del Viejo Mundo.

De la misma forma, los movimientos contemporáneos protagonizados por la generación de los cibernautas están fundamentados en finalidades altruistas o pacifistas, pero no logran disimular la competencia entre las potencias hegemónicas del Nuevo Mundo, también fascinadas por el dominio de los mercados, próximos o distantes.

Desde que se constituyeron como estados políticamente autónomos, en los inicios del siglo XIX, las naciones latinoamericanas se fueron desarrollando intelectualmente bajo el estigma de la exclusión cognitiva, heredera de aquella "cultura de silencio" identificada por Paulo Freire. Tal hecho reproducía en gran escala el modelo de sociedad cultivado por el régimen colonial, tanto bajo la dirección de los castellanos como de los lusitanos, teniendo continuidad durante el régimen independiente, bajo el comando de las *oligarquías criollas*.

Estamos ingresando al siglo XXI, pudiendo celebrar, en la geografía americana, cinco siglos de institucionalización mediática. Aún así, el mapa de la exclusión intelectual permanece substancialmente inalterado de México a la Patagonia. Continúan en vigencia panoramas caracterizados por el pauperismo cultural de las grandes masas. Ellas están generalmente distanciadas o fueron precozmente expulsadas de las redes educativas formales.

Los mayores contingentes humanos de América Latina se nutren de conocimientos efímeros, fragmentados y superficiales solamente propiciados por las "escuelas paralelas" que brotan de las redes mediáticas. Engrosando la categoría de los ciudadanos de segunda clase, ellos se hacen inapetentes o impotentes en el sentido de actuar como sujetos democráticos de su propia historia.

Por eso el reto principal para construir nuestra sociedad de la información debe ser entendido como una práctica para alcanzar la sociedad del conocimiento.

Esta otra sociedad se fundamenta en la democracia representativa y en la economía distributiva. Se trata, sin duda alguna, de aquellos cambios socializados a través del impacto persuasivo de la comunicación global, cuya fuerza simbólica se proyectó en América Latina en el sentido de frenar los ciclos autoritarios que tantos estigmas produjeron en nuestras comunidades nacionales.

Vivenciamos, en el último decenio del siglo XX, experiencias democráticas capaces de impulsar pueblos y naciones propensas a fortalecer el proceso civilizatorio al interior de varios países de la región. Entretanto, la pequeña velocidad de los flujos de redistribución de renta,

---

<sup>38</sup> MARQUES DE MELO, José - La sociedad de la información como reto democrático, *Telos* n. 61, Madrid, FUNDESCO, 2004, p. 14-15

maniatados por mecanismos ancestralmente arraigados en el tejido social, puede funcionar como instancia inhibitoria del sentimiento democrático en nuestras poblaciones. En otras palabras, puede conducir a retrocesos indeseables en la esfera política.

Las señales de esa reversión de expectativas están explícitas en los resultados difundidos por una de las últimas ediciones de Latinobarómetro<sup>39</sup>. El sondeo de opinión hecho en el período de 18 de julio a 28 de agosto de 2003, en 17 países de América Latina, demuestra que solamente 28% de los ciudadanos latinoamericanos están satisfechos con la democracia. Entretanto 53% siguen confiando en el sistema democrático y 64% todavía creen que la democracia constituye el único camino capaz de conducir al desarrollo.

En la geografía latinoamericana, los países cuyas poblaciones reiteran su confianza en la democracia son: Uruguay (78%) y Costa Rica (77%). Por otra parte, la erosión de la confianza en el régimen democrático se muestra más fuerte en: Guatemala (33%) y en Brasil (35%).

Se trata de una tendencia que debe ser examinada y reflexionada minuciosamente por los formadores de opinión pública, detentadores de espacios privilegiados en el sistema mediático, éticamente responsables por la consolidación del sistema democrático en nuestro continente, pero que ni siempre se pautan por la difusión de informaciones fidedignas y de explicaciones constructivas.

Tales agentes periodísticos pueden robustecer la inestabilidad política en nuestro continente, siempre que actúan en el sentido de descalificar las instituciones democráticas, exigiendo de los mandatarios legítimamente electos por la población la realización de cambios estructurales en plazos cortos, sin obediencia al rito de la legalidad republicana. De esta manera, pueden inducir las masas desinformadas y deseducadas a cultivar sentimientos golpistas o salvacionistas.

Talvez la conclusión asustadora de esa encuesta de opinión pública esté en el crecimiento de la postura antidemocrática de los ciudadanos latino-americanos. Aún cuando la mayoría continúe creyendo en la democracia, se comprueba que 53% respaldarían tranquilamente gobiernos no-democráticos, desde que sean capaces de resolver los problemas económicos.

Crece en el continente el descrédito en relación a las instituciones tradicionales como la Iglesia, el Ejército o los Medios de Comunicación. Según el equipo coordinador de la investigación, "los latinoamericanos están cada vez más conscientes de sus derechos, y saben también que esos derechos no han sido respetados". Por eso, "ahora ellos se tomaron las calles para exigir aquello que les pertenece". (...) "La investigación apunta una correlación entre el mayor acceso a la educación y la inestabilidad social que se alzó en los últimos años con la deposición de cuatro presidentes nacionales motivadas por manifestaciones populares".

Otro dato enigmático es aquel que traduce el sentimiento de desconfianza de los latinoamericanos respecto a sus conciudadanos, denotando el enflaquecimiento de los lazos de solidaridad comunal inherente a las sociedades que poblaban la región antes de la llegada de los colonizadores europeos. Apenas 17% de los latinoamericanos revelan confianza en sus conciudadanos.

En su informe 2004, el Latinobarómetro<sup>40</sup> hace un balance del estado de la opinión pública en la región, llegando a una conclusión que rescata el papel significativo de la comunicación en el proceso de desarrollo.

"Los datos muestran (...) después de una década de mediciones (...) como persisten los problemas de cultura política que habían al inicio de las transiciones" del autoritarismo a la democracia. "La región, sin embargo, parece haber consolidado su opinión de que sin economía de mercado no es posible el desarrollo, pero está muy descontenta con su desempeño". (...) "Con

<sup>39</sup> FOLHA DE S. PAULO - AL está infeliz com democracia e mercado, São Paulo, 1/11/2003, p. A14

<sup>40</sup> LATINOBARÓMETRO – Informe de prensa 2004. <http://www.latinobarometro.org>

todo, la percepción de los pueblos es que los países están gobernados para el bien de unos pocos y no de todo el pueblo". (Latinobarómetro, 2004)

Esa tendencia remite a una cuestión que valoriza la función educativa de los medios de comunicación masiva y de las redes de comunicación popular en la construcción de una "cultura política" capaz de respaldar el desarrollo socio-económico, a través de la participación de los ciudadanos en la vida cotidiana de la sociedad.

"El cambio cultural que se requiere para llegar a ser un país desarrollado con una democracia consolidada, va mucho más allá del funcionamiento correcto de las instituciones, mucho más que la aplicación de reformas económicas, y mucho más que elecciones libres y regulares que producen alternancia de poder." (...) "Es la inclusión de los ciudadanos efectivamente como iguales ante la ley y los conciudadanos la que produce ciudadanía, lo que implica disminuir la pobreza y abrir las oportunidades. El cambio más importante para consolidar la democracia es que los habitantes perciban que se está gobernando para ellos y no para el bien de unos pocos". (Latinobarómetro, 2004)

Sólo a través del fortalecimiento del "autoestima" de los ciudadanos, como parte del engranaje psicológico de cultivo de una "identidad cultural" que los define como nación o región, será posible superar el estigma del "subdesarrollo"<sup>41</sup> que nos mantiene como pueblos periféricos o marginales.

Por eso mismo, en una de sus últimas reflexiones públicas, el economista Celso Furtado, plantea una reconceptualización de las estrategias para superar la "dependencia histórica" de los países de industrialización retrasada, anestesiados por una "ilusión" del desarrollo<sup>42</sup>.

En tiempos de globalización, Furtado enseña: "La primera condición para ultrapasar el subdesarrollo es escapar de la obsesión para reproducir el perfil de aquellos que se autodenominan desarrollados. Es asumir nuestra propia identidad. En la crisis de civilización que vivimos, solamente la confianza en nosotros mismos puede restituir la esperanza de llegar a puerto seguro".

Se trata de una misión típica de los sistemas de comunicación social, operando como agentes del rescate y preservación de la identidad cultural que caracteriza nuestros pueblos. Eso significa entender el proceso de desarrollo en su dimensión cultural. "Si la política de desarrollo objetiva enriquecer la vida de los hombres, su punto de partida tendrá que ser la percepción de los fines, de los objetivos que los individuos y la comunidad se proponen alcanzar. En ese sentido, la dimensión cultural de ese tipo de política deberá prevalecer sobre todas las demás."

No olvidemos que en las "sociedades que se ubicaran en el comercio internacional como exportadoras de unos pocos productos primarios, y que en período posterior conocen el proceso de industrialización basado en la sustitución de importaciones, el proceso de acumulación de bienes culturales es en gran parte comandado del exterior, en función de los intereses de los grupos que comandan los negocios internacionales: la coherencia interna del sistema está, en consecuencia, sometida a presiones destructoras." (...)

Desde ahí se comprende la importancia del concepto de "identidad cultural" con el cual deben trabajar los estrategias de comunicación para el desarrollo en el escenario complejo de la "sociedad de la información", con la intención explícita de concretizar la idea de desarrollo defendida por Celso Furtado como "esfuerzo permanente de renovación del presente y construcción del futuro".

---

<sup>41</sup> FURTADO, Celso – A estrutura centro-periferia, In: *Pequena introdução ao desenvolvimento*, São Paulo, Nacional, 1980, p. 79-87

<sup>42</sup> FURTADO, Celso - *O Capitalismo Global*, Rio de Janeiro, Paz e Terra, 1998

## Estigmas del pasado

El estigma de la **exclusión comunicacional**<sup>43</sup> en América Latina reproduce en gran escala el modelo de sociedad cultivado por el régimen colonial.<sup>44</sup> Tanto en los territorios bajo la dirección de los españoles como en aquellas áreas tuteladas por los portugueses, ese fenómeno ha tenido continuidad durante el régimen independiente, cuando el comando político pasó a las manos de las *oligarquías criollas*.

No obstante contando con medios impresos de comunicación gobernados por la doctrina de la *libertad de expresión y pensamiento*, las repúblicas hispanoamericanas y el imperio lusobrasileño consolidaron modelos informativos contruidos como *privilegios de las élites*. Considerando que los grandes contingentes de las poblaciones nacionales eran formados por trabajadores iletrados, libres o esclavos, viviendo en el campo o en las ciudades, los medios impresos de comunicación (libros, revistas y periódicos) se convirtieron históricamente en espacio disfrutado apenas por las clases superiores, incluyendo las camadas medias beneficiadas por los conocimientos adquiridos en la escuela.

Se trata de panorama contrastante con aquel que funcionó en los territorios de colonización angloamericana. En ellos predominó, no apenas un padrón diverso de sociedad, en gran parte construido por el voluntarismo típico de los disidentes religiosos, pero sobretudo por una postura civilizatoria robustecida por la creencia utópica en la educación. Esto garantizó, desde temprano, el funcionamiento de escuelas, bibliotecas, imprentas y otros mecanismos destinados a fomentar la circulación de novedades, conocimientos o ideas.

De esta manera, fue posible a estas colonias europeas, localizadas en el norte de América, a través de la **inclusión comunicacional**, unificar estrategias precoces de liberación del yugo colonial, ejercitando formas de gobierno sintonizadas con los preceptos de la democracia representativa. Para ello, fue necesario fortalecer redes mediáticas, con la función de integrar políticamente las comunidades unificadas, pero también vocacionadas para asimilar culturalmente los inmigrantes procedentes de varias partes del mundo, cuya fuerza de trabajo convirtió a las jóvenes naciones anglófonas en potencias económicas.

La situación intelectual de las naciones latinoamericanas comenzaría a ser modificada solamente en el siglo XX, a través de las políticas públicas destinadas a la universalización del sistema educacional. Adoptadas en pocos países, ellas alcanzaron preferencialmente a las poblaciones residentes en los centros metropolitanos. El proceso de reducción de la marginalidad comunicacional de las grandes masas sudamericanas apenas sería alterado con el incremento de las tecnologías electrónicas de difusión simbólica.

La expansión de la radio (a partir de los años 30) y el desenvolvimiento de la televisión (a partir de los años 50) ofrecen oportunidades para la mejora del apetito cognitivo de las poblaciones económicamente activas. Hasta los sectores analfabetos serían promovidos a la condición de consumidores culturales de los productos sonoros o audiovisuales diseminados por redes abiertas, accesibles a bajo costo.

Estamos ingresando al siglo XXI, pudiendo celebrar, en la geografía americana, cinco siglos de institucionalización mediática. Aún así, el mapa de la exclusión comunicacional permanece substancialmente inalterado de México a la Patagonia. Continúan en vigencia panoramas caracterizados por el pauperismo cultural de las grandes masas. Ellas están generalmente distanciadas o fueron precozmente expulsadas de las redes educativas formales.

---

9. MARQUES de MELO, José – Exclusión comunicacional y democracia mediática; dilema brasileño en el umbral de la sociedad y la información, *Telos – Cuadernos de Comunicación, Tecnología y Sociedad* (2001): 51- 28-32, Madrid, Fundación Telefónica

<sup>44</sup> MARQUES de MELO, José – *A esfinge midiática*, São Paulo, Paulus, 2004



Transformar esa realidad injusta constituye el mayor enigma de los estudiosos de los medios masivos en nuestras sociedades.

Por eso mismo pretendemos hacer algunas reflexiones tomando como referencia los datos singulares que componen el perfil cultural-mediático de la sociedad brasileña. Eso puede parecer un ejercicio reduccionista, pero nuestra intención no es otra sino esbozar parámetros comparativos, suscitando análisis semejantes en otros países latinoamericanos.

### Dilemas del presente

Aún cuando Brasil inicia el nuevo siglo viviendo una de las más vigorosas prácticas de la libertad de prensa, lamentablemente debemos reconocer que ella constituye un privilegio de las elites nacionales <sup>45</sup>. Los grandes contingentes de nuestra población permanecen al margen de la libertad constitucional. Dejan de beneficiarse tanto de la prerrogativa de la libre expresión como del derecho a tener acceso a la información que los habilita para la plena ciudadanía y consecuentemente a la participación integral en la vida democrática.

Testimoniamos la continuidad de aquel fenómeno caracterizado como **exclusión comunicacional**. No se trata de una situación peculiar a Brasil, esto también es perceptible en un gran número de países. Justamente aquellos que aún no lograron construir democracias estables. Donde todos los ciudadanos puedan participar de los beneficios de la modernidad.

Se trata de la persistencia de aquella **cultura del silencio** a la que se refirió Paulo Freire cuando diagnosticaba el **mutismo** de la población brasileña durante el período colonial<sup>46</sup>. Situación que se proyectara sobre el Brasil independiente, prolongándose hasta mediados del siglo pasado, agravándose por la herida del analfabetismo.

Sin manejar el código alfabético, sin saber leer, contar y escribir, la mayoría de nuestra población permaneció casi muda, por la falta educacional y por la inhibición cultural a la que fue sometida por nuestras elites dirigentes.

Al ingresar al siglo XXI, Brasil sufre de un mal endémico. Su prensa permanece restringida a un sector minoritario de la sociedad. Es reducido el número de brasileños que son lectores regulares de libros, revistas o periódicos, cuando comparados a los estadounidenses, canadienses, ingleses, franceses, argentinos o chilenos.

Adquiere características singulares la crisis nacional de la lectura de los periódicos. La expansión de los tirajes diarios se muestra absolutamente descompasada con el ritmo del incremento demográfico.

En la década de 50 del siglo XX teníamos un volumen diario de 5,7 millones de ejemplares de periódicos para una población de 52 millones de habitantes. Llegamos al siglo XXI con un tiraje diario de 7,8 millones de periódicos para una población estimada en más de 170 millones de personas.

La población brasileña creció más de 300%, mientras que el tiraje diario de los periódicos se amplió apenas 40%, en la última mitad del siglo XX.

Lo más grave en tal confrontación estadística está en el hecho de que, en el mismo período, se amplió la escolarización en todo el país, se redujo el índice de analfabetismo<sup>47</sup>.

<sup>45</sup> MARQUES de MELO, José – *Jornalismo Brasileiro*, Porto Alegre, Sulina, 2003

<sup>46</sup> MARQUES de MELO, José – A comunicação na pedagogia de Paulo Freire, In: MARQUES DE MELO & CASTELO BRANCO, orgs. – *Pensamento Comunicacional Brasileiro: o grupo de São Bernardo*, São Bernardo do Campo, Editora UMEESP, 1999, p. 225-246

<sup>47</sup> Haciendo un balance de la coyuntura, la contabilidad pública registra cambios significativos. "En el caso de la educación, el avance fue notable. La proporción de niños entre 7 y 14 años que no frecuentaban la escuela bajó de 13,4% para 3,1%, y hubo una disminución expresiva en todos los demás grupos de edad considerados. Se destaca el aumento de la escolarización de las mujeres, de los más pobres y de los negros. La tasa de analfabetismo bajó de

Concomitantemente, aumentó el nivel de la renta nacional, creciendo también la capacidad adquisitiva de las camadas medias de nuestra población. Pero los tirajes de la prensa diaria vegetaron en niveles sin expresión.

Esta es la otra cara de la libertad de la libertad de expresión pública en Brasil. Ella constituye un privilegio de las elites que pueden manifestarse libremente a través de modernos soportes mediáticos. Representa también un privilegio de las clases medias que fueron educadas para leer, adquiriendo capacidad de abstracción para participar del banquete intelectual de la humanidad.

Aún cuando tengamos acceso a informaciones rápidas, condensadas y simplificadas que fluyen a través de los medios electrónicos, los contingentes mayoritarios de nuestra sociedad no asimilaron los contenidos culturales que les permitieran aprender integralmente los sentidos diseminados por productos de la industria cultural.

Se encuentran privados de la **libertad de expresión** en la medida en que no tienen competencia cognitiva. Marginados de la cultura letrada, no participan equitativamente de las oportunidades de ascensión social que la sociedad democrática les ofrece. Excluidos de la educación avanzada, permanecen inferiorizados en el acceso a los puestos de trabajos calificados que surgen en el interior de la economía de mercado.

Todo el esfuerzo que está haciendo el gobierno brasileño para ampliar las fronteras de la **sociedad de la información** en el territorio nacional<sup>48</sup> choca justamente en el fenómeno de la **exclusión comunicacional**.

Recientemente una encuesta del IBOPE<sup>49</sup> estima que el universo de la internet en Brasil alcanza a un sector de 10 millones de usuarios. Esta cifra es comparable a la de los lectores de periódicos. Se trata de contingentes superpuestos. Los internautas corresponden aproximadamente a los ciudadanos que tienen el hábito de informarse por la prensa.

Es posible que la población usuaria de la **web** venga a duplicar o triplicar en el transcurso de esta primera década del siglo XXI. Pero es probable también que ese crecimiento no esté relacionado con el mundo de la información, fortaleciendo la ciudadanía. Deduciendo por los hábitos preferenciales de los internautas de ese primer ciclo histórico de la web, que se guían por el inmediatismo utilitarista o hedonista, trabajaremos con la hipótesis de que la libertad de prensa no tiende a alargarse en el país. Justamente por la incapacidad o inapetencia de los nuevos ciudadanos respecto a la información cotidiana o contextual.

De esta manera, nuestra democracia dejará de ser fortalecida por la fragilidad de la sociedad civil, por el raquitismo de la ciudadanía.

La vida democrática se apoya en la libertad de expresión, entendida como la expresión plural de las corrientes de pensamiento que actúan en la sociedad. Pero ella sólo se robustece cuando el conjunto de la sociedad tiene acceso a los beneficios de la información pública.

La exclusión comunicacional constituye un serio riesgo para la estabilidad democrática y consecuentemente para la gobernabilidad.

Este es el dilema principal con que nos deparamos en el inicio del nuevo siglo. Reflexionar sobre él es decisivo para no repetir los mismos errores históricos que pusieron la libertad de expresión en un columpio político, alternando momentos de vigencia plena en los ciclos

---

16,4% para 11,5%, en diez años, y no volverá a crecer porque ahora los niños están frecuentando las escuelas". CARDOSO, Fernando Henrique – Sobre décadas e heranças, *O Estado de S. Paulo*, 2/11/2003, p. 2

<sup>48</sup> "Lo que se sabía con menos claridad era que en relación al nivel educacional y el acceso a los medios modernos de comunicación y conocimiento habían aumentado. Los teléfonos, presentes en 19% de las casas en 1992, existían en 61,6% en 2002! Es el primer paso para una expansión aún mayor de acceso a la internet. De un año para otro, de 2001 para 2002, los únicos para los cuales hay datos disponibles, las residencias que disponían de microcomputadores pasaron de 12,6% para 14,2%, de las cuales 10,3% conectadas a la internet." CARDOSO, Fernando Henrique – Sobre décadas e heranças, *O Estado de S. Paulo*, 2/11/2003, p. 2

<sup>49</sup> Instituto Brasileño de Opinión Pública y Estadística, empresa privada que produce encuestas y análisis de mercadeo.

democráticos con instantes dramáticos marcados por el primado de la censura en los ciclos autoritarios.

Cuando una sociedad preserva el derecho de expresión de sus elites, pero garantiza, al mismo tiempo, el derecho de información al conjunto de sus ciudadanos, ella está fortaleciendo su experiencia democrática y previniéndose contra los retrocesos constitucionales. Solamente un pueblo bien informado es capaz de escoger gobernantes capaces de convertir la libertad de expresión en pieza clave del constante perfeccionamiento democrático.

### **Desafíos para el futuro**

¿La sociedad de la información ha actuado como instrumento que amplía el distanciamiento de clases y pueblos? Estamos hablando de la muralla digital entre el norte y el sur, entre pobres y ricos, como por otro lado, también, entre pueblos super-informados y sub-informados.<sup>50</sup>

Recordemos el caso de la Lusofonía, conyunto de países sin fronteras físicas, dispersos en varios continentes (Europa, África, América y Oceanía). Brasil y Portugal son sociedades adonde están concentrados proporcionalmente los mayores contingentes de luso-hablantes que tienen acceso a los bienes de la sociedad digital. En cuanto que, los otros seis países que hablan la lengua portuguesa (Angola, Cabo Verde, Guiné Bissau, Mozambique, San Tomé e Príncipe, situados en África, además de Timor, enclavado en la región fronteriza entre Asia y Oceanía), son absolutamente carentes de acceso a tales recursos.

Otro grande peligro es simbolizado por la reducción del espacio público. En la medida en que el Estado deja de funcionar como árbitro, como agente regulador, el espacio privado se agiganta, en detrimento de los intereses colectivos. Ni tanto al cielo, ni tanto a la tierra. Es necesario avanzar en la construcción de una sociedad informacionalmente equitativa.

En Brasil, la muralla digital puede ser ejemplificada a través de la expansión de la internet. Según la ya mencionada encuesta realizada por el Ibope - Instituto Brasileño de Opinión Pública y Estadísticas - se espera para fines de los años 90 un universo de 9,8 millones de usuarios de la internet. Segundo datos del IBGE - Instituto Brasileño de Geografía e Estadísticas - tal segmento habrá alcanzado el nivel de 10,3 millones de usuarios. Aquí está el mapa de la exclusión. Es un contingente que corresponde a menos de 7 por ciento de nuestra población. Por lo tanto, 93 por ciento de los brasileños no llegaron a la edad de la internet. De esos usuarios, apenas 30 por ciento están situados en las clases empobrecidas (C y D).

La internet brasileña es un canal de comunicación de las elites, de las clases más favorecidas y de bolsones privilegiados de la clase media.

Del punto de vista geográfico, se confirma que 94 por ciento del espacio brasileño está distanciado de la internet. Prestando atención a los datos del Ibope, apenas 6 por ciento de los municipios brasileños tienen proveedor de acceso. Siendo así, del punto de vista geográfico, sólo una minoría de la población es beneficiaria de la internet.

### **Superando obstáculos**

Estas son las cuestiones que nos gustaría proponer para el debate. Volvemos a la tesis central de que la sociedad de la información debe ser entendida como una práctica para alcanzar la sociedad del conocimiento.<sup>51</sup>

<sup>50</sup> MARQUES de MELO, José - *Jornalismo Brasileiro*, Porto Alegre, Sulina, 2003

<sup>51</sup> MARQUES DE MELO, José - De la sociedad mediática a la sociedad del conocimiento, *Media Development* 60 (2), Londres, World Association for Christian Communication, 2004, p. 39-44 **ISSN 0143-5558**

No es suficiente quedarnos en la disponibilización de datos, equipamientos, tecnologías. Urge incrementar procesos cognitivos capaces de alcanzar toda la población, llevando a cada ciudadano a usar los contenidos y por lo tanto actuar en la construcción de una nueva sociedad.

Esta otra sociedad se fundamenta en la democracia representativa y en la economía distributiva. Se trata, sin duda alguna, de aquellos cambios socializados a través del impacto persuasivo de la comunicación global, cuya fuerza simbólica se proyectó en América Latina en el sentido de frenar los ciclos autoritarios que tantos estigmas produjeron en nuestras sociedades.

Preocupante es el tamaño que ese sesgo autoritario adquiere en países como Brasil, alcanzando 65% de la población encuestada por el Latinobarómetro<sup>52</sup>, ya referido. Ciertamente inmersos en un sentimiento de desesperanza, espejado y reforzado cotidianamente por los medios masivos, estos contingentes traducen la frustración delante de la impotencia del gobierno en el sentido de saldar inmediatamente los compromisos asumidos en las últimas elecciones nacionales.

Otro dato enigmático es aquel que traduce el sentimiento de desconfianza que tenemos respecto a nuestros conciudadanos, pues apenas 17% de los latinoamericanos revelan confianza en sus patricios.

Los países donde la solidaridad grupal o comunitaria persiste como valor cultivado por fajas expresivas de la población son Uruguay (36%), Panamá (25%) y Bolivia (21%). En contraposición, los países más propensos al individualismo son Brasil (4%), Paraguay (8%) y Chile (10%).

¿Expresan estas tendencias los señales de la globalización acelerada de nuestro continente? ¿Representan por acaso los indicios de que la cultura post-moderna demarca nuestras sociedades? ¿O son indicadores de una nueva identidad comunitaria de poblaciones victimadas por la desterritorialización?

Este es un listado de hipótesis que puede suscitar nuestro debate en esta conferencia panamericana. Pero sus respuestas solamente estarán completas se motivaren investigaciones como aquellas que en los tiempos de la "guerra fría" apasionaron la corriente efectivamente crítica del pensamiento comunicacional latinoamericano<sup>53</sup>.

---

<sup>52</sup> MULLIGAN, Mark – Latinoamericanos confían menos en la Iglesia, en los militares y en libre mercado, *Financial Times*, Londres, edición on line, 01/11/2003 (Fuente: UOL Mídia Global)

<sup>53</sup> MARQUES de MELO & GOBBI- *Gênese do Pensamento Comunicacional Latino-Americano: o protagonismo das instituições pioneiras*, São Bernardo do Campo, Editora UMESP, 2001 e MARQUES de MELO, GOBBI & KUNSCH – *Matrizes comunicacionais latino-americanas: Marxismo e Cristianismo*, São Bernardo do Campo, Editora UMESP, 2002

## Fuentes bibliográficas

BOFF, Leonardo

2003 – *Civilização Planetária*, São Paulo, Sextante

CANCLINI, Nestor Garcia

1995 – *Consumidores e Cidadãos*, Rio de Janeiro, Editora da UFRJ

CARDOSO, Fernando Henrique

2003 – Sobre décadas e heranças, *O Estado de S. Paulo*, 2/11/2003, p. 2

CARLSON, Invgaar e RAMPHAL, Shridat, eds.

1995 - *Our Global Neighborhood (The Report of the Commission on Global Governance)*, New York, Oxford University Press

FOLHA DE S. PAULO

2003 - AL está infeliz com democracia e mercado, São Paulo, 1/11/2003, p. A14

2003<sup>a</sup> - O pós-modernismo morreu ?, Caderno "Mais !", São Paulo, 2/11/2003.

FURTADO, Celso

1980 – *Pequena introdução ao desenvolvimento*, São Paulo, Nacional

1998 – *O Capitalismo global*, Rio de Janeiro, Paz e Terra

LATINOBARÓMETRO

2005 - *Informe de prensa 2004. Santiago, Chile*, <http://www.latinobarometro.org>

MARQUES DE MELO, José

1996 – *Identidades Culturais Latino-Americanas em tempo de comunicação global*, São Bernardo do Campo, Editora UMES

1998 – *Teoria da Comunicação: paradigmas latino-americanos*, Petrópolis, Vozes

1999 – A comunicação na pedagogia de Paulo Freire, In: MARQUES DE MELO & CASTELO BRANCO, orgs. – *Pensamento Comunicacional Brasileiro: o grupo de São Bernardo*, São Bernardo do Campo, Editora UMESP, p. 225-246

2001 – Exclución comunicacional y democracia mediática: dilema brasileño en el umbral de la sociedad e la información, *Telos – Cuadernos de Comunicación, Tecnología y Sociedad* (2001): 51-28-32, Madrid, Fundación Telefónica

2003 – *História do Pensamento Comunicacional*, São Paulo, Paulus

2003<sup>a</sup> – *Jornalismo Brasileiro*, Porto Alegre, Sulina

2004 - *A esfinge midiática*, São Paulo, Paulus

MARQUES DE MELO, José & GOBBI, Maria Cristina, orgs.

2001 - *Gênese do Pensamento Comunicacional Latino-Americano: o protagonismo das instituições pioneiras*, São Bernardo do Campo, Editora UMESP

MARQUES DE MELO, José; GOBBI, Maria Cristina & KUNSCH, Waldemar, orgs.

2002 – *Matrizes comunicacionais latino-americanas: Marxismo e Cristianismo*, São Bernardo do Campo, Editora UMESP,

MARQUES DE MELO, José & SATHLER, Luciano, orgs.

2005 – *Direitos à Comunicação na Sociedade da Informação*, São Bernardo do Campo, Editora UESP

MATTELART, Armand

1994– *La Communication-Monde*, Paris, Editions La Decouverte, 1991 (tradução brasileira: Editora Vozes, Petrópolis)

McLUHAN, Marshall

1962 – *The Gutenberg Galaxy: the making of typographic man*, Toronto, The University of Toronto Press ( tradução brasileira: Companhia Editora Nacional, 1972)

MULLIGAN, Mark

2003 – Latino-americanos confiam menos na Igreja, nos militares e no livre mercado, *Financial Times*, Londres, edição *on line*, 01/11/2003 (Fuente: UOL Mídia Global)

O ESTADO DE S. PAULO

2003 - América Latina: cresce confiança na democracia, São Paulo, 2/11/2003, p. A-23

PORTELA, Arthur

1998 – *A Galáxia de Bill Gates*, Lisboa, Bizâncio

## **Dualismo mediático: Retos del archipiélago cultural luso-americano**

### **La controversia democrática**

Brasil es un país heredero de fuerte tradición autoritaria, anclada en el modelo ibérico de civilización que el colonizador lusitano diseminó en territorio americano. "La democracia (...) fue siempre un lamentable mal entendido. Una aristocracia rural y casi feudal la importó y trató de ubicarla, adonde fue posible, a sus derechos y privilegios, los mismos privilegios que han sido, en el Viejo Mundo, el reto de la lucha de la burguesía contra los aristócratas" (Buarque de Hollanda, 1936, p. 119).

Como la entendió el joven Marx (1852), la democracia representa un fenómeno residual, episódico y ambiguo en la narrativa histórica de la sociedad brasileña. "La verdad es que en 160 años de historia independiente, el Brasil no tuvo la oportunidad de comprobar la tesis de la democracia como forma, por excelencia, de dominación burguesa" (Weffort, 1984, p. 59).

Se trata de un "proceso que no llegó a existir" en nuestro sub-continente. "La democracia, como organización política, tuvo vigencia netamente ocasional y tendencial en América Latina", pues "inexistió en la región el conjunto de condiciones políticas que suele ser atribuido a la democracia representativa" (Cardoso, 193, p. 6)

Ese fenómeno tiene capacidad de preservación orgánica y reproducción cíclica, caracterizado por breves intervalos de experiencias democráticas. Cuando se hace una revisión crítica de la trayectoria política brasileña se reconoce que desde la Independencia (1822) hasta la República (1889), predominó una dictadura de terratenientes, aunque los historiadores hablen de una monarquía parlamentaria guiada por el poder "moderador" del monarca de plantón.

La República (1889-2007) fue siempre tutelada por los militares. Sus representantes, alineados con los oligarcas del campo y de la ciudad, del capital o del trabajo, ocupan ostensivamente el poder, como en el ciclo de los mariscales (Deodoro y Floriano), a finales del siglo XIX, o en el periodo de los generales (de Castelo Branco a Figueiredo), en el apagar de las luces del corto siglo XX. O brindan el respaldo necesario para el ejercicio del poder por los dictadores civiles (Getúlio Vargas, 1937-1945). Pero también toleran y vigilan los gobiernos democráticos, liderados por políticos civiles o militares sin uniforme, como fue en la coyuntura posterior al fascismo (1945-1964) y ocurre ahora en la coyuntura poscomunista (1985-2007).

Vivimos hoy uno de esos *intermezzos* democráticos, cuya característica es el papel central que los medios masivos de comunicación tienen en el proceso político. Se trata de una conquista garantizada por la Constitución Nacional, cuyo capítulo dedicado a la comunicación reproduce la doctrina norteamericana de defensa de la libertad de información. (Marques de Melo, 1985, 1986, 1991)

Pero el uso de la libertad de información depende fundamentalmente de la naturaleza de la sociedad que la detiene. Episodios como los que vivimos en la república sindicalista de Lula (ejemplos: la rebelión de los sargentos de la aeronáutica que controlan los vuelos en los

aeropuertos nacionales, provocando el caos aero-viario; o la acción de la policía federal, pesquisando la corrupción que subsiste en los aparatos estatales y denunciando los agentes involucrados) nos hacen reflexionar sobre hechos semejantes vividos en el pasado no muy distante. El diferencial en esta encrucijada histórica puede ser el protagonismo de los medios masivos, abasteciendo la sociedad de informaciones amplias, veloces y transparentes.

Hacer la descripción crítica de los rasgos principales de los sistemas de comunicación que coexisten dialécticamente en el país es el propósito de esta ponencia. Su intención es iluminar los componentes que demarcan estos tiempos de vigencia de la incipiente democracia brasileña.

### **Contrastes y comparaciones**

Cercado por sociedades donde predomina el uso corriente del idioma español el Brasil concentra la mayor población mundial que se comunica en lengua portuguesa. Solamente en este país suramericano viven 180 millones de luso-hablantes que integran el contingente de 200 millones dispersos por Europa (Portugal), África (Angola, Mozambique, Cabo Verde, Guinea-Bissau, S. Tomé y Príncipe), Asia (Timor Leste, Goa, Macau), además de las diásporas luso-afro-brasileñas diseminadas en el planeta (Japón, Canadá, Estados Unidos, etc. ).

Integrando el conjunto de los países en desarrollo, la nación brasileña posee territorios posmodernos, ocupados por clases opulentas, y sitios rústicos, habitados por las camadas empobrecidas.

Como consecuencia, el espacio comunicacional denota polarización y dualismo. Parques industriales, utilizando lo último de la tecnología, fabrican productos para atender a las demandas de la sociedad afluente. Oficinas artesanales, empleando mecanismos rústicos, producen bienes circulantes en las comunidades marginadas.

El primer sistema constituye lo que los alemanes Adorno y Horkheimer descalificaran rotulando como "industria cultural" y el segundo representa el segmento marginal nombrado por el brasileño Luiz Beltrão como "folkcomunicación".

### **Raíces históricas**

Cuando, a partir del siglo XVI, el territorio brasileño empezó a ser disputado por los colonizadores europeos (portugueses, franceses y holandeses), el instrumento de comunicación vigente en todo el litoral era el tupi-guarani. Esa "lengua franca" predominó hasta el siglo XVIII, siendo codificada para fines pedagógicos, por los misionarios jesuitas.

Durante el siglo del oro, los gobernantes portugueses interiorizan su ocupación, intensificando el flujo poblacional, a través de la importación de la mano obrera. Colonos blancos procedentes de la Península Ibérica o alistados en las colonias asiáticas, bien como esclavos negros oriundos de África se mezclan con los mestizos resultantes del caldeamiento entre lusos y nativos.

Para neutralizar los ruidos causados por el confronto lingüístico entre los nativos sin cultura y los nuevos adventicios, los colonizadores lusitanos determinan tardíamente la obligatoriedad de la lengua portuguesa en las relaciones sociales.



Ese proceso desencadena tensiones, conduciendo a la transformación del idioma del imperio, que incorpora palabras o expresiones de los dialectos africanos o de las lenguas americanas. El resultado es la constitución de un código de comunicación oral, utilizado por los contingentes subalternos, que se distancia del código escrito preservado por las elites.

Así, el proceso de comunicación de las clases trabajadoras ha preservado lazos estrechos con la oralidad, cultivada en el interior de la Colonia, mientras las clases ociosas permanecieran sintonizadas con el ejercicio literario de la Corte Imperial.

Se encuentra en esa disonancia retórica la raíz de la bipolarización de los flujos comunicacionales, configurando el sistema mediático vigente en el Brasil contemporáneo.

### **Archipiélago cultural**

El diagnóstico presenta mayor complejidad cuando constatamos que el espacio geográfico brasileño, por su naturaleza continental y su geografía discontinua y accidentada, impidió durante varios siglos la interiorización de los flujos comunicacionales. Estos privilegian la vía marítima, principalmente en dirección a Lisboa, sede de la Corte Portuguesa, manteniendo incomunicadas las comunidades nacionales.,

Fue inevitable la germinación de los padrones culturales diferenciados, de región en región, inseparables tan solamente por el código lingüístico impuesto por el colonizador, pero diferenciado por los usos y costumbres locales.

Esto “archipiélago cultural” permaneció prácticamente inmutable hasta el siglo XX, cuando fueron perfeccionadas las comunicaciones por vía fluvial o construidas las carreteras y los ferrocarriles y desarrolladas las aerovías, removiendo las barreras que antes obstaculizaban la circulación de mercancías o de bienes simbólicos.

Por otro lado, es indispensable mencionar el oscurantismo cultural practicado por la Corona Portuguesa durante todo el período colonial. La ausencia de escuelas, universidades, prensa, bibliotecas y otros aparatos culturales fue preservada hasta las vísperas de la independencia nacional, en inicio del siglo XIX..

Más recientemente, la adición de las oportunidades educacionales para los trabajadores urbanos ha producido el crecimiento de las tirajes de los periódicos y revistas. La elevación del nivel cultural de las clases medianas ha influenciado en la mejoría de los contenidos de la televisión, como ha sido el caso de las telenovelas.

Pero mientras perdura el nudo institucional, sin alterarse el cuadro de la exclusión social y de la indigencia educacional, los dos sistemas comunicacionales permanecerán activos, correspondiendo a las demandas culturales de audiencias estanques o apartadas.

Hacia nuevos itinerarios

Los que desean recorrer nuevos itinerarios en ese campo, pueden consultar las fuentes bibliográficas aquí recomendadas:

**Sociedad, Política y Cultura**

Bastide, Roger

1980 - *Brasil, terra de contrastes*, São Paulo, DIFEL, 10a. ed.

Becker, Bertha & Egler, Cláudio

1993 – *Brasil, uma nova potência regional*, São Paulo, - Bertrand,

Benjamin, Roberto

2003 – *A África está em nós*, 2 vols., Recife, Grafset

Bosi, Alfredo

2002 – *Cultura Brasileira, temas e situações*, São Paulo, Ática

Buarque de Holanda, Sérgio

1936 – *Raízes do Brasil*, 5ª. E., José Olympio

Câmara Cascudo, Luis da

2004 – *Civilização e Cultura*, São Paulo, Global

Cardoso, Fernando Henrique

1993 - *O modelo político brasileiro*, Rio de Janeiro, Bertrand Brasil, 4a. ed.

1993 - *La construcción de la democracia*, São Paulo, Siciliano

Conniff, Michael & McCann, Frank

1991 – *Modern Brazil*, Univ. of Nebraska Press,

Fausto, Boris

1995 – *História do Brasil*, São Paulo, EDUSP

Lambert, Jacques

1969 - *Os dois Brasis*, São Paulo, DIFEL, 4a. ed.

Marx, Karl

1852 – *The eighteenth Brumário of Louis Bonaparte*, New York (Tradução brasileira de Leandro Konder, In: Gianotti, José Arthur – *Karl Marx, manuscritos econômico-filosóficos e outros textos escolhidos*, São Paulo, Abril Cultural, 1978, p. 323-404

Ortiz, Renato

1994 – *A moderna tradição brasileira*, São Paulo, Brasiliense

Page, Joseph

1996– *Brasil, el gigante vecino*, Buenos Aires, Emecê

Pekic, Vojislav

1996 – *Brasil, el gigante del sur*, Madrid, Anaya, 1991

Ribeiro, Darcy

2006 – *O povo brasileiro*, São Paulo, Companhia de Bolso

Schwartz & Sosnowski

1994 – *Brasil, o trânsito da memória*, São Paulo, EDUSP

Silva, Juremir Machado

1999 – *Le Brésil, pays du présent*, Paris, Desclée de Brouwer

Sodré, Nelson Werneck

1997 – *O que se deve ler para conhecer o Brasil*, Rio de Janeiro, Bertrand Brasil

Vogt, Carlos & Fry, Meter

1996 – *Cafundó, a África no Brasil*, São Paulo, Cia. das Letras,

Weffort, Francisco

1984 – *Por que democracia?*, São Paulo, Brasiliense

### **Comunicación**

Alencar, Mauro

2002 – *A Hollywood Brasileira – Panorama da Telenovela no Brasil*, Rio, Senac

Araújo, Alceu Maynard

2004 – – *Folclore Nacional*, São Paulo, Martins Fontes

Beltrão, Luiz

2001 – *Folkcomunicação*, Porto Alegre, Edipucrs

2006 – The Folkcommunication System, In: Gumucio & Tufte - *Communication for Social Change Anthology*, South Orange

2006 – Comunicação no Brasil, *Anuário Unesco/Metodista de Comunicação Regional*, n. 10, São Bernardo do Campo, Editora Metodista

Bolaño, César

São Paulo – *Mercado Brasileiro de Televisão*, EDUC

Castelo Branco, Renato e outros

1990 – *História da Propaganda no Brasil*, São Paulo, IBRACCO

Costa, Helouise & Silva, Renato Rodrigues da

2004 – *A fotografia moderna no Brasil*, São Paulo, Cosac Naif

Fausto Neto, Antonio e outros

1994 – *Brasil, Comunicação, Cultura e Política*, Rio de Janeiro, Diadorim

Grupo de Mídia

2006 – *Mídia Dados 2006*. São Paulo., [www.gm.org.br](http://www.gm.org.br)

Hallewell, Lawrence

2005 – *O livro no Brasil*, São Paulo, EDUSP

Hohlfeldt & Gobbi

2004 – *Teoria da Comunicação – Antologia de Pesquisadores Brasileiros*, Porto Alegre, Sulina

Lopes, Maria Immacolata Vassalo e outros

2005 – *Brazilian Communication Research*, São Paulo, INTERCOM

Marques de Melo, José

1985 – *Comunicação e transição democrática*, Porto Alegre, Mercado Aberto

1986 – *Comunicação: Direito à Informação*, Campinas, Papirus

1991 – *Communication and Democracy: Brazilian Perspectives*, São Paulo, ECA-USP

1993 – *Communication for a NewWorld, Brazilian Perspectives*, São Paulo, ECA-USP,

2006 – *Pedagogia da Comunicação: matrizes brasileiras*, São Paulo, Angellara

Marques de Melo & Queiroz

1998 – *Identidade da Imprensa Brasileira no Final do Século*, São Bernardo do Campo, Editora Metodista

Marques de Melo, Gobbi & Santos

2001 – *Contribuições Brasileiras ao Pensamento Comunicacional Latino-Americano*, São Bernardo do Campo, Editora Metodista

Mattos, Sergio

2002 – *História da Televisão no Brasil*, Petrópolis, Vozes

2005 – *Mídia Censurada – A História da Censura no Brasil e no Mundo*, Paulus

Moreira, Sonia Virginia

1991 – *O Rádio no Brasil*, Rio de Janeiro, Rio Fundo Editora

Moreira & Bianco

2001 – *Desafios do Rádio no Século XXI*, Rio de Janeiro, Editora UERJ

Moreno, Antonio

1994 – *Cinema Brasileiro*, Niterói, EDUFF

Pinho, J.B.

2000 – *Publicidade na Internet*, São Paulo, Summus

2002 – *Relações Públicas na Internet*, São Paulo, Summus

2003 – *Jornalismo na Internet*, São Paulo, Summus

Sá, Adisia

1999 – *O Jornalista Brasileiro*, Fortaleza, Fundação Demócrito Rocha

Werneck, Humberto

2000 – *A Revista no Brasil*, São Paulo, Editora Abril

## **Indústrias creativas: el desafío de la interacción masivo y popular**

### **Polarización cultural**

Como atender a las demandas cognoscitivas de audiencias estancas o apartadas, integrando la folk comunicación a las industrias mediáticas, en el espacio cultural brasileño?

Aunque sea caracterizada por evidente unidad territorial y lingüística, la república federativa del Brasil posee territorios pos-modernos, ocupados por clases opulentas, y sitios rústicos, habitados por las camadas empobrecidas. Como consecuencia, el espacio cultural denota polarización, demandando integración creativa.

Por un lado, parques industriales, utilizando lo último de la tecnología, fabrican productos para atender a las demandas de la sociedad afluente, formando una red de auténticas “industrias culturales”. Por otro lado, oficinas artesanales, empleando mecanismos rústicos, producen bienes circulantes en las comunidades marginadas, verdaderos nudos de resistencia cultural, cuya identidad popular configura el sistema nacional de de “folk comunicación”.

La complementariedad inteligente de los dos espacios representa el desafío principal de la sociedad brasileña en el siglo XXI.

### **Disonancia retórica**

El tupi-guarani fue el instrumento de comunicación vigente en todo el litoral brasileño, en los siglos XVI y XVII, cuando nuestro territorio era todavía disputado por los colonizadores europeos (portugueses, franceses y holandeses). Esa “lengua franca” predominó hasta el siglo XVIII, siendo codificada para fines pedagógicos, por los misioneros jesuitas.

Durante el siglo del oro, los gobernantes portugueses interiorizan su ocupación, intensificando el flujo poblacional, a través de la importación de la mano obrera. Colonos blancos procedentes de la Península Ibérica o alistados en las colonias asiáticas, bien como esclavos negros oriundos de África se mezclan con los mestizos resultantes del caldeamiento entre lusos y nativos.

Para neutralizar los ruidos causados por el confronto lingüístico entre los nativos sin cultura y los nuevos adventicios, los colonizadores lusitanos determinan tardíamente la obligatoriedad de la lengua portuguesa en las relaciones sociales.

Ese proceso desencadena tensiones, conduciendo a la transformación del idioma del imperio, que incorpora palabras o expresiones de los dialectos africanos o de las lenguas americanas. El resultado es la constitución de un código de comunicación oral, utilizado por los contingentes subalternos, que se distancia del código escrito preservado por las elites.

Así, el proceso de comunicación de las clases trabajadoras ha preservado lazos estrechos con la oralidad, cultivada en el interior de la Colonia, mientras las clases ociosas permanecieran sintonizadas con el ejercicio literario de la Corte Imperial.

Se encuentra en esa disonancia retórica la raíz de la bipolarización de los flujos comunicacionales, configurando el sistema mediático vigente en el Brasil contemporáneo.

### **Sistema mediático**

En una sociedad de mercado, el principal indicador del desarrollo de la industria mediática es sin duda el flujo de la inversión en publicidad. Cuanto mayor es la capacidad de los anunciantes

para comprar espacio en los periódicos, radio, televisión o internet, mayores serán los recursos de los empresarios del ramo para mantener sus vehículos y mejorar los productos que difunden.

En ese ámbito, América Latina demuestra una propensión regresiva. A pesar de las recientes aplicaciones hechas en el sector, se trata del continente que menos invierte en publicidad en este inicio del siglo XXI. El liderazgo es de América del Norte (44.2%), sucedida de Europa (27.4%) y de Asia (20.6%). En la otra punta están África/ Oriente Medio (4.0%) y América Latina (3.8%)

Apenas Brasil y México demuestran señales de vitalidad. Son los únicos países de esa región sociocultural incluidos en el *Advertising Expenditure Forecast* (Zenith Optimedia, 2005). La Argentina que antes pertenecía al *Top 25*, desapareció desde 2001 del selecto club de los mayores anunciantes mundiales.

La situación coyuntural brasileña es confortable. Aplicando US\$ 9.2 millones/año está en 8° lugar en volumen de inversión publicitaria (después de China, Italia, Francia, Alemania, Inglaterra, Japón y Estados Unidos). Pero cuando hacemos una correlación entre el PP (Presupuesto Publicitario) y el PNB (Producto Nacional Bruto) evoluciona para la 2ª posición, precedido solamente por Estados Unidos.

Los grandes anunciantes son las corporaciones multinacionales que actúan en el sector de ventas por el menor, la industria automovilística o los servicios telefónicos, bien como las poderosas empresas estatales. La *top list* de los compradores de espacios publicitarios es compuesta por 15 empresas, cada una haciendo inversiones de recursos superiores a US\$ 100 millones/año.

La distribución de la tarta publicitaria es hecha de manera paradójica segundo los diferentes medios existentes en el territorio brasileño. Mientras la industria audiovisual (televisión, radio) concentra dos tercios de los recursos, los medios impresos (periódico, revista) cautivan un quinto, restando cuantía inexpresiva para los vehículos emergentes (internet, outdoor) y casi nada para los bolsones marginales (folkmedia).

### **Hegemonía televisiva**

En realidad, la televisión retiene la mayor cuantía (61.9%). Alcanzando la totalidad de los 5.564 municipios y alcanzando 90.4% de los domicilios, constituye la principal alianza entre los ciudadanos y el mundo. Su impacto sobre la sociedad nacional es considerable. De ella se apoderan los vendedores de bienes de servicios, como los mercaderes de la fe y de la política.

Constituido por 9 redes nacionales, el sistema de TV abierta incluye 406 emisoras, de estas 386 privadas y 20 estatales, sintonizadas por 48 millones de domicilios. La red Globo atrae 50% de los espectadores, figurando como campeona de la audiencia ya a varios años. La otra mitad de la audiencia es disputada por 8 redes concurrentes: SBT (19.4%), Bandeirantes (13.1%), Record (9%), Red TV (2,3%), otras (4,3%).

La programación de esas emisoras es en mayoría nacional, predominando los contenidos de entretenimiento (ficción, deportes y humorismo), seguidos por la información (teleperiodismo)

Si observamos como indicador la programación diaria de la hegemónica Red Globo veremos que el bloque principal es ocupado por las telenovelas (50%), diversiones musicales y cuadros humorísticos (19%), telediarios (17%), deportes (8%) y películas (6%).

La industria brasileña de televisión se caracterizó inicialmente (años 50-60) como importadora de programas extranjeros, sobretudo norte-americanos, pero fue poco a poco reduciendo la dependencia externa. En las dos últimas décadas del siglo XX pasó a la condición de exportadora. La Red Globo, empresa líder en el sector, exporta regularmente telenovelas, musicales e programas deportivos para más de una centena de países. Recientemente, otras empresas ingresaron en el mercado audiovisual, incluso la Red Record, cuyas telenovelas empiezan a tener éxito en los vecinos países latino-americanos.

## **Radio, el patito feo**

A pesar de atingir 87.8% de las residencias y de ser la fuente referencial de la diversión, información y educación de las clases trabajadoras, la radio capta apenas 5.2% de la tarta publicitaria.

Integrado por 3.668 emisoras comerciales, considerando 1.681 AM y 1.987 FM, el segmento radiofónico ha crecido bajo el signo de regionalización, pero últimamente han sido nacionalizados a través de redes conectadas vía satélite, cuyas emisoras líderes están ubicadas en las dos metrópolis nacionales (São Paulo y Río de Janeiro).

En contrapartida, ha crecido vertiginosamente el universo de las radios comunitarias. Son emisoras de pequeño alcance, cuya mayoría sin embargo funciona clandestinamente, bajo el comando de los movimientos sociales. No existen estadísticas confiables, pero se calcula que correspondan al triple de las emisoras que tienen permiso del gobierno. Más de 10 mil pedidos de legalización tramitan en el Ministerio de las Comunicaciones. Así mismo la cifra no es suficiente para atender las demandas de radios comunitarias en todos los municipios brasileños.

La radiodifusión es el sector en que la presencia del estado contrae mayor visibilidad. O por intermedio de la cadena Radiobrás, operada directamente de Brasilia, sitio del gobierno federal. O a través del programa "Voz do Brasil", difundido diariamente en red nacional, por todas las emisoras AM e FM durante una hora, para divulgar las acciones de los poderes ejecutivo, legislativo y judicial.

## **Formadores de opinión**

Circunscrito a los segmentos privilegiados de la sociedad, el periódico y la internet actúan como formadores de opinión pública. Sus usuarios hacen parte de la elite que participa de los núcleos de poder, en el ámbito del gobierno, de la sociedad civil o de la propia industria mediática.

El número de periódicos totaliza 3.908, siendo diarios 535, así mismo concentrados en las regiones más desarrolladas. En sudeste y sur circulan 75,5% de los títulos.

Oficialmente, Brasil no posee un periódico diario de circulación nacional. Pero existen periódicos de "prestigio nacional" que son responsables por amplia cobertura a los temas de interés público. Pero el mayor contingente del público lector se ubica en la región en que el periódico se edita.

Sus tirajes son pequeñas si comparamos a los vehículos congéneres en otros países. Se estima un tiraje diario de 8 millones de ejemplares, englobando todos los periódicos. Aceptando que cada ejemplar es leído en media, por 3 personas, estimaríamos un público lector de casi 24 millones de personas. Para una población de 180 millones de habitantes, se constata que 2/3 continúan excluidos de ese beneficio.

Los periódicos de mayor tiraje son exactamente los que detienen "prestigio nacional": "Folha de S. Paulo (297 mil), O Globo (258 mil) y O Estado de S. Paulo (218 mil).

Pero su liderazgo empieza a ser amenazado por los "periódicos populares". Por eso las grandes empresas están lanzando nuevos títulos, con el propósito de corresponder a las demandas de los trabajadores urbanos. Es el caso del "Extra", que ya vende 250 mil ejemplares, cada día en la ciudad del Río de Janeiro, reclamando al estilo coloquial y pautando temas del cotidiano periférico.

## **Vanguardia lusofona**

Ascensión vertiginosa experimenta la internet. En diez años de difusión regular, este nuevo medio viene conquistando mayor audiencia. Estimada en 26 millones de usuarios, corresponde

sintomáticamente al índice alcanzado por el periódico diario. Como dispone de contenido bastante amplio y variado, es posible que ese contingente se amplíe en los próximos años.

Los usuarios actuales pertenecen a la parte superior de nuestra pirámide social, comprendiendo 57 % de la clase adinerada y 31% en la clase media. Casi la mitad se incluye en el segmento joven, oscilando entre 10 y 24 años.

¿Que buscan los internautas brasileños? La gran mayoría utiliza la internet para fines utilitarios, mismo con un universo expresivo en el área del entretenimiento.

El portal de mayor alcance del espacio lusofono - Universo On-Line (UOL) – cuenta hoy con un número superior a 1,5 millones de subscriptores, promoviendo el acceso a más de 3.000 localidades brasileñas y ofreciendo también locales de conexión con más de 14 mil ciudades del exterior.

Reuniendo el más extenso contenido mediático del mundo en lengua portuguesa, está organizado en 42 estaciones temáticas, con más de mil diferentes canales de noticias, información, entretenimiento y servicios, sumando más de 7 millones de páginas. Con una media de 8,894 millones de visitantes mensuales, lo que representa más de 65% del alcance del mercado, tuvo una media mensual de 1,329 billones de páginas vistas en domicilios. El tiempo medio de navegación por persona es de 1 hora y 16 minutos (Ibope NetRatings. 2006)

## Folk Comunicación

Distantes de la prensa y de la internet, las comunidades empobrecidas que habitan las periferias urbanas recurren a los medios rudimentales de expresión, sea para reinterpretar los mensajes recibidos directamente de los medios masivos, sea para diseminar alternativamente sus informaciones, opiniones o actitudes.

Carentes de soportes mediáticos y destituidas de referentes simbólicos que capacitasen al ingreso a la Galaxia de Gutenberg, las clases subalternas crearan sus propios medios (artesanales, arduos, creativos). Se trata del embrión de los medios ciudadanos, que ganarían densidad, pero no necesariamente legitimidad en la fase posterior a la independencia nacional. Conformando los sistemas de Folk Comunicación, esas manifestaciones populares permanecen vivas hasta los días actuales, coexistiendo dialécticamente con los medios masivos.

Es realidad, el sistema folk mantiene autonomía en relación al sistema masivo, con él se articulando de manera pendular. Ora ejercita una especie de mediación simbólica, filtrando significados y actuando como correa de transmisión. Ora funciona como agente retro-alimentador, rellenando los espacios al incluir sus propias demandas en la agenda de las emisiones masivas.

La identificando como red mediática de los “marginados”, Luiz Beltrão inventarió las formas rudimentales a través de las cuales las camadas populares expresan su inconformidad con relación a la sociedad establecida por los estamentos superiores. Reuniendo evidencias en varias regiones del país, él diseñó un panorama unificado por la universalidad que adviene del folclore, cuyas “raíces, tronco y ramas” están profundamente arraigados en la “naturaleza humana”.

La tipología de esa comunicación rústica engloba cuatro géneros folkmediáticos: oral, visual, icónico y cinético. Para mejor comprensión de su naturaleza simbólica conviene describir algunos tipos emblemáticos:

Folkmedia oral: **Cantoria** – improvisaciones poéticas de artistas andarines que reviven los trovadores ibéricos, caminando por las comunidades rurales o las periferias urbanas.

Folkmedia visual: **Literatura de cordel** – folletos impresos en tipografías rudimentales, narrando en versos los hechos de los héroes populares o recontando en lenguaje coloquial los romances canonizados por la literatura erudita.

Folkmedia icónica: **“Ex voto”** – conocido como “milagro o promesa”, el “ex voto” corresponde a la gracias por un “favor alcanzado desde el cielo”.



Folkmedia cinética: **Forró** – baile o fiesta de gente humilde. Esas casas de baile surgieron con la migración del nordeste para Rio de Janeiro, São Paulo e Brasília.

### **Interacción e integración**

La interacción entre los dos sub-sistemas en los fines del siglo XX, concede singularidad a la geografía comunicacional brasileña.

La naturaleza continental y la topografía accidentada del espacio brasileño dificultaron durante varios siglos la interiorización de los flujos comunicacionales. Fue inevitable la constitución de culturas regionales, unificadas por la misma clave lingüística, pero diferenciada por los usos y costumbres locales.

El mayor contingente de nuestra sociedad era formado por esclavos negros, miserables y analfabetos. Su liberación solamente ocurrió en el fin del siglo XIX. Abandonados a su propia suerte, los remanentes de la esclavitud agravaron el éxodo rural, engrosando las comunidades marginales que originaron las chabolas hoy dispersas por los cinturones metropolitanos.

En estos guetos, ellos se comunican de manera sencilla. Se valiendo de expresiones folkcomunicacionales, enraizadas en las tradiciones étnicas, se adaptan a las ciudades. Y resisten se identificando con las expresiones culturales generadas por los flujos masivos (cinema, disco, radio, televisión)

Esos dos Brasiles se confrontan y actúan recíprocamente de manera continua. Las manifestaciones folkcomunicacionales decodifican y reinterpretan las expresiones de la industria cultural y esta procura retroalimentarse en las fuentes infinitas de la cultura popular. El hueco entre las dos corrientes se ha reducido muy lentamente, durante el siglo XX, traduciendo la incertidumbre de nuestras elites en el sentido de eliminar las desigualdades sociales.

La integración o al menos el diálogo entre estos dos sistemas constituyen el mayor desafío de las vanguardias nacionales

## Fuentes bibliográficas

### Sociedad, Política y Cultura

Bastide, Roger

1980 - *Brasil, terra de contrastes*, São Paulo, DIFEL, 10a. ed.

Becker, Bertha & Egler, Cláudio

1993 – *Brasil, uma nova potência regional*, São Paulo, - Bertrand,

Benjamin, Roberto

2003 – *A África está em nós*, 2 vols., Recife, Grafset

Bosi, Alfredo

2002 – *Cultura Brasileira, temas e situações*, São Paulo, Ática

Buarque de Holanda, Sérgio

1936 – *Raízes do Brasil*, 5ª. E., José Olympio

Câmara Cascudo, Luis da

2004 – *Civilização e Cultura*, São Paulo, Global

Cardoso, Fernando Henrique

1993 - *O modelo político brasileiro*, Rio de Janeiro, Bertrand Brasil, 4a. ed.

1993 - *La construcción de la democracia*, São Paulo, Siciliano

Conniff, Michael & McCann, Frank

1991 – *Modern Brazil*, Univ. of Nebraska Press,

Fausto, Boris

1995 – *História do Brasil*, São Paulo, EDUSP

Lambert, Jacques

1969 - *Os dois Brasis*, São Paulo, DIFEL, 4a. ed.

Ortiz, Renato

1994 – *A moderna tradição brasileira*, São Paulo, Brasiliense

Page, Joseph

1996– *Brasil, el gigante vecino*, Buenos Aires, Emecê

Pekic, Vojislav

1996 – *Brasil, el gigante del sur*, Madrid, Anaya, 1991

Ribeiro, Darcy

2006 – *O povo brasileiro*, São Paulo, Companhia de Bolso

Schwartz & Sosnowski

1994 – *Brasil, o trânsito da memória*, São Paulo, EDUSP

Silva, Juremir Machado

1999 – *Le Brésil, pays du présent*, Paris, Desclée de Brouwer

Sodré, Nelson Werneck

1997 – *O que se deve ler para conhecer o Brasil*, Rio de Janeiro, Bertrand Brasil

Vogt, Carlos & Fry, Meter

1996 – *Cafundó, a África no Brasil*, São Paulo, Cia. das Letras,

Weffort, Francisco

1984 – *Por que democracia?*, São Paulo, Brasiliense

### **Comunicación**

Alencar, Mauro

2002 – *A Hollywood Brasileira – Panorama da Telenovela no Brasil*, Rio, Senac

Araújo, Alceu Maynard

2004 – *Folclore Nacional*, São Paulo, Martins Fontes

Beltrão, Luiz

2001 – *Folkcomunicação*, Porto Alegre, Edipucrs

2006 – The Folkcommunication System, In: Gumucio & Tufte - *Communication for Social Change Anthology*, South Orange

2006 – *Comunicação no Brasil, Anuário Unesco/Metodista de Comunicação Regional*, n. 10, São Bernardo do Campo, Editora Metodista

Bolaño, César

São Paulo – *Mercado Brasileiro de Televisão*, EDUC

Castelo Branco, Renato e outros

1990 – *História da Propaganda no Brasil*, São Paulo, IBRACCO

Costa, Helouise & Silva, Renato Rodrigues da

2004 – *A fotografia moderna no Brasil*, São Paulo, Cosac Naif

Fausto Neto, Antonio e outros

1994 – *Brasil, Comunicação, Cultura e Política*, Rio de Janeiro, Diadorim

Grupo de Mídia

2008 – *Mídia Dados 2008*. São Paulo, [www.gm.org.br](http://www.gm.org.br)

Hallewell, Lawrence

2005 – *O livro no Brasil*, São Paulo, EDUSP

Hohlfeldt & Gobbi

2004 – *Teoria da Comunicação – Antologia de Pesquisadores Brasileiros*, Porto Alegre, Sulina

Lopes, Maria Immacolata Vassalo e outros

2005 – *Brazilian Communication Research*, São Paulo, INTERCOM

Marques de Melo, José

1985 – *Comunicação e transição democrática*, Porto Alegre, Mercado Aberto

1986 – *Comunicação: Direito à Informação*, Campinas, Papirus

1991 – *Communication and Democracy: Brazilian Perspectives*, São Paulo, ECA-USP

1993 – *Communication for a NewWorld, Brazilian Perspectives*, São Paulo, ECA-USP,

2006 – *Pedagogia da Comunicação: matrizes brasileiras*, São Paulo, Angellara

2008 – *Mídia e cultura popular*, São Paulo, Paulus

Marques de Melo, José, org.

2008 – *O campo da comunicação*, Petrópolis, Vozes

Marques de Melo & Queiroz

1998 – *Identidade da Imprensa Brasileira no Final do Século*, São Bernardo do Campo, Editora Metodista

Marques de Melo, Gobbi & Santos

2001 – *Contribuições Brasileiras ao Pensamento Comunicacional Latino-Americano*, São Bernardo do Campo, Editora Metodista

Mattos, Sergio

2002 – *História da Televisão no Brasil*, Petrópolis, Vozes

2005 – *Mídia Censurada – A História da Censura no Brasil e no Mundo*, Paulus

Moreira, Sonia Virginia

1991 – *O Rádio no Brasil*, Rio de Janeiro, Rio Fundo Editora

Moreira & Bianco

2001 – *Desafios do Rádio no Século XXI*, Rio de Janeiro, Editora UERJ

Moreno, Antonio

1994 – *Cinema Brasileiro*, Niterói, EDUFF

Pinho, J.B.

2000 – *Publicidade na Internet*, São Paulo, Summus

2002 – *Relações Públicas na Internet*, São Paulo, Summus

2003 – *Jornalismo na Internet*, São Paulo, Summus

Sá, Adisia

1999 – *O Jornalista Brasileiro*, Fortaleza, Fundação Demócrito Rocha

Werneck, Humberto

2000 – *A Revista no Brasil*, São Paulo, Editora Abril

## Teoría de la Comunicación: aporte brasileño

### Pioneirismo multifacetado

Luiz Beltrão de Andrade Lima (1918-1986) se destaca en el panorama intelectual brasileño como figura paradigmática<sup>54</sup>. Su nombre está inmediatamente asociado a la Folk Comunicación, disciplina que integra el universo de las Ciencias de la Comunicación<sup>55</sup>.

Se consultamos dos obras de referencia de la literatura comunicacional brasileña veremos que Luiz Beltrão es sinónimo de Folkcomunicación<sup>56</sup>:

*BELTRÃO - Periodista y profesor de comunicación... (...) el término **folkcomunicación**, creado por él, delimita la vasta área a la cual dedicó gran parte de sus investigaciones. Designa el 'conjunto de procedimientos de intercambio de informaciones, ideas, opiniones y actitudes de los públicos marginalizados urbanos y rurales, a través de agentes y medios directa o indirectamente ligados al folklore' (RABAÇA & BARBOSA)<sup>57</sup>*

*FOLKCOMUNICACIÓN - En términos generales, se puede decir que **folkcomunicación** es comunicación en nivel popular. Por popular se debe entender todo lo que se refiere al pueblo, aquello que no se utiliza de los medios formales de comunicación. Más específicamente: folkcomunicación es la comunicación a través del folklore. (...) El origen del término **folkcomunicación** se dió en 1967, con la tesis de doctorado del Prof. Luiz Beltrão... (LUYTEN)<sup>58</sup>*

Al crear en 1997 el "Premio Luiz Beltrão de Ciencias de la Comunicación", atribuido anualmente a las personalidades o instituciones que prestaron relevantes servicios a nuestro campo de conocimiento, la INTERCOM - Sociedad Brasileña de Estudios Interdisciplinarios de la Comunicación - pretendió homenajearlo como pionero de los estudios científicos de la comunicación en el Brasil<sup>59</sup>.

<sup>54</sup> El perfil biográfico de Luiz Beltrão está contenido en el libro organizado por Roberto Benjamín - *Itinerário de Luiz Beltrão*, Recife, AIP/UNICAP, 1998. Allí fueron coadjuntados datos y testimonios que confirman todo su pioneirismo académico, además de su actuación de vanguardia como periodista y de sus incursiones singulares por la vida literaria.

<sup>55</sup> La presencia de la Folkcomunicación como disciplina integrante del segmento de las ciencias de la información individual o grupal está justificada en mi libro lanzado recientemente en la vida académica. Vide: MARQUES DE MELO, José - *Comunicação Social: Teoria e Pesquisa*, Petrópolis, Vozes, 1970, p. 62-64. Esta también fue incluida en la coletánea que abriga textos marcantes de mi trayectoria intelectual - MARQUES DE MELO, José - *Teoria da Comunicação: paradigmas latino-americanos*, Petrópolis, Vozes, 1998, p. 69-70

<sup>56</sup> Esa asociación entre la palabra y su creador se dió naturalmente cuando ella fue diccionariada. Su incorporación al léxico midiático se hizo por iniciativa del Profesor Mário ERBOLATO - *Dicionário de Propaganda e Jornalismo*, Campinas, Papyrus, 1985, p. 154. Solamente más tarde ella sería asimilada por los estudiosos del folklore, cuando Mário SOUTO MAIOR publica su *Dicionário de Folcloristas Brasileiros*, Recife, 20-20 Comunicação y Editora, 1999, dedicando un verbete a Luiz Beltrão, identificado como el personaje polivalente: "romanticista, cuentista, periodista, abogado, profesor, folclorista" (p. 116)

<sup>57</sup> RABAÇA, Carlos Alberto & BARBOSA, Gustavo - *Dicionário de Comunicação*, São Paulo, Ática, 1987, p. 611

<sup>58</sup> LUYTEN, Joseph - Folkcomunicación, In: UEIROZ E SILVA, Roberto P. de, coord. - *Temas Básicos em Comunicação*, São Paulo, Paulinas/INTERCOM, 1983, p. 32-34

<sup>59</sup> KUNSCH, Waldemar - Premio Luiz Beltrão: un reconocimiento a la investigación en comunicación, *Comunicação & Sociedade*, n. 32, São Bernardo do Campo, UMESP, 1999, p. 226-229

Su pionerismo es multifacetado<sup>60</sup>. Él fundó el primer centro nacional de investigaciones académicas sobre comunicación - el ICINFORM (Instituto de Ciencias de la Información) – en la Universidad Católica de Pernambuco, en Recife, 1963. Creó aún la primera revista científica brasileña dedicada a temas comunicacionales - *Comunicações & Problemas*, también en la ciudad de Recife, 1965. Se tornó, finalmente, el primer Doctor en Comunicación diplomado por universidad brasileña, al defender en la Universidad de Brasilia, en 1967, la tesis *Folkcomunicación - Un estudio de los Agentes y de los Medios Populares de la Información de Hechos y Expresión de Ideas*.

Esa tesis doctoral representó, en su biografía, una especie de odisea: “serie de complicaciones, peripecias u ocurrencias singulares, variadas e inesperadas” (Aurélio, 1975, p. 999). Habiendo permanecido inédita, ella alcanza su **happy-end** en este primer año del nuevo milenio, publicada integralmente por la Editorial de la Pontificia Universidad Católica de Río del Sur, por iniciativa del Prof. Dr. Antonio Hohlfeld, coordinador del Programa de Pos-Graduación en Comunicación. En esta entidad universitaria, su autor colaboró como Profesor-Visitante en varias ocasiones<sup>61</sup>. Se trata, por lo tanto, de un servicio inestimable, este que la PUC-RS presta al campo de las ciencias de la comunicación, posibilitando las nuevas generaciones de investigadores del área el contacto directo con este documento histórico.

### Pasión por la cultura popular

No obstante consolidados en 1967, los datos y reflexiones recopilados por Luiz Beltrão para su tesis de doctorado comenzaron a germinar mucho más antes. Ellos son contemporáneos de su iniciación en el terreno periodístico. La temática privilegiada en la tesis es la misma que él escogió para el primer reportaje. Difundida en el *Diario de Pernambuco*, el 18 de dezembro de 1936, esa materia “trataba de devociones y romerías, a la Iglesia del Monte, en Olinda, en ese tiempo habitada por un viejo monje benedictino”<sup>62</sup>.

La pasión por la cultura popular, el interés por las clases trabajadoras, la sensibilidad para entender lo cotidiano de las camadas empobrecidas de la sociedad, todo eso él heredó del padre, el dentista Dr. Andrade<sup>63</sup>. Se inspiró también en la doctrina social de la iglesia católica<sup>64</sup>, inspirado por las enseñanzas de León XIII, el papa que sutilmente dialogó con las tesis revolucionarias de Karl Marx. Pero también fue influenciado por el ambiente socialista que impregnaba, desde los tiempos

<sup>60</sup> Esas diferentes facetas del maestro olindense merecieron la atención de los participantes de CELACOM'1999 - III Coloquio Internacional sobre la Escuela Latino-Americana de Comunicación, a través de las contribuciones de Maria Luiz Nóbrega - Icinform: una experiencia pionera; Maria das Graças Targino - La contribución del Instituto de Ciencias de la Información (Icinform) en el génesis del pensamiento comunicacional brasileño; Rosa Maria Nava - *Comunicações & Problemas*: el primer periódico de estudios e investigaciones de la Comunicación del Brasil; Samantha Viana Castelo Branco Rocha Carvalho - Luiz Beltrão: de la creación del Icinform a la teoría de la Folkcomunicación; Tereza Halliday y Roberto Benjamín - “Pernambuco hablando para el mundo”: contribución de la Unicap y del Icinform para las Ciencias de la Comunicación. Vide: MARQUES DE MELO, José y GOBBI, Maria Cristina. Orgs. - *Génesis del Pensamiento Comunicacional Latino-Americano: el protagonismo de las instituciones pioneras (Ciespal, Icinform, Ininco)*, São Bernardo do Campo, UESP, 2000, p. 155-217

<sup>61</sup> Evidencias de esa estrecha colaboración quedaron registradas en los libros *Periodismo Interpretativo* (1976) y *Periodismo Opinativo* (1980), publicados en Puerto Alegre por la Editora Sulina, integrando la Estante de Comunicación Social, editada en convenio con la ARI - Asociación Riograndense de la Prensa - y dirigida por el entonces director de la FAMECOS - Facultad de los Medios de Comunicación Social -, Profesor Antonio Firmo de Oliveira González.

<sup>62</sup> BENJAMÍN, Roberto - *Itinerário de Luiz Beltrão*, Recife, AIP/UNICAP, 1998, p. 59

<sup>63</sup> Él así reconstituye la memoria de su padre: “Dr. Andrade era, por naturaleza, un participante. (...) En Olinda, tomaba posición en todas las iniciativas y campañas que tenían en mira para llevar beneficios a la población. Orador fluente, su palabra, al servicio de las buenas causas olindenses, estimulaba la acción constructiva de la audiencia...” BELTRÃO, Luiz - *Memória de Olinda*, Recife, FIAM/ Olinda, Prefeitura Municipal, 1996, p. 81-82

<sup>64</sup> “Mi formación cultural tuvo inicio efectivamente en el Seminario de Olinda. Allí comencé a estudiar y a escribir.” Luiz Beltrão: la folkcomunicación no es una comunicación clasista (entrevista), *Revista Brasileira de Comunicação*, Año X, n. 57, São Paulo, INTERCOM, 1987, p.6

de Tobias Barreto, las lideranzas forjadas en la tradicional Facultad de Derecho de Recife<sup>65</sup>. Allí y en otras partes, Beltrão trazaría coloquios enriquecedores, sin comprometerse necesariamente, con las ideas marxistas propugnadas por Francisco Julião, Paulo Cavalcanti, Clodomir Bezerra, Abelardo da Hora, entre otros compañeros de la generación .

Por eso mismo, él personalmente quería dejar claro su distanciamiento en relación a la lucha de clases. “Algunas veces me viene la idea de que la persona puede confundir la folkcomunicación con una comunicación clasista. Sin embargo ella no es exactamente una comunicación clasista. (...) ...yo estudié algunos grupos que utilizan la folkcomunicación, esto es, medios no-formales de comunicación ligados directa o indirectamente al folklore. Entonces yo vi que algunos de esos grupos tienen capacidad de integración en la sociedad, apenas no concuerdan con esa sociedad. Los grupos a los que me refiero son los culturalmente marginalizados, contestan la cultura dominante. Ellos contestan, por ejemplo, las creencias dominantes en la sociedad y las religiones establecidas. El grupo erótico-pornográfico no acepta, por ejemplo, la moral dominante.”<sup>66</sup>

En el fondo, su fundamentación se insere en aquella concepción socio-psicológica y transclasista que Gilberto Freyre sagazmente denominaría “ánimo folklórico”, entronizándola como variable esencial a la comprensión del comportamiento cultural de los brasileños<sup>67</sup>. Tal filiación teórica queda sobre-entendida en varios trechos de esta obra, especialmente en aquellos en que analiza el sentido contestatorio inherente a las piezas producidas por los artesanos del barro o a la crítica social implícita en las diversiones populares.

No es sin justificativa que Beltrão convidaría a Gilberto Freyre para ser uno de los principales conferencistas del I Curso Nacional de Ciencias de la Información, promovido en el periodo del 16 de enero al 4 de marzo de 1964, en el Recife, una de las primeras iniciativas del recién-fundado ICINFORM<sup>68</sup>.

En ese momento, sus preocupaciones folkcomunicacionales aún no habían ultrapasado las fronteras de la observación periodística. Tanto así que el programa de aquel evento académico incluía varios “trabajos de campo”, entre ellos “participación y asistencia a (...) fiestas folklóricas y carnavales ocurridas en el periodo de duración del Curso”<sup>69</sup>

No obstante, él destaca el impacto que le causaría la lectura del libro de Edson Carneiro – *La dinámica del folklore* (Rio de Janeiro, Civilización Brasileña, 1965), despuntando en el escenario nacional como una especie de “obra maldita”. Ella desagrade a los folkloristas ortodoxos, que la consideran avanzada, izquierdizante. Pero también no entusiasma a los científicos sociales, encastillados en las cátedras universitarias, que evalúan el folklore como un objeto menor, signo de la alienación de las clases subalternas.<sup>70</sup>

Viviendo en la provincia, ajeno a las querellas académicas que animaban los principales centros culturales del país (Río - São Paulo), Luiz Beltrão supervaloriza la contribución de aquel folklorista de vanguardia. “Edson Carneiro fue el único hombre que percibió que el folklore no era estático, el folklore no era una cosa parada en el tiempo, sino una cosa dinámica. (...) Este libro tuvo

<sup>65</sup> “La Facultad de Derecho no eran las aulas. La Facultad de Derecho de Recife no eran los profesores. La Facultad de Derecho do Recife, para mí, eran los corredores...” Luiz Beltrão: la folkcomunicación no es una comunicación clasista (entrevista), *Revista Brasileira de Comunicação*, Año X, n. 57, São Paulo, INTERCOM, 1987, p.6

<sup>66</sup> Luiz Beltrão: la folkcomunicación no es una comunicación clasista (entrevista), *Revista Brasileira de Comunicação*, Año X, n. 57, São Paulo, INTERCOM, 1987, p. 5-15

<sup>67</sup> FREYRE, Gilberto - El ánimo folklórico en el comportamiento y en la cultura del brasileño, inclusive en la literatura, *Alhos & Bugalhos*, Rio de Janeiro, Nueva Frontera, 1978, p. 135-145

<sup>68</sup> I Curso Nacional de Ciencias de la Información, *Comunicaciones & Problemas*, vol. I, n. 2, Recife, ICINFORM, julio de 1965, p. 109-120

<sup>69</sup> BENJAMIN, Roberto - *Itinerário de Luiz Beltrão*, Recife, AIP/UNICAP, 1998, p.73

<sup>70</sup> Esa contienda entre folkloristas y científicos sociales está bien documentada en el libro póstumo de Luis Rodolfo VILHENA - *Proyecto y Misión: el movimiento folklórico brasileño, 1947-1964*, Rio de Janeiro, Funarte, 1997 De cierto modo, la cuestión fue rescatada, en una perspectiva internacional, por el libro de Renato ORTIZ - *Cultura Popular - Románticos y Folkloristas*, São Paulo, Olho d’Água, 1992

una gran influencia en mí, pues verifiqué que cualquier manifestación popular estaba ligada al pueblo, porque el pueblo no tenía medios, él utilizaba esos medios que le daban”<sup>71</sup>.

### Más allá del periodismo

Beltrão se siente estimulado para hacer la primera incursión investigativa fuera del campo específicamente periodístico. Su ensayo *Iniciación a la filosofía del periodismo* (Río de Janeiro, Agir, 1960), fue bien recibido por la crítica nacional e internacional<sup>72</sup>, credenciándolo a vuelos académicamente más osados.

En la primera edición de la revista *Comunicaciones & Problemas* (Recife, ICINFORM, 1965) publica un ensayo monográfico - “El ex-voto como vehículo periodístico” (p. 9 a 15). Estribado teóricamente en Gilberto Freyre<sup>73</sup> y ancorado metodológicamente en Alceu Maynard Araújo y Luiz Sayer<sup>74</sup>, él formula su embrionaria teoría de la folkcomunicación:

*“No es solamente por los medios ortodoxos - la prensa, la radio, la televisión, el cine, el arte erudito y la ciencia académica - que, en países como el nuestro, de elevado índice de analfabetos e incultos, o en determinadas circunstancias sociales y políticas, así como en las naciones de mayor desenvolvimiento cultural, no es solamente por tales medios y vehículos que la masa se comunica y la opinión se manifiesta. Uno de los grandes canales de comunicación colectiva es, sin duda, el folklore.*

*De las conversaciones de boca de noche, en las ciudades del interior, en la farmacia o en la barbería; del intercambio de impresiones provocada por las noticias traídas por el chofer del camión, por el representante comercial o el ‘lotero’(bichero); o, aún, por los versos del poeta distante, impresos en el folleto que se compra en la feria, y por los ‘martillos’ del cantor ambulante; por los inflamados artículos del periodista rústico o por las severas amonestaciones de los misioneros; del raciocinio del hombre solitario en su trabajo en la floresta, en la cantina o en la loma - es que surgen, van tomando forma, cristalizándose las ideas-motrices, capaces en un momento dado bajo cierto estímulo, llevar aquella masa aparentemente disociada y apática a una acción uniforme y eficaz”.*

Su manifiesto folkcomunicacional encuentra buena receptividad. Luiz Beltrão recibe cartas entusiastas de dos eminentes representantes de las comunidades nacionales del periodismo y del folklore. El entonces secretario-general de la ABI - Asociación Brasileña de la Prensa, Fernando Segismundo, que le hace ademanes generales:

*“El artículo – **El ex-voto como vehículo periodístico** es de los mas curiosos”<sup>75</sup>.*

Mientras que, el patriarca del folklore brasileño, Luis de la Câmara Cascudo, se pronuncia de modo mas enfático, preciso, desafiador:

*“Su artículo-de-abertura (...) es um magnífico master-plan. Valorizará lo cotidiano, lo vulgar, lo realmente popular defectuoso, de origen y función. No espera que venga un nombre de fuera, un libro de lejos, enseñando a amar lo que tenemos al alcance de los ojos. Incista, como está*

<sup>71</sup> Luiz Beltrão: la folkcomunicación no es una comunicación clasista (entrevista), *Revista Brasileña de Comunicación*, Año X, n. 57, São Paulo, INTERCOM, 1987, p. 13

<sup>72</sup> LEAL, César - Luiz Beltrão, teórico del periodismo, In: BENJAMIN, Roberto - *Itinerário de Luiz Beltrão*, Recife, AIP/UNICAP, 1998, p.133-136

<sup>73</sup> El no cita expresamente ninguna obra del Maestro de Apipucos, transpareciendo, con todo, el conocimiento de su trilogía sobre la sociedad brasileña (*Casa Grande & Senxala.*, *Sobrados e Mocambos*, *Ordem e Progresso*), donde los elementos de la cultura popular están valorizados en cuanto procesos comunicacionales típicos (sátira, crítica, caricatura etc.)

<sup>74</sup> Folkloristas paulistanos. Alceu Maynard de ARAÚJO es autor de la consagrada obra, en tres volúmenes, *Folklore Nacional*, São Paulo, Melhoramentos, 1964 y Luiz SAYER escribió el libro *Escultura Popular Brasileña*, São Paulo, Editora Gaxeta, 1944.

<sup>75</sup> Aún sobre C&P - N. 1 , *Comunicaciones & Problemas*, v. 1, n. 2, Recife, ICINFORM, 1965, p. 136



*haciendo, en valorizar al Hombre del Brasil en su normalidad. (...) Sobretudo, vea con sus ojos. Ande con sus pies. Después compare con las conclusiones de otros ojos y con las pegadas de otros pies*<sup>76</sup>.

Entusiasmado, él continuó las observaciones respecto a los otros fenómenos de la comunicación tradicional.

*“Yo todavía estaba impresionado con la información puramente. Ahí llamé a eso de folkcomunicación periodística”*<sup>77</sup>.

Ese trabajo embasaría empíricamente la tesis con que se inscribió en la Universidad de Brasilia, en 1967, para conquistar el título de Doctor en Comunicación.

El volumen se compone de tres partes. La primera, concisa, presenta sus fundamentos teóricos y metodológicos, esbozando una teoría de la folkcomunicación. La segunda está constituida por dos segmentos: un documental, historicizando la comunicación brasileña, del periodo pre-cabralino al dominio colonial portugués; otro empírico, inventariando las manifestaciones folkcomunicacionales del Brasil contemporáneo. La tercera contiene las conclusiones, la bibliografía consultada y un breve *curriculum-vitae* del investigador.

¿Cuál es la tesis defendida por Luiz Beltrão? Ella constituye un desdoblamiento de la hipótesis construida por Lazarsfeld y Katz - *two-setp-flow of communication* - para refutar la idea dominante de la omnipotencia mediática<sup>78</sup>. Las evidencias empíricas colectadas en los Estados Unidos permiten concluir que los medios masivos consiguen movilizar la atención colectiva de los usuarios, pero sus efectos son intermediados por líderes de opinión que filtran los mensajes, segundo los padrones consensuados en los grupos primarios. En el caso brasileño, Luiz Beltrão verificó que el papel de las lideranzas grupales es ejercido, en el campo, ciudades del interior o en las periferias metropolitanas, por agentes folkcomunicacionales. Estos recodifican los mensajes mediáticos, reinterpretándolos de acuerdo con los valores comunitarios.

El tribunal designado por la Universidad de Brasilia para evaluar la tesis está compuesto de tres eminentes investigadores: el español Juan Beneyto, el norte-americano Hod Horton y el brasileño Roberto Lyra Filho. Ellos se manifiestan favorablemente a la aprobación del trabajo y recomiendan la concesión del título de doctor al candidato.

## Calvario y estoicismo

Hasta aquel momento, la trayectoria intelectual de Luiz Beltrão había sido un “mar de rosas”. Al ingresar en la vida universitaria poseía “notorio saber” en el campo periodístico, lo que lo eximía, según las reglas vigentes, de disputar títulos académicos. Tanto así que fuera reconocido como Catedrático por el CIESPAL - Centro Internacional de Estudios Superiores de Periodismo para América Latina, mantenido por la UNESCO en Quito, Ecuador, donde asumiera en 1963 la regencia de la cátedra de “Pedagogía del Periodismo”<sup>79</sup>. En la Universidad Católica de Pernambuco él ya ocupaba desde 1961 la Cátedra de Técnica de Diario y Periódico<sup>80</sup>, habiendo sido designado por el Rector Padre Aloisio Mosca de Carvalho para implantar y coordinar el Curso de Periodismo.

<sup>76</sup> CÂMARA CASCUDO, Luis da - Carta a Luiz Beltrão sobre el “Ex-Voto”, *Comunicacioness & Problemas*, v. 1, n. 2, Recife, ICINFORM, 1965, p.135

<sup>77</sup> Luiz Beltrão: la folkcomunicación no es una comunicación clasista (entrevista), *Revista Brasileña de Comunicación*, Año X, n. 57, São Paulo, INTERCOM, 1987, p.13

<sup>78</sup> Vide: KATZ, Elihu and LAZARSELD, Paul F. - *Personal Influence - The part played by people in the flow of mass communication*, New Yoirk, Free Press, 1955

<sup>79</sup> Sus clases fueron reunidas en el libro: BELTRÃO, Luiz - *Métodos en la Enseñanza de la Técnica del Periodismo*, Quito, CIESPAL, 1963, 169 p.

<sup>80</sup> Su experiencia didáctica en Pernambuco fue sistematizada y difundida nacionalmente. Ella dió origen al libro : BELTRÃO, Luiz - *La prensa Informativa*, São Paulo, Folco Masucci, 1969

Convocado, en 1965, por el Presidente Castelo Branco, a través de su Asesor de Prensa, José Vamberto, para dirigir la Facultad de Comunicación de la Universidad de Brasilia en el lastre de la crisis allí desencadenada en el inicio del régimen militar, Beltrão quiso valorizar la propuesta del idealizador de aquella universidad, Darcy Ribeiro. Él pretendía que todos sus docentes madurecidos se alistasen en programas de doctorado y los docentes jóvenes en programas de maestría, en el sentido de fortalecer la investigación, estimulando la producción de nuevos conocimientos.

Siendo así, Luiz Beltrão dió el buen ejemplo, inscribiéndose en el programa de Doctorado en Comunicación, y con eso obtuvo la adhesión de varios otros colegas. Las reglas del doctorado seguían, en aquella conyuntura, el modelo europeo, caracterizado por la realización de una investigación original, finalmente sometido al juicio de un tribunal académico. Se trataba de una evaluación de mérito, sin la intervención de factores políticos. Con todo, la turbulencia que estremeció los cimientos de la UnB después del golpe militar de 1964 terminaría por radicalizar la convivencia dentro del campus, politizando todas sus actividades.

Cuando el profesor Beltrão se presentó para la lectura de la tesis de doctorado ante el tribunal académico constituido por la Rectoría, la Facultad de Comunicación se encontraba conflagrada<sup>81</sup>, culminando con su dimisión del cargo ejecutivo para el cual fuera invitado por la administración anterior. Después del juicio, cada examinador emitió su parecer, siendo que los dos extranjeros protocolaran inmediatamente el boletín de aprobación.

El sociólogo Juan Beneyto, Catedrático de la Universidad de Madrid, recomendó que fuese concedida la máxima distinción al candidato: "A juicio del abajo firmante, el estudio que se dictamina muestra desde luego valor científico sobrado para aspirar a la máxima calificación que el procedimiento académico autoriza, por lo que estima que es obra merecedora de Distinción con Honor"<sup>82</sup>.

A su vez, el diplomático Hod Horton, Catedrático de la Universidad de Denver, Colorado, EUA, emitió el siguiente punto de vista: "Obra de alta categoría, plenamente documentada, bien dirigida, escrita con el mayor apuro literario y, por su entereza, consagrando el autor como un investigador serio".

Nadie dudaba de la lisura del proceso. Aprobado por el grupo examinador, el candidato hacía jus al grado correspondiente. Pero el entonces Rector Laerte Ramos de Carvalho, que demitiera a Luiz Beltrão del cargo ejecutivo, quiso perjudicar al nuevo doctor, dificultando a entrega del título conquistado con brillantez. Por tanto, convenció al miembro brasileño del grupo, integrante del cuerpo docente de la propia universidad, en el sentido de retardar la entrega de su boletín de evaluación. La ausencia de ese documento fue usada como justificativa para impedir el otorgamiento del diploma correspondiente. Todo eso, apesar de haber sido incorporado en el proceso los pareceres de los dos otros examinadores, evidenciando la aprobación del candidato por la mayoría de sus miembros titulares.

Pero, estábamos en pleno gobierno Costa y Silva, cuando el régimen militar endureció, culminando con el golpe-dentro-del-golpe engendrado por el Acto Institucional N. 5. La apariencia de normalidad jurídica, perseguida inicialmente por el gobierno Castelo Branco, quedaría totalmente perjudicada. Por eso, la concesión del título solamente se efectuaría a través de la demanda administrativa instaurada formalmente, mucho tiempo después de la defensa de la tesis<sup>83</sup>.

<sup>81</sup> Vale la pena leer el relato dejado sobre ese episodio por el propio Luiz Beltrão. Se encuentra transcrito en el libro organizado por BENJAMIN, Roberto - *Itinerário de Luiz Beltrão*, Recife, AIP/UNICAP, 1998, p.82-93

<sup>82</sup> BENEYTO, Juan - Juicio de la Tesis de Doctorado, In: BENJAMIN, Roberto - *Itinerário de Luiz Beltrão*, Recife, AIP/UNICAP, 1998, p.310-311

<sup>83</sup> Vide, a propósito de ese hecho, mi testimonio, como testigo ocular de ese y de otros acontecimientos de la época. MARQUES DE MELO, José - En los tiempos de la gloriosa, *Revista Brasileira de Comunicação*, v. XX, n. 2, São Paulo, INTERCOM, 1997, p. 13-28

El calvario de Luiz Beltrão no terminó ahí. Su tesis repercutió intensamente en la comunidad académica nacional e internacional, siendo considerada la más original de las contribuciones brasileñas a la teoría de la comunicación. Umberto Eco, por ejemplo, le dedica un simpático comentario en el jornal *L'Espresso* de Milán (30/10/1966).

Con todo, ella encontró barreras para su publicación integral. La Editora Melhoramentos se mostró interesada por la edición, sometiéndola al cribo del Prof. Lourenço Filho, su consultor para la área de humanidades. Éste emite parecer favorable, argumentando sobre la inconveniencia política de publicar el capítulo teórico, en aquella conyuntura represiva. Percíbese que él discordaba de la anclaje del autor en las premisas "subersivas" de Edson Carneiro. Se temía represalias del sistema autoritario, por tratarse de literatura puesta en cuarentena por los nuevos "dueños del poder"<sup>84</sup>.

No quedó otra alternativa a Luiz Beltrão sino la de aceptar la mutilación de su obra. Ella circula bajo el título *Comunicación y Folklore* (San Paulo, Melhoramentos, 1971), respaldada por una irónica "presentación" de Alceu Maynar Araújo, miembro de la Academia Paulista de Letras:

*"Encuanto los 'folkloristas' (entre aspas) se quedan participando de reuniones y cónclaves para definir lo que ya está definido, para proyectar sólo en el papel, o para relatar lo que fue visto en una demostración por los 'sabios de palanque', viene ese periodista (...) con un trabajo espléndido sobre lo que haya de más moderno, que es la vieja comunicación. (...)*

*"Soy un estudioso de nuestro folklore y confieso que aprendí mucho con ese ensayo. Vale la pena comunicarnos con nuestra realidad folklórica a través de la obra de Luiz Beltrão*

A pesar de ser censurado e impedido de hazer jus al título de doctor, el patrono de la Folkcomunicación no se intimidaría, continuando sus investigaciones. Él asimiló positivamente algunas de las críticas que le fueron dirigidas, inclusive aquella sobre el reduccionismo periodístico de su teoría. Más tarde, él iría a reconocer esa laguna:

*"Sucedió que yo vi que la función de la Comunicación no estaba tan solamente en informar u orientar, estaba también en educar, había una función promocional. Entonces yo comencé a profundizar esos estudios y el resultado es que el concepto de folkcomunicación fue ampliado no para dar solamente la idea de que el pueblo utiliza la folkcomunicación para trocar noticias, mas sí para educarse. Decir lo que él quiere decir, promoverse y entretenerse también, divertirse del mismo modo que nosotros usamos el sistema establecido, que lo llamé de comunicación social para una diferenciación de la comunicación folklórica"<sup>85</sup>.*

Cuando publica su nuevo libro sobre el tema - *Folkcomunicación, la comunicación de los marginalizados* (San Paulo, Cortez, 1980) - no apenas rescata sus raíces teóricas, explicitando las ideas seminales en que se fundamenta, sino que formula un modelo para describir el sistema de folkcomunicación. Eso le permite construir con mayor seguridad el concepto de esa nueva disciplina<sup>86</sup>:

*"La folkcomunicación es, por naturaleza y estructura, un proceso artesanal y horizontal, semejante en esencia a los tipos de comunicación interpersonal ya que sus mensajes son elaboradas, codificadas y transmitidas en lenguajes y canales familiares a la audiencia, a su vez conocida psicológica y vivencialmente por el comunicador, todavía dispersa"*

<sup>84</sup> MARQUES DE MELO, José - Folkcomunicación, la comunicación del pueblo, In: *Telemania, anestésico social*, São Paulo, Loyola, 1981, p. 79-84

<sup>85</sup> Luiz Beltrão: la folkcomunicación no es una comunicación clasista (entrevista), *Revista Brasileira de Comunicação*, Año X, n. 57, São Paulo, INTERCOM, 1987, p. 13-14

<sup>86</sup> BELTRÃO, Luiz - *Folkcomunicación, la comunicación de los marginalizados*, São Paulo, Cortez, 1980, p. 28

Al fallecer, en 1986, Luiz Beltrão dejó un legado intelectual fértil, instigante y provocativo<sup>87</sup>. Vale la pena rescatar las palabras que escogió para dialogar con los lectores de su tesis de doctorado, no obstante incompleta<sup>88</sup>:

*“Entregando al lector éste estudio, el Autor reserva apenas, para sí, la convicción de que intentó abrir una picada para la estrada larga que otros más autorizados y más seguros irán recorrer en el sentido de investigar los agentes y canales de folkcomunicación y, así, penetrar en la médula de las directrices reales que conducen la acción política del hombre brasileño en su compleja integridad”.*

### **Avances de la Folk Comunicación**

Al iniciarse el nuevo milenio, verificamos que la Folkcomunicación concebida como disciplina científica por Luiz Beltrão dejó de ser una mera “picada” para convertirse en la “estrada larga” que él preconizara. Quien lo atesta es su principal discípulo y sucesor, Roberto Benjamín, que inventarió recientemente los avances de esas investigaciones en todo el territorio nacional.

*“La Folk Comunicación enseñada e investigada en la Universidad brasileña ha dado como resultado la publicación de estudios originados en trabajos de campo, reflexiones teóricas y en las aplicaciones metodológicas propias de la investigación. Sus continuadores procuran expandir la concepción y establecer la relación entre las manifestaciones de la cultura popular y la comunicación de masa, incluyendo en sus estudios la mediación realizada por las manifestaciones populares en la recepción de la comunicación de masa, la apropiación de la tradición popular por lo mass media y la apropiación por la cultura popular de aspectos de la cultura de masa.*

*“Así, los estudios de Roberto Benjamín sobre maracatu, las tesis de Joseph Luyten sobre literatura de cordel, la de Edval Marinho de Araújo sobre el holgorio caballo-marino, la de Rute Almeida sobre almanaques son ejemplos de documentación y análisis de canales populares y sus mensajes; ‘Folletos Populares intermediarios en el proceso de comunicación’, de Roberto Benjamín es el primer estudio monográfico sobre la mediación de los canales populares en el proceso de la comunicación de masa; ‘La influencia de la radio en la dinámica cultural de las canturías en Paraíba’ es una investigación de Luis Custódio sobre los efectos de la comunicación de masa sobre un canal popular; la disertación de Osvaldo Meira Trigueiro, ‘La TV Globo en dos comunidades rurales de Paraíba: un estudio sobre la audiencia de la televisión en determinados grupos sociales “es un estudio sobre la audiencia de la televisión en grupos de cultura folk interligados a este mass medium; el estudio comparativo sobre la temática de la Navidad, promovido por José Marques de Melo, analiza el impacto de la globalización y la permanencia de las tradiciones populares en los mensajes vehiculados por los diarios brasileños”*<sup>89</sup>.”

BENJAMÍN reitera, finalmente, que “la divulgación de la teoría fue perjudicada por la no-publicación de la tesis defendida en la Universidad de Brasília”<sup>90</sup>.

<sup>87</sup> Ese legado incluye también su trilogía sobre Teoría de la Comunicación. Vide: BELTRÃO, Luiz - *Sociedad Masa: Comunicación & Literatura*, Petrópolis, Vozes, 1972; *Fundamentos Científicos de la Comunicación*, Brasília, Thesaurus, 1973; *Teoría General de la Comunicación*, Brasília, Thesaurus, 1977, bien como el manual que escribió en sociedad con Newton de Oliveira QUIRINO - *Subsidios para una Teoría de la Comunicación de Masa*, São Paulo, Summus, 1986.

<sup>88</sup> BELTRÃO, Luiz - *Comunicación y folklore*, São Paulo, Melhoramentos, 1971, contra-capá

<sup>89</sup> BENJAMIN, Roberto - Folkcomunicación: contribución de Luiz Beltrão para la Escuela Latino-Americana de Comunicación, *Anuario Unesco/Umesp de Comunicación Regional*, n. 2, São Bernardo do Campo, UMESP, 1998, p. 136

<sup>90</sup> BENJAMIN, Roberto - Folkcomunicación: contribución de Luiz Beltrão para la Escuela Latino-Americana de Comunicación, *Anuario Unesco/Umesp de Comunicación Regional*, n. 2, São Bernardo do Campo, UMESP, 1998, p. 136 BENJAMIN, Roberto - Folkcomunicación: contribución de Luiz Beltrão para la Escuela Latino-Americana de Comunicación, *Anuario Unesco/Umesp de Comunicación Regional*, n. 2, São Bernardo do Campo, UMESP, 1998, p. 134

Esa deficiencia deja de existir, ahora, con el lanzamiento del libro que contiene la versión original de aquella tesis- *Folkcomunicación - Un estudio de los Agentes y de los Medios Populares de la Información de Hechos y Expresión de Ideas*, publicada integralmente por la Editora de la PUC-RS (Puerto Alegre, 2001), por iniciativa del Prof. Dr. António Holfeldt<sup>91</sup>. Su circulación en territorio nacional ciertamente va aumentar el contingente de los investigadores de los fenómenos folkcomunicacionales. Va fortalecer también la corriente de los jóvenes investigadores que acuden, anualmente, a las Conferencias Brasileñas de Folkcomunicación<sup>92</sup>, promovidas por la Cátedra UNESCO/UMESP, bien como a eventos similares organizados por sociedades científicas como la INTERCOM - Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares de la Comunicación<sup>93</sup>, la LUSOCOM - Federación Lusófona de Ciencias de la Comunicación, FELAFACS - Federación Latinoamericana de Facultades de Comunicación Social, ALAIC - Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación, etc.<sup>94</sup>

Las nuevas corrientes de estudiosos de la folkcomunicación recorren flujo inverso aquel originalmente concebido por Luiz Beltrão<sup>95</sup>. El fundador de la disciplina privilegió los auténticos procesos folkcomunicacionales, bien como la folkmedia encuanto recodificadora de los mensajes previamente vehiculadas por los *mass media*. Sus jóvenes discípulos procuran desvendar de que manera la Folkcomunicación actúa como retroalimentadora de las industrias culturales. Sea pautando materias periodísticas, generando productos ficcionales, embasando campañas publicitarias y de RP o invadiendo los espacios de entretenimiento<sup>96</sup>.

Se trata de un conjunto de tendencias que están bien delineadas en el último libro de Roberto Benjamín<sup>97</sup> o en la edición monográfica de la revista *Comunicación & Sociedad*, n. 34<sup>98</sup>. Esas publicaciones reflejan claramente el avigoramiento académico de la Folkcomunicación, tanto cuanto su destaque como campo de estudios que ultrapasa las fronteras del Brasil para alcanzar a todos los Países Lusófonos y la América Latina.

<sup>91</sup> A EDIPUCRS está situada en la Av. Ipiranga, 6681 - prédio 33, Puerto Alegre, cep: 90619-900, RS. Caixa Postal: 1429. Telefax: (051) 339-1511 r: 3323. Endereço eletrônico: edipucrs@music.pucrs.br

<sup>92</sup> Fueron realizadas 3 FOLKCOM al finalizar el siglo XX: 1998 (UMESP, São Bernardo do Campo, São Paulo); 1999 (FUNREI, São João del Rei, Minas Gerais), 2000 (UFPB, João Pessoa, Paraíba).

El primer encuentro del nuevo milenio fue agendado para el campus de la UFMS, en la ciudad de Campo Grande, Mato Grosso do Sul, en junio de 2001. El evento ha hecho un inventario nacional de las fiestas populares. Vide: MARQUES DE MELO, José - Las fiestas populares como procesos comunicacionales, *Neon - Arte, Cultura y Entretenimiento*, Año 2, n. 22, Salvador, octubre de 2000, p. 34-39

<sup>93</sup> Esa entidad acaba de crear un Núcleo de Pesquisas exclusivamente dedicado a los fenómenos folkcomunicacionales, cuya instalación fue confiada al Prof. Dr. Sebastião Breguez (Centro Universitario del Sur de Minas), responsable por la organización del I Seminario de Folkcomunicación (Belo Horizonte, abril de 2001)

<sup>94</sup> Esas asociaciones internacionales crean Grupos de Estudios de Folkcomunicación, que se reúnen periódicamente, durante sus congresos bienales o trienales, para discutir los resultados de las mas recientes investigaciones hechas en diferentes países.

<sup>95</sup> Para mejor comprender las ideas seminales el maestro olindense, vale la pena consultar a la antología: MARQUES DE MELO, José, org. - *Midia y Folklore - el estudio de la Folkcomunicación según Luiz Beltrão*, Maringá, Faculdades Maringá/Cátedra UNESCO/UMESP, 2001.

<sup>96</sup> MARQUES DE MELO, José - Folkcomunicación entre media y cultura popular, *Imprensa*, n. 151, São Paulo, agosto/2000, p. 76-77

<sup>97</sup> BENJAMIN, Roberto - *Folkcomunicación en el contexto de masa*, João Pessoa, Editora de la Universidad Federal de Paraíba, 2000

<sup>98</sup> Ese volumen contiene un dossier sobre Folkcomunicación, coordinado por Waldemar Kunsch (São Bernardo do Campo, UMESP, diciembre/ 2000).

## **Escuela latinoamericana: precursor cubano**

### **Periodistas investigadores**

La diáspora intelectual denominada Escuela Latinoamericana de Comunicación (Elacom) despuntó en el escenario internacional durante los años 60-70, en una coyuntura histórica en que los golpes militares victoriosos en Argentina, Brasil, Bolivia, Chile, Perú, Uruguay, etcétera, obligaron a varios investigadores de la Ciencia de la Comunicación a tomar el rumbo del exilio.

Cobijados en universidades del propio continente o en instituciones científicas de los países europeos, comenzaron a esbozar la resistencia al autoritarismo latinoamericano. Para ello, promovieron tesis legitimadas por agencias mundiales, como fue el caso del nuevo orden mundial de la información y de las políticas nacionales de comunicación, patrocinadas por la Unesco.

Tales ideas respaldaban un modo crítico de analizar los procesos comunicacionales, cultivando un pensamiento al mismo tiempo mestizo y utópico. Ancladas en los avances científicos heredados de las vanguardias estadounidenses o europeas, estaban plenamente sintonizadas con las demandas culturales de las clases medias y de los contingentes empobrecidos de las naciones situadas al sur del Río Bravo. Casi todas ellas estaban sofocadas por el control férreo que las dictaduras o los gobiernos autoritarios imponían a sus industrias mediáticas.

Empero, para que germinaran y florecieran, fue decisiva la contribución de aquellos intelectuales, principalmente periodistas, que entre los 40 y 50 comenzaron a analizar comparativamente los sistemas mediáticos latinoamericanos. Su intención era esclarecer nuestras identidades profesionales y nuestras convergencias académicas. Entre ellos, el argentino Clemente Santa María, el cubano Octavio de la Suarée, el boliviano Gustavo Adolfo Otero, y los brasileños Carlos Rizzini y Vitorino Prata Castelo Branco.

### **Educador pionero**

Octavio de la Suarée integró el equipo de profesores fundadores de la Escuela Profesional de Periodismo "Manuel Márquez Sterling", instalada en La Habana, en octubre de 1943. Cuba (1942) fue el tercer país latinoamericano en fundar una escuela de periodismo, acompañando las iniciativas pioneras de Argentina (1934) y Brasil (1935).

Su biografía refleja la trayectoria de un intelectual que se granjeó precozmente el reconocimiento del medio periodístico. Nacido en Cárdenas, el día 19 de enero de 1903, Suarée ingresó a la profesión a los 16 años de edad, trabajando en su ciudad natal para el periódico *El Tiempo*. Se mudó después para Matanzas, logrando finalmente ser contratado por la prensa de La Habana. Cuando su gran influjo consiguió la realización del primer congreso nacional (1941), obteniendo la reglamentación (1942), el acceso al periodismo y el respeto a los derechos adquiridos, se dedicó a las nuevas generaciones que buscaban afanosamente la "Licenciatura en periodismo".

Octavio se metió de lleno en la formación de las nuevas generaciones de trabajadores de la noticia, cuando comenzaba a funcionar la primera escuela de periodismo del país. Habiendo estudiado en Francia, le fue encomendada inicialmente la materia de "Francés periodístico". Pero, cinco días antes de que comenzaran las clases, le desafiaron a que también diera cátedra de "Sicología aplicada al periodismo". Suarée aceptó el desafío. Afirmaba él que así pretendía "ofrecer a la clase una demostración patente de la presencia de ánimo, del espíritu de resolución que deben caracterizar siempre al periodista".

Por eso mismo, forjó una metodología singular, complementando sus introducciones en clase con ejemplos sacados de la observación de los registros periodísticos de la prensa nacional. El ejercicio periódico, denominado Noticiero Sicológico, obligaba a sus alumnos a revisar críticamente el comportamiento de los periódicos cubanos de la época.

### **Teoría del periodismo**

Sus clases fueron posteriormente recopiladas en el libro *Manual de Psicología aplicado al periodismo*, que tuvo dos ediciones, una en 1944 y la otra diez años después. La comparación de las dos versiones permite aquilatar su erudición y competencia. La primera edición denota una percepción cognoscitiva surgida de la clásica bibliografía psicológica (Stern, Le Bond, Freud, Watson). En la segunda, incorpora el conocimiento periodístico acumulado, de manera particular el vigente en la escuela francesa (Stoetzel, Bellanger, Jouve, Marcelin).

Poco después, Suarée abrió nueva línea de trabajo, dedicándose a aquello que consideraba esencial en el ejercicio del periodismo: la conciencia profesional moldeada por la conducta ética. Fundamentándose en las lecciones de Sócrates y Martí, concibe un cuerpo doctrinario, estimulando a los futuros periodistas a enfrentar el carácter individualista de la sociedad cubana de la época.

Para lograr esa finalidad, Suarée realizó una peregrinación fecunda por los códigos de la ética periodística vigentes en su tiempo, prestando atención especial a los aportes latinoamericanos. El resultado de esa fascinante empresa está contenido en el libro *Moralética del periodismo* (1946).

La cúspide de su trayectoria académica llegaría dos años después, cuando publica su tratado de periodismo titulado *Socioperiodismo*. Se trata de una obra que demuestra madurez teórica y acuciosidad metodológica, analizando comparativamente las "manifestaciones sociales de la prensa" a escala mundial. Amén de configurar una especie de "ciencia periodística" hecha en Latiniamérica, este libro contiene el germen del pensamiento comunicacional forjado en las obras de los pioneros de Elacom, como Luiz Beltrão (Brasil), Jesús Marcano Rosas (Venezuela), Luis Ramiro Beltrán (Bolivia), Mario Kaplun (Uruguay), Jorge Fernández (Ecuador) o Juan Díaz Bordenave (Paraguay).

### **Exilio compulsorio**

Al publicar su obra principal, Octavio de la Suarée declara que escribió en una coyuntura excepcional (1947-1948): "los años menos propicios para la creación intelectual que haya conocido la Cuba republicana". Ciertamente él no dimensionaba el empeoramiento de la situación política nacional, desdoblándose en dos etapas correlacionadas: la dictadura instaurada por Fulgencio Batista (1952) y la insurrección encabezada por Fidel Castro (1959).

Cuando los guerrilleros de la Sierra Maestra conquistan el poder, dictando las reglas de la nueva sociedad cubana, de acuerdo con el esquema del planteamiento estatal, las seis escuelas de periodismo existentes en el país son reunidas en una única institución: la Escuela de Periodismo de la Universidad de La Habana. Idéntica estrategia se aplica a la industria mediática, reduciéndose el número de periódicos y revistas, que pasan a ser controlados por el partido del gobierno.

Además de esa reducción laboral, se verifica también un estrechamiento ideológico, como consecuencia del cerco capitalista a la emergente "democracia popular". Fidel Castro se vio en la necesidad de incluir a Cuba en el conjunto de los países-satélites de la Unión Soviética, lo que motiva a grandes contingentes de la población nacional a encaminarse rumbo al exilio. Octavio de la Suarée estaba entre los emigrados cubanos que desembarcaron en Miami a partir de entonces.

## Resurrección histórica

Sufriendo el ostracismo yanqui durante 33 años, el precursor cubano de la Escuela Latinoamericana de Comunicación falleció el 19 de marzo de 1994, dejando varias obras inéditas. Su memoria está siendo preservada por su hijo, Octavio de la Suarée y Quintaes, que viene cooperando con el Acervo del Pensamiento Comunicacional Latinoamericano, centro de documentación sustentado por la Cátedra Unesco de la Universidad Metodista de Sao Paulo.

Dos investigadores brasileños fueron bien recibidos al hacer incursiones en el itinerario periodístico y en las ideas construidas por Octavio de la Suarée. Paulo da Rocha Dias (UMESP) publicó en la *Revista Brasileña de Ciencias de la Comunicación*, vol. XXIV, núm 1 (2001), 123-141, un perfil de su legado comunicacional, comparándolo a otros precursores latinoamericanos (Carlos Rizzini y Adolfo Gustavo Otero).

A su vez, Osmar Mendes Júnior (ECA-USP) tiene la ambición de iniciar su resurrección histórica, escribiendo una biografía intelectual en el año de su centenario. En realidad, pretende inscribir a Suarée en la galería de los visionarios que pagaron un elevado costo por "anticiparse a su tiempo", como bien lo dijo Carlos Drummond de Andrade, el poeta brasileño.



## **Vanguardia académica: el espacio ocupado por la mujer en América Latina**

### **Mujer y comunicación**

La ascensión de la mujer en el mercado de trabajo comunicacional se hace tendencia en el mundo contemporáneo. Crece globalmente el contingente femenino que actúa en las empresas periodísticas, agencias de publicidad, departamentos de relaciones públicas e industrias audiovisuales. Las mujeres representan hoy la gran mayoría del alumnado en las facultades de comunicación social. Existen indicios de que ellas ocupan ya posición predominante, asimismo, en el cuerpo docente de esas instituciones académicas.

¿Ese crecimiento también se confirma en la actividad científica del área? En otras palabras: ¿cuál es el espacio reservado a la mujer en los centros e institutos de investigación, incluidos aquellos sufragados por las universidades?

### **Ofensiva feminista**

En su tesis de doctorado sobre la mujer como diseminadora de conocimiento científico o como ítem de la agenda noticiosa de la revista *Science e Nature*, recientemente presentada en la Universidad Metodista de Sao Paulo, la pernambucana Betânia Maciel se encontró con un panorama de escasa participación. Se trata, sin embargo, de resultados que expresan la perspectiva vigente en revistas científicas del mundo anglosajón.

Por eso mismo, quien observa con acuciosidad la vida de la comunidad internacional de las ciencias de la comunicación, no queda sorprendido al saber que las posiciones conquistadas por las mujeres investigadoras en la estructura del poder académico son fruto de la lucha incesante que las lideresas feministas desarrollaron durante los años 90.

En el caso específico de la International Association for Media and Communication Research (IAMCR, también conocida por las siglas francesas: AIERI), sin duda la más importante asociación del área, la composición de sus últimos dos directorios fue orientada por un pacto de damas y caballeros. O sea, que las mujeres pasaron a tener cuotas de participación que les aseguraron un equilibrio decisivo en relación con la parte masculina.

Pero esa conquista no se realizó pacíficamente. Fue necesario que renombradas comunicólogas como Gertrude Robinson (Canadá), Brenda Dervin (EU), Anabelle Sreberny (Inglaterra), Virginia Nightingale (Australia), Marjan De Bruin (Jamaica), Gladys Daza (Colombia) o Carmen Gómez Mont (México) empuñasen armas retóricas para convencer a toda la comunidad de que aceptase la repartición del poder asociativo.

Con todo, hasta ahora ninguna mujer ha logrado ocupar la presidencia de la IAMCRAIERI. Naufragaron solemnemente las candidaturas lanzadas por feministas como Olga Linné (Inglaterra) o Ramona Rush (EU).

### **Peculiaridades regionales**

Las relaciones genéricas en la comunidad latinoamericana de las ciencias de la comunicación no parecen tan tensas como aquellas observadas en el campo internacional.

Es claro que ese ambiente de cordialidad constituye una tendencia reciente. El inicio de la comunidad se operó en una coyuntura en la cual el liderazgo masculino asumía proporciones monopólicas. En su tesis de doctorado "Escuela Latinoamericana de Comunicación: el legado de los

pioneros" (Sao Paulo, UMESP, 2002), Maria Cristina Gobbi observó que la presencia femenina en ese grupo fundador de la ELACOM fue puramente residual, casi negativa.

En el último cuarto de siglo, la situación cambió radicalmente. Tanto así que las mujeres investigadoras, como la colombiana Patricia Anzola y la brasileña Margarida Kunsch, ocuparon la presidencia de la Alaic (Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación) en momentos cruciales de la historia de la comunidad, contribuyendo a superar impases que garantizaron la continuidad institucional.

No obstante, lo que realmente diferencia el liderazgo de las comunicólogas latinoamericanas, en relación con sus colegas del Primer Mundo, es la ausencia de conflicto en el proceso de ascensión corporativa. Tanto Anzola como Kunsch fueron conducidas unánimemente a asumir el comando asociativo en circunstancias arriesgadas para la propia sobrevivencia de la Alaic.

Ellas obtuvieron la legitimidad sin protagonizar escenas que evidenciaran la lucha por el poder. Fueron escogidas por sus méritos como creadoras de conocimientos y, naturalmente, también por sus habilidades como gestoras académicas.

### **Escenario latinoamericano**

Para entender la manera como se da la participación de la mujer en la investigación comunicacional de América Latina, en este inicio del siglo XXI, se realizó en la ciudad de Adamantina (Sao Paulo, Brasil), en la primera semana de octubre de 2002, la VI Celacom (Coloquio Internacional sobre la Escuela Latinoamericana de Comunicación).

Promovido por la Cátedra Unesco/UMESP de Comunicación y realizado por la FAI (Facultades Adamantinas Integradas), el coloquio reunió a aproximadamente 30 investigadores invitados, además de dos centenas de pasantes, atentos a las charlas de los visitantes nacionales y extranjeros.

Desde 1997, la Celacom viene discutiendo temas relevantes para el conocimiento de la corriente que asume identidad latinoamericana en el escenario mundial de la teoría e investigación en comunicación. Los primeros encuentros fueron encuadrados bajo una temática monográfica, privilegiando las biografías de comunicólogos como Ramiro Beltrán, Jesús Martín-Barbero, Muniz Sodré o la trayectoria institucional de entidades como CIESPAL, ICINFORM, ININCO, etcétera. Los últimos debates se enfocaron hacia ejes temáticos como las contribuciones de los ideólogos marxistas, de los teólogos cristianos o de los científicos sociales brasileños al pensamiento comunicacional latinoamericano.

### **Conquistas femeninas**

El coloquio de Adamantina demostró, inequívocamente, que la mujer viene conquistando un protagonismo amplio, duradero y diversificado, en los espacios comunicacionales de Latinoamérica.

Los estudios escritos por Margarida Kunsch, Patricia Maldonado, Carla Colonna, Maria Cristina Gobbi, Elizabeth Gonçalves, José Marques de Melo y Carlos Jorge Monteiro, entre otros, demostraron ampliamente la actuación de la mujer como creadora de conocimientos comunicacionales en la academia y en el mercado de trabajo.

Por su parte, las contribuciones de Sonia Virginia Moreira, Graça Caldas, Betânia Maciel, Gisely Hime, Aparecida Ribeiro dos Santos, Sonia Luyten, Antonio Teixeira Barros, Arquímedes Pessoni, Nadia Senna y Joseph Luyten corroboraron el modo en que la mujer viene actuando profesionalmente en la industria mediática. O exhibieron de qué manera su imagen ha sido apropiada por la agenda cotidiana de los medios impresos, electrónicos o digitales.

Ese conjunto de estudios integrará el volumen 6 de la serie *Anales de la Escuela Latinoamericana de Comunicación*, que será publicado por la Editora UMESP, difundiendo ampliamente las ideas expuestas por los autores. Su intención es convocar a las nuevas generaciones a discutir los procesos de inserción femenina en la comunidad académica de la megarregión.

### **Brasil-Mexico**

Si hubo un sello característico en la Celacom 2002, éste puede ser traducido por la eficacia y sencillez de sus dos participantes protagonistas: me refiero al desempeño de Sonia Virginia Moreira (presidenta de la Intercom) y de Patricia Maldonado (presidenta de la Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación AMIC).

Representando a las dos más antiguas y mejor estructuradas sociedades científicas nacionales del área comunicacional, ambas demostraron la razón por la que las comunicólogas latinoamericanas no necesitan disputar las cuotas femeninas en las estructuras del poder académico.

Su competencia intelectual ha sido suficiente para justificar las posiciones de liderazgo institucional de que están sólidamente investidas por delegación y confianza de sus colegas, tanto hombres como mujeres.

## Investigación en comunicación: fuentes sudamericanas

### Ciespal, marco historico

El panorama de la génesis y desarrollo de la investigación de la comunicación en los países sudamericanos sigue todavía desconocido. Está aún por hacerse el perfil histórico de cada país, incluyendo todas las actividades investigativas, dentro y fuera de la universidad.

La presencia de la universidad en este campo de conocimiento toma impulso a partir de la segunda mitad del siglo XX. Como dice Gonzalo Córdova<sup>99</sup>: "CIESPAL en 1960, fue la entidad que prácticamente comenzó en América Latina a promover la importancia y trascendencia de la enseñanza y de la investigación..."

Pero antes de CIESPAL hay indicadores de la acción investigativa sobre objetos comunicacionales por lo menos desde la década de los 50. Es el caso de Venezuela, cuya primera empresa del sector – Datos C. A - fue fundada en 1954, como apuntan Aguirre & Bisbal<sup>100</sup> (1981). Poco después, la Universidad Central de Venezuela toma la iniciativa de crear el Instituto Venezolano de Investigaciones de Prensa, dedicado inicialmente a estudios hemerográficos, publicados regularmente desde el año 1959.

En verdad, la investigación de la comunicación solamente gana reconocimiento a partir de los años 70. Recopilando los documentos existentes en la biblioteca de CIESPAL Jorge Merino<sup>101</sup> identificó 111 títulos, de los cuales el mayor número fue producido en Brasil (25), figurando luego después Venezuela (14), Argentina, Colombia, Ecuador y Perú (11 cada uno) y finalmente México (9) y Chile (7).

Aunque sean datos aleatorios, ellos expresan el cuadro de la producción científica que empieza a hacerse en las facultades de periodismo y de ciencias de la comunicación colectiva.

Las tres últimas décadas del siglo XX testimonian el desarrollo de la nueva rama académica, proceso histórico que Miquel de Moragas rescató comparativamente y le dedicó un capítulo especial de su libro *Teorías de la Comunicación: investigación sobre medios en América y Europa* (Barcelona, Gustavo Gili, 1981).

Adoptando la misma línea de estudios panorámicos, comparativos o contextuales, otros autores aportaron contribuciones valiosas. FUENTES NAVARRO<sup>102</sup> (1992) hace evaluación optimista, declarando que se trata de un "campo cargado de futuro". ATWOOD & McANANY<sup>103</sup> (1986), OROZCO<sup>104</sup> (1997) y BELTRÁN<sup>105</sup> (2000) están más bien preocupados en la identificación de tendencias, trascendencias, perspectivas, proyecciones y desafíos. Por su turno, MARQUES DE

---

<sup>99</sup> CORDOVA, Gonzalo – La investigación de la comunicación colectiva (1974), In: BERNEDO, Franz Portugal, org. - *La investigación en comunicación en América Latina, 1970-2000*, Lima, APFACOM, 2000, p. 38

<sup>100</sup> AGUIRRE, Jesús María & BISBAL, Marcelino – *La ideología como mensaje y como masaje*, Caracas, Monte Ávila, 1981, p. 66

<sup>101</sup> MERINO, Jorge - La investigación científica de la comunicación en América Latina (1974), In: BERNEDO, Franz Portugal, org. - *La investigación en comunicación en América Latina, 1970-2000*, Lima, APFACOM, 2000, p. 51-52

<sup>102</sup> FUENTES NAVARRO, Raúl – *Un campo cargado de futuro: el estudio de la comunicación en América Latina*, México, CONEIC, 1992

<sup>103</sup> ATWOOD, Rita & McANANY, Emile – *Communication & Latin American Society: trenes in critical research, 1960-1985*, Madison, University of Wisconsin Press, 1986

<sup>104</sup> OROZCO, Guillermo – *La investigación de la comunicación dentro y fuera de América Latina*, La Plata, Universidad Nacional de La Plata, 1997

<sup>105</sup> BELTRÁN, Luis Ramiro – *Investigación sobre Comunicación en Latinoamérica*, La Paz, Plural, 2000

MELO & GOBBI<sup>106</sup> hacen el recuento del protagonismo de las instituciones pioneras en Venezuela, Ecuador y Brasil.

### **Inventarios nacionales**

Para la aproximación a los perfiles nacionales hay un conyunto de fuentes bibliográficas que pueden ser útiles a los historiadores de la investigación científica de la comunicación en los países sudamericanos. Por eso vale la pena anotar sus referenciales disponibles en Argentina, Bolivia, Chile, Colombia, México, Panamá y Peru. Ellos resultan del esfuerzo hecho por ALAIC – Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación para estimular las nuevas generaciones a avanzar el conocimiento de nuestro campo de trabajo académico.

---

<sup>106</sup> MASRQUES DE MELO, José & GOBBI, Maria Cristina, org. – *Gênese do Pensamento Comunicacional Latino-Americano*, São Bernardo do Campo, Editora Metodista, 1999

**Argentina**

RIVERA, Jorge – *La investigación de la comunicación social en Argentina*, Lima, DESCO, 1986

**Bolivia**

BELTRÁN, SUÁREZ & ISAZA – *Bibliografía de los estudios sobre comunicación en Bolivia*, La Paz, PROINSA, 1990

**Chile**

MUNIZAGA, Giselle & RIVERA, Anny - *La investigación de la comunicación social en Chile*, Lima, DESCO, 1986

**Colombia**

ANZOLA, Patricia & COOPER, Patricio - *La investigación de la comunicación social en Colombia*, Lima, DESCO, 1986

**Mexico**

FUENTES NAVARRO, Raúl

1987 – *La investigación de la comunicación en México, 1956-1986*, Mexico, Ediciones de Comunicación

1996 - *La investigación de la comunicación en México, 1986-1994*, Guadalajara, Universidad de Guadalajara

2003 - *La investigación de la comunicación en México, 1995-2001*, Guadalajara, ITESO

**Panama**

ALMENGOR, ARAUX, GOLCHER & TUÑÓN – *La investigación en comunicación social en Panamá*, Panamá, Instituto Nacional de Cultura

**Peru**

PEIRANO, Luis & KUDO, Tokihiro - *La investigación de la comunicación social en Peru*, Lima, DESCO, 1986

## **Callejón latinoamericano: Consolidar la investigación comunicacional**

### **Amnesia histórica**

La nueva generación que se inicia en el campo de las ciencias de la comunicación, en este contexto de transición de milenio, sufre con la enfermedad que asola nuestras universidades, teniendo que superar la muralla de la amnesia histórica para no sucumbir delante del apelo seductor de los que proclaman el “fin de la historia” y la “muerte de la utopía”.

Para comprender los desafíos actuales de esa área del conocimiento, en Latinoamérica, se torna indispensable rescatar su trayectoria intelectual para mejor percibir sus compromisos históricos. Ese retroceso puede ser hecho en tiempos distintos: el pasado reciente, distante y remoto.

### **Retroceso en el tiempo**

El pasado reciente corresponde al momento en que la investigación científica de la comunicación se desarrolló en el interior de las universidades, siendo valorada también por las empresas, gobiernos o corporaciones profesionales. La existencia de una masa crítica de investigadores identificados con la nueva área de conocimiento produjo la creación de una nueva entidad asociativa, destinada a reunir a los científicos de la comunicación actuantes en los distintos países de nuestra región.

Al fundar, en Caracas, en 1978, la Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación (ALAIIC), nuestros pioneros plantaron la semilla de una comunidad académica que batallaría por la legitimación social del nuevo campo del saber, ocupando los espacios disponibles en los organismos nacionales de fomento científico y al mismo tiempo representando la región en los respectivos foros internacionales.

Más importante que eso fue entretanto nuestra participación en los debates públicos en aquel contexto, especialmente aquellos relacionados con la construcción de un nuevo orden mundial de información y de comunicación.

Por su lado, el pasado distante está situado en el contexto en que la comunicación penetra en el ámbito universitario. Eso ocurre inicialmente en Argentina, en 1934, cuando la Universidad de La Plata establece la primera carrera de estudios en el ámbito del Periodismo, concretado a través de un trabajo conjunto entre la Universidad de Columbia (New York, Estados Unidos) y el Sindicato de los Trabajadores en la Prensa de Buenos Aires.

Finalmente, el pasado remoto traza el perfil de la comunicación como objeto de estudios académicos. Se configuran allí los primeros análisis y reflexiones sobre fenómenos típicos de difusión simbólica, en un contexto en que los intelectuales empiezan a actuar como vanguardias en nuestras sociedades nacionales.

Estas incursiones asumían el carácter de estudios eclécticos o polivalentes, como, por ejemplo, la problematización hecha por el brasileño Fernández Pinheiro en 1856, sobre las estrategias evangelizadoras de los jesuitas. Se trata de una investigación pionera sobre la naturaleza de la comunicación intercultural, dimensionando la interacción grupal-religiosa entre los misioneros ibéricos y los nativos de las aldeas.

Si revisamos la historiografía de cada uno de nuestros países, vamos a encontrar estudios similares que rescatan, interpretan y descifran acciones comunicacionales, observadas por el ángulo puramente retórico o por los prismas educativo, religioso, lúcido, comercial, legal.

## Procesos de aglutinación

La emergente comunidad latinoamericana en el campo de las ciencias de la comunicación asumió distintas fisionomías en épocas sucesivas.

Ella surge prematuramente como una fraternidad corporativa en el período pos-guerra (años 40 a 60). De ello hacen parte los pioneros de los estudios iniciales sobre periodismo, propaganda, cine, opinión pública. Generalmente son profesionales del área que ingresan en el magisterio universitario, como el cubano Octavio de la Suarée, el brasileño Carlos Rizzini o el ecuatoriano Jorge Fernández.

Se transforma en una diáspora intelectual, durante los años 70, reuniendo a los analistas del impacto social de los medios de comunicación de masa en los países de la región. Su contingente es formado por los pensadores que enfrentaron situaciones de exilio político, como el argentino Héctor Schmucler, el chileno Fernando Reyes Matta, el uruguayo Roque Faraone y el peruano Rafael Roncagliolo; por figuras notables invitadas por las organizaciones internacionales, como el boliviano Luis Ramiro Beltrán, el venezolano Antonio Pasquali, el paraguayo Juan Díaz Bordenave; o por inmigrantes intelectuales del calibre del belga Armand Mattelart, del español Jesús Martín Barbero o de la estadounidense Elizabeth-Fox.

Se configura después como una red investigativa, integrada por los participantes de los foros y proyectos patrocinados por ALAIC, en su primera fase. Su formación privilegiaba a aquellos investigadores independientes, actuando generalmente en instituciones públicas, organizaciones no-gubernamentales o en los movimientos sociales. Sus figuras emblemáticas son la colombiana Patricia Anzola, el peruano Luis Perano, el venezolano Alejandro Alfonso, la mexicana Beatriz Solís o el brasileño Luis Gonzaga Motta.

El surgimiento de una comunidad académica solo se confirma en los años 90, esbozada a partir de los congresos bienales de ALAIC y fortalecida por los Grupos de Trabajo (GTs), organizados como núcleos temáticos. Sus participantes actuaban, en gran parte, en las facultades de comunicación social o en los centros de investigación dedicados para dilucidar los fenómenos de la cultura de masas.

Se trata de un contingente numeroso, identificable a través de la acción de investigadores como los que fortalecen voluntariamente a ALAIC. Las evidencias perceptibles son los recientes congresos de ALAIC (Santa Cruz de la Sierra, Bolivia, 2002; La Plata, Argentina, 2004; Sao Leopoldo, Brasil, 2006), y demuestran que la comunidad se está ampliando y renovando, al incorporar a los estudiantes de los programas de posgrado en Ciencias de la Comunicación o de los jóvenes inscritos en cursos de pregrado, envueltos tempranamente en proyectos de iniciación científica.

El embrión de esta comunidad académica es, sin duda, el histórico Congreso de ALAIC en Embu-Guaçu, Brasil, (1992). Para consolidarla, se torna necesario desarrollar iniciativas en varias frentes, superando idiosincrasias, ultrapasando prejuicios o simplemente construyendo alianzas.

Rescatando éxitos o fracasos acumulados en los últimos decenios, nos empeñamos en hacer un mapa del itinerario para ser desarrollado por nuestras vanguardias.

## Cooperación y solidaridad

La tarea primordial reside en la ampliación y fortalecimiento de las comunidades nacionales de las ciencias de la comunicación. Con excepción de Brasil y México, que desde los años 70 poseen espacios académicos estructurados en torno a la INTERCOM (Sociedad Brasileña de Estudios Interdisciplinarios de Comunicación) y de la AMIC (Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación), solamente Bolivia tiene esbozada una vitalidad asociativa.



Demostración cabal de su potencia emprendedora son los congresos bienales organizados por la ABOIC (Asociación Boliviana de Investigadores de la Comunicación) y por su disponibilidad para integrarse a ALAIC, cuya sede está hoy en la ciudad de La Paz.

Chile y Argentina experimentan formatos peculiares de cooperación interinstitucional, pero no consolidados como estructuras permanentes, nacionalmente legitimadas.

En otros países en donde antes surgieron entidades académicas como Venezuela, Perú o Colombia, las evidencias disponibles insinúan retrocesos asociativos, reflejo natural de las crisis socio-económicas o político-culturales, que debilitan las respectivas sociedades nacionales.

Paralelamente, debemos redimensionar nuestra cooperación internacional. Hubo una intensificación de la participación latino-americana en los foros internacionales del área comunicacional, especialmente en las conferencias promovidas por la Internacional Association for Media and Communication Research (IAMCR).

### **Desafíos académicos**

En el plan epistemológico, se torna necesario retomar la perspectiva holística y comparativa. Vivimos en un contexto de dispersión investigativa, consecuencia del crecimiento impetuoso de la última década, suscitando la fragmentación del objeto de estudio y conduciendo al aislamiento analítico.

De la misma manera, es imprescindible intensificar nuestra autonomía teórica, fomentando la crítica metodológica. Se trata de superar la subordinación en relación a las ciencias sociales, asumiendo nuestro perfil de ciencias aplicadas y acudiendo a estrategias investigativas que permitan alcanzar conocimientos capaces de mejorar la calidad de los productos mediáticos demandados por la sociedad.

Debemos preservar el diálogo con las ciencias sociales en condiciones equilibradas de trabajo conjunto académico, superando el ancestral complejo de inferioridad intelectual que fragiliza una parcela vacilante de nuestra comunidad.

Otro desafío inmediato es la recuperación de la naturaleza singular de la comunicación. Las tendencias recientes de las investigaciones centradas en las mediaciones (estudios de recepción), ideología (análisis del discurso) y mercadotécnica (marketing político), están contribuyendo para hacer perder las características de la comunicación como fenómeno colectivo.

Se torna imprescindible también contemplar la comunicación como proceso social, incentivando estudios sobre el comportamiento de los emisores (mapas etnográficos o sociográficos) y sobre los efectos (impactos sicosociales, políticos y educativos), con la finalidad de influir en la etapa de construcción de nuevos productos mediáticos. Se trata de producir conocimiento aplicable o de hacer la crítica socialmente utilitaria.

### **Identidad latinoamericana**

En esta línea de acción se debe propiciar el rescate del conocimiento empírico, en su triple dimensión: autóctona, mestiza y popular. La actitud de deslumbramiento con relación a las teorías y metodologías foráneas traduce nuestro ancestral "complejo del colonizado". Despreciamos todo aquello que es nativo, peculiar, rústico, al mismo tiempo que recusamos las demandas populares.

Gran parte de la tradición comunicacional latinoamericana tiene su origen en las adaptaciones metodológicas que hicimos de los modelos importados, y de soluciones engendradas que asimilamos de las culturas populares. En la formación de las nuevas generaciones de comunicadores debemos tener el coraje suficiente para recorrer al arsenal empírico alcanzado por las corporaciones profesionales, ayudar a sistematizarlo y actualizarlo a partir de la referencia crítica que siempre ostentó el trabajo universitario.

Como resultado, debemos intensificar el rescate del pensamiento comunicacional latinoamericano, que viene destacándose por su capacidad innovadora, audaz y creativa.

Sin asumir un comportamiento xenófobo, ha llegado el momento de reconocer que América Latina posee un legado comunicacional de buena calidad, reconocido y respetado internacionalmente. Se trata, ahora, de fortalecerlo y de hacerlo avanzar, ocupando el espacio que es nuestro en el atlas mundial de las ciencias de la comunicación.

### **Paradigmas internacionales**

Aunque el pensamiento latinoamericano en comunicación haya sido producto de una reflexión colectiva, generada por la diáspora intelectual resultante del autoritarismo continental como estertor de la “guerra fría”, es evidente el liderazgo ejercido por algunos de ellos, resultando en proyección en el escenario internacional.

Los paradigmas mundiales de la Escuela Latinoamericana de Comunicación indudablemente son:

Años 60 – Antonio Pasquali – venezolano, de formación europea, quien impulsó la reflexión dialéctica sobre la industria mediática, ejercitando una autonomía intelectual y valorando la dialogicidad de los procesos comunicacionales.

Años 70 – Luis Ramiro Beltrán – boliviano, de formación norteamericana, quien tuvo la audacia de hacer la crítica al difusionismo y rechazar el imperialismo, siendo considerado el padre de las políticas nacionales de comunicación.

Años 80 – Jesús Martín Barbero – español que optó por la ciudadanía latinoamericana. Refluyendo al determinismo político y económico vigente en el estudio de la comunicación, reivindicó las mediaciones socioculturales como variables indispensables a la comprensión de las sociedades mediáticas.

A partir de los años 90, con el descenso de los gobiernos militares y la reconstrucción de la democracia en América Latina, se nota el reflujo de los movimientos supranacionales. Se trata de una paradoja, pero en plena edad de la globalización, irrumpe en los países de la región una ola en cierto sentido nacionalista, desarticulando la hegemonía del pensamiento colectivo, solidario y utópico.

La nueva generación de comunicólogos actúa de forma más individualista, integrando competitivamente equipos plurinacionales, pero abandonando la mística latinoamericana. El pensamiento mestizo, comprometido con el fortalecimiento de nuestra identidad cultural, se convierte en objeto de estudio histórico o heurístico... Hasta que sea redescubierto o revitalizado, después del agotamiento de la euforia cibermediática en la emergente sociedad del conocimiento.

## **Comunidad iberoamericana: sueños y pesadillas de los comunicólogos**

### **Síndrome de la refundación**

Estamos al borde de un evento histórico que ciertamente va dominar nuestra agenda mediática en la próxima década. Llegamos a 2010, iniciando la celebración del bicentenario de la ruptura política entre la Península Ibérica y los enclaves coloniales de Portugal y España en el continente americano.

Para los latinoamericanos significa la fundación de los espacios nacionales, matrices generadoras de nuestras identidades culturales. Y para los ibéricos simboliza la reconquista de la dignidad nacional, impulsada por las rebeliones populares de Madrid a Oporto. La expulsión de los invasores franceses impulsa la diseminación de los ideales democráticos que determinan el fin de “antiguo régimen” el la península.

Pero antes de exponer mis hipótesis e plantear mi tesis, advierto que tomé el cuidado de exorcizar el “mito de Adán”, que tanto seduce los pueblos latinoamericanos. Sin duda, cultivamos la síndrome de la “refundación”.

De tiempos en tiempos, como bien dijo el estadista uruguayo José María Sanguinetti, imaginamos estar “naciendo de nuevo”, asumiendo una postura de “tierra arrasada”. Renegamos el “pasado reciente”, que “debe ser expulso de la historia para las profundidades infernales”. Nuestro imaginario colectivo aún tiene costumbre de inspirarse en el “incendio de la Revolución Francesa” objetivando “reducir a cenizas” el pasado colonial. (Sanguinetti, 2007).

### **Latinoamérica existe?**

Decir que hablamos de América Latina con interlocutores situados en la Europa Ibérica quizá no sea suficiente. La tarea no es tranquila como parece. Vamos tomar como ejemplo la declaración del historiador inglés Peter Burke:

*“Una de las cosas que me sorprendieron en la primera visita que hice a Brasil, en los años 1980, fue oír las personas hablando de la “América Latina”. En el Reino Unido, se considera normalmente que Brasil hace parte de Latinoamérica. Pero las personas con las cuales yo hablaba o que yo oía parecían dar como cierto que la América Latina era otro lugar. De manera similar, los británicos tienen la costumbre de hablar de “Europa” y los sicilianos de “Italia”, como si los términos no los incluyesen”. (Burke, 2005)*

No es sin razón que intelectuales brasileños, como es el caso de María Lucía Victor Barbosa, han tenido necesidad de recorrer la misma ruta de Cristóbal Colón y Pedro Álvarez Cabral, en busca de sus raíces y de los trazos de nuestra identidad, bajo el estímulo de las conmemoraciones del Quinto Centenario del Descubrimiento (que los hispanos celebraran en 1992 y los lusitanos en el año 2000).

Ella empezó por la Península Ibérica, donde “nosotros latinoamericanos, fuimos forjados por la cruz y por la espada que quedaron impresas en nuestros valores, en nuestras actitudes y en nuestra visión de mundo”. (Barbosa, 1995, p. 15).

Pero la historiadora brasileña navegó desarmada. Dejando en casa la cruz y la espada, no tuvo dificultades en darse cuenta que “los españoles y portugueses legaran a América Latina su cultura dominante”. No fue difícil observar también que, a pesar de originarios de una misma matriz, nosotros somos pueblos diferentes.

*“Así como trazos heredados de los padres no impiden los hijos de tener su propia personalidad, así nosotros latinoamericanos, tenemos nuestras individualidades, en que pesa la fuerte marca ibérica en nuestra manera de ser” (Barbosa, 1995, p. 15)*

Además, el juicio formulado por la autora es visiblemente auto-critico, desvinculando el almirante Cristóbal Colón de “cualquier responsabilidad sobre aquello en que nos tornamos”. Su observación es sibilina:

*“No podemos culparlo por nuestros fracasos, como aquellos que prefieren las actitudes cómodas (...). Nuestro subdesarrollo, nuestra corrupción, nuestro populismo, nuestro individualismo, nuestros Estados patrimonialistas y clientelísticos y nuestras sociedades desiguales empezaron a partir de una embriogenia defectuosa y, de poco, cada uno de nosotros desarrolló a su manera su propia barbarie” (Barbosa, 1995, p. 16)*

Quién nos observa de fuera, como el francés Alain Roquié, percibe claramente la crisis de identidad que enfrenta Latinoamérica.

*“América es, desde Colón, el continente de los malos-entendidos. El Almirante buscaba el Camino de las Indias, descubrió los indicios, o sea, El Nuevo Mundo. Un mundo que aún permanece muy nuevo”. (Roquié, 1991, p. 15)*

Tanto así que, delante de la apropiación substantiva del termo **América** por los pueblos que viven al norte del continente, fuimos compelidos a nos contentar con una designación adjetiva. Y optamos por la expresión ambigua, cuñada en 1839 por el francés Michel Chevalier. En la fase pos-independencia, ella fue fácilmente adoptada por nuestras elites criollas, “porque justificaba la admiración que sentían por la cultura francesa”. Así, “América Latina fue y no es un lugar, una entidad preexistente, pero un proyecto político” (Burke, 2005).

Hasta mismo antropólogos como Darcy Ribeiro, quien dedicó atención especial al conocimiento del proceso de civilización transcurrido en este continente, no hesitó en cuestionar: “¿Latinoamérica existe?”

Su respuesta es bastante clara, comportando dos perspectivas: una vacilante (de naturaleza geofísica) y otra afirmativa (de matriz geocultural).

En el plano geofísico, las evidencias señalan en dirección al nuestro “aislamiento”, condicionado a la “dependencia” en relación a los centros hegemónicos.

*“Hasta hoy, nosotros, latinoamericanos, vivimos como si fuéramos un archipiélago de islas que se comunican por el mar y por el aire y que, con más frecuencia, se vuelven para afuera, para los grandes centros económicos mundiales, que para adentro. Las propias fronteras latinoamericanas, corriendo al largo de la cordillera desértica, o de la selva impenetrable, aíslan más que comunican y raramente posibilitan un convivir intenso” (Ribeiro, 1986, p. 11)*

En el terreno geocultural, constituimos un mosaico caracterizado por la “uniformidad sin unidad”, pues

*“lo que sobresale en el mundo latinoamericano es la unidad del producto resultante de la expansión ibérica sobre la América y su bien-sucedido proceso de homogeneización. La nuestra verdadera fisonomía está expresa en las*

*sociedades étnico-nacionales cuyas poblaciones son producto del cruzamiento y quieren continuar se fundiendo (...) Amalgamando gente procedente de todos los cuadrantes de la Tierra, se crearon aquí pueblos mestizos" (Ribeiro, 1986, p. 18)*

## **Contingencia civilizatoria**

Su homogeneización se hace a través de variables lingüísticas y culturales, heredadas de los colonizadores ibéricos. Por tanto, asumir esa "fisonomía iberoamericana" delante de la "revolución termonuclear", dínamo del proceso de globalización en curso, representa una contingencia "civilizatoria" a que, según Darcy Ribeiro, no podemos nos hurtar.

*"El proceso civilizatorio que opera en nuestros días (...), por más que afecte los pueblos latinoamericanos, sólo podrá reforzar su identidad étnica como uno de los rostros por cual se expresará la nueva civilización. Es hasta probable que engendre la entidad supranacional, que, en el futuro, será el cuadro dentro del cual los latinoamericanos vivirán su destino. Dentro de ese cuadro se destacarán más visibles y afirmativas que hoy algunas nacionalidades indígenas (quechua, aimará, maya, mapuche, etc.) actualmente oprimidas. Pero el escenario macro-étnico dentro del cual todos los pueblos del sub-continente coexistirán tendrá una fisonomía- iberoamericana." (Ribeiro, 1986, p. 23)*

A pesar de ese vaticinio histórico, nos deparamos hoy con una "retórica negativa" en toda la región. Ella traduce el sentimiento de desánimo que se abatió sobre nuestras poblaciones después del "fin de la bipolaridad".

En estas coyunturas, las "fronteras nacionales" se tornan precarias, frente a la creación de "redes globales" a las cuales se incorporan "segmentos de los países periféricos".

América Latina se fragmentó,

*"dividida entre un populismo regresivo y el miedo de ser cautiva de un imperio ya sin fuerzas". (Cardoso, 2007).*

El balance contemporáneo indica que solamente tres países lograran una integración más favorable en el mercado globalizado – Chile, Brasil y México.

Delante de ese panorama dramático, se comprende la tendencia observada en el mapa de Latinoamérica, donde las divergencias se sobresalen más que las convergencias.

Increíble es la ola de desprecio por nuestra identidad cultural, anclada en el deseo de "no querer ser latinoamericano". Ese tipo de sentimiento ha impulsado contingentes expresivos de nuestro pueblo a caminar en la ruta de la inmigración.

Reflexionando sobre la paradoja, Nestor Garcia formula una cuestión patética:

*"¿Qué está ocurriendo en América Latina para que un continente que ya expulsó centenas de millares durante las dictaduras de las últimas décadas, siga empujando los ecuatorianos, peruanos y colombianos a huir para España, los uruguayos en dirección a Australia mientras otros imaginan que Estados Unidos y Cuba son alternativas comparables?" Canclini (2002, p.16)*

Al mismo tiempo en que alarga las fronteras de América Latina el aflujo de emigrantes centro y sur americanos a los Estados Unidos imponen un desafío a los propios estadounidenses.

*“Pues, los latinoamericanos son los inmigrantes más numerosos...(...) Mexicanos y estadounidenses de descendencia mexicana en el sudeste, puertorriqueños y dominicanos en Nueva York y cubanos en Florida forman grandes y influyentes comunidades. En 1990, las ciudades estadounidenses con las mayores poblaciones latinas eran Los Ángeles (4,7 millones), Nueva York (1,9 millones), Miami (1 millón), Chicago (0,7 millón) y Houston (0,7 millón). (...) La verdad es que “la inmigración latinoamericana está cambiando la cultura estadounidense” (Chasteen, 2001, p. 263).*

Hace sentido, por tanto, la indagación - *¿Qué significa ser latinoamericano* - hecha, en el inicio de este siglo XXI, por el antropólogo argentino que vivencia la experiencia de inmigrante en México. Así también la premisa por él construida - *la condición actual de América Latina extrapola su territorio* - y el argumento que los fundamenta:

*“Aquellos que dejaron sus países y ahora alargan nuestras culturas muy a frente de la región, muestran la fragmentación dolorosa de los latinoamericanos y también las oportunidades que ofrecen los intercambios globales” (Canclini, 2002, p. 12)*

Para dar respuesta adecuada a esta y otras cuestiones cruciales, que siguen como gritos parados en el aire, Canclini ofrece algunas pistas que desaguan en la idea matricial de este ensayo: fortalecer la comunidad iberoamericana de ciencias de la comunicación:

Ultrapasar las “litúrgicas lamentaciones sobre la americanización” de América Latina, contemplando también la “latinización de los Estados Unidos”. Eso significa: ir al frente de la descripción para construir “proyectos críticos”.

Retirar el pensamiento crítico de la oposición maniqueísta entre estado y empresa privada, entendiendo el Estado como lugar de articulación de los gobiernos con las iniciativas empresariales y los sectores de la sociedad civil.

Situar la “latinoamericanidad” como una construcción híbrida, para la cual aportaran los países mediterráneos de Europa, los indígenas americanos y las migraciones africanas, sin dejar de lado su diseminación en territorio europeo y estadounidense.

## **Regreso al futuro**

Regreso ahora a Sevilla, 2006, cuando celebramos los veinte años de IBERCOM, el embrión de una comunidad iberoamericana de comunicación. Había en el aire una tácita complacencia por el sencillo hecho de existir un territorio de esta naturaleza. Espacio capaz de propiciar el diálogo entre líderes de comunidades académicas nacionales que poseen identidad común.

Confieso que, reflejando sobre el itinerario ya hecho, tengo necesidad de rememorar nuestro punto de partida. O sea, el primero IBERCOM, en Sao Paulo, 1986.

Nunca pude olvidar las reacciones manifestadas por colegas<sup>107</sup> a quién mandé invitaciones para comparecer a la reunión convocada por la Sociedad Brasileña de Estudios Interdisciplinarios de la Comunicación -INTERCOM<sup>108</sup>.

Muchos de ellos expresaron descreencia en relación a la propuesta recibida. O me aconsejaban a desistir o se pusieron a esperar para ver.

¿Cuales los argumentos usados por los que resistían a la idea de construir un espacio iberoamericano de comunicación?

Generalmente las recusas partían del siguiente raciocinio: si nosotros ya tenemos espacios latinoamericanos, como ALAIC – Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación y FELAFACS – Federación Latinoamericana de Asociaciones de Facultades de Comunicación Social, de los cuales también participan los españoles y eventualmente los portugueses, ¿por que crear una nueva frente que se superpone a las ya existentes?

O entonces, retrucaban geopolíticamente. Los internacionalistas decían: es preferible incrementar nuestra presencia en la comunidad mundial capitaneada por la AIERI – Association Internationale des Études et Recherches sur l'Information. Los nacionalistas afirmaban: nuestro compromiso actual es fortalecer los espacios nacionales, en proceso de sedimentación, como la AMIC – Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación, AVICS – Asociación Venezolana de Investigadores de la Comunicación Social o APEIC – Asociación Peruana de Estudios e Investigaciones de la Comunicación.

Todos tenían razón. Pero sus tesis no eran suficientes para destruir la idea de la comunidad iberoamericana.

Motivados por el clima de la guerra fría, los internacionalistas redoblaban el entusiasmo por los progresos de la NOMIC – Nueva Orden Mundial de la Información y de la Comunicación, pretendiendo fortalecer las tesis de Sean Mac Bride y soñar con un flujo equilibrado de noticias, donde el Tercero Mundo dejase de ser mero consumidor, pasando también a productor activo de noticias.

Empeñado en construir políticas democráticas de comunicación, los nacionalistas pusieron en segundo plano la arena internacional, entendida como terreno exclusivo de las vanguardias militantes.

Estaban correctos también los latinoamericanistas que vislumbraban el fortalecimiento de Latinoamérica frente al creciente poderío del imperialismo estadounidense. Estos, o despreciaban la contribución de nuestros antiguos colonizadores, o reclamaban la obsesión de los países ibéricos en se tornaren “europeos”, relegando al plano secundario el intercambio con la “periferia” sur americana.

En medio a tamaño nudo de alternativas, se dio lo que pocos esperaban: una brusca alteración de rumbos en la política internacional. Perplejos, asistimos todos a la queda del Muro de Berlín, acompañando el cambio radical del panorama. Fukuyama rotuló el episodio como el “fin de la Historia”. Hobsbawen prefirió decir simplemente que él abrevió el siglo XX.

El bloque soviético se deshizo, como un castillo de cartas, encerrando el confronto leste-oeste. Demostrando su fuerza como potencia aspirante a la hegemonía planetaria, los EE.UU. de Reagan, apoyados por la Inglaterra de Thatcher, dan el golpe de misericordia en la NOMIC, se retirando de la UNESCO -Organización de las Naciones Unidas para Educación, Ciencia y Cultura.

---

<sup>107</sup> Dos adhesiones fueron decisivas para el futuro de IBERCOM, las de Miguel de Moragas y de Jesús Martín Barbero. El primero aprendió inmediatamente el sentido de la iniciativa. No pudiendo comparecer, envió representación catalana, constituyera por Enric Saperas y Charo de Mateo. El segundo no apenas compareció y participó activamente, pero también convenció Patricia Anzola, entonces presidente de ALAIC a fortalecer el evento.

<sup>108</sup> Otra colaboración fundamental fue la de María Immacolata Vassallo de Lopes y de su esposo João Aloísio Lopes, que prontamente aceptaron organizar el encuentro, integrado a la programación del congreso nacional de INTERCOM.

Eso repercute inmediatamente en las comunidades internacionales de ciencias de la comunicación, fragilizando ALAIC y cambiando la correlación de fuerzas dentro de la AIERI.

### **Estrategia brasileña**

Como testigo de todos estos acontecimientos, a partir de la periferia atlántica, y encorajada por el fin de más un ciclo autoritario en la geografía brasileña, la dirección de INTERCOM decidió actuar simultáneamente en muchas frentes.

Quizá sea necesario hacer aquí un paréntesis para explicar la singularidad de la situación brasileña.

El Brasil vivió, durante el período de 1964-1988, más un ciclo autoritario de su etapa republicana. Después de la emancipación política de Portugal, nuestro país adoptó el régimen monárquico, hasta el final del siglo XIX. Al instituir la República, en la crisis que se agigantó después de la abolición de la esclavitud, la corporación militar asumió la tutela del nuevo régimen. Y desde entonces viene haciendo intervenciones en el edificio gubernamental, lo que volvió a ocurrir en 1964, en el apogeo de la Guerra Fría

Una de las consecuencias del régimen militar fue el aislamiento de Brasil en el terreno intelectual. Emergiendo en el auge del autoritarismo, la comunidad académica brasileña en el ámbito de las ciencias de la comunicación acompañó a distancia el fortalecimiento de nuestra comunidad internacional.

Vamos usar dos ejemplos. El Brasil se perfiló como país-fundador tanto de la AIERI (1957) cuanto de la ALAIC (1978). Pero nuestra participación orgánica en la primera fase de las dos asociaciones fue puramente residual. Esa representación se hizo casi exclusivamente por el voluntarismo de investigadores brasileños residentes en el extranjero. Sea por exilados políticos, sea por funcionarios de organismos internacionales, que poseían movilidad para comparecer a los foros convocados por nuestras asociaciones.

Fundada en 1977, INTERCOM al principio funcionó casi clandestinamente, por la desconfianza con que el gobierno de turno encaraba las sociedades civiles, aún que de naturaleza científica. Encorralados dentro del territorio nacional, hesitamos mucho al iniciar nuestra participación colectiva en la arena institucional del campo de la comunicación. Todo fue reducido al diálogo hecho aisladamente con personalidades del área, que invitamos a participar de nuestros congresos nacionales. Solamente tomamos la decisión de la ofensiva orgánica después de la instalación del gobierno civil que hizo la transición democrática de 1985 a 1989.

Teníamos bien clara la estrategia de actuar concomitantemente en varias frentes que no se excluían. Empezamos por la idea de construir un espacio alternativo, que nos parecía una acción táctica para afirmar nuestra presencia en el escenario mundial.

Ella se materializó a través del IBERCOM, que organizamos por la primera vez en 1986, con la expectativa de crear una alternancia bienal entre América y Europa ibéricas. ¿Por que esa opción regionalista en un escenario dominado por la mística internacionalista dominante en el plan político? Exactamente por la convicción de que la cooperación internacional, en el espacio académico, ni siempre obedece la misma lógica de las relaciones político-económicas. Esa hipótesis privilegiaba la **proximidad cultural** como un camino para el intercambio universitario.

Partíamos de nuestra experiencia cotidiana. El dominio de las lenguas extranjeras aún constituye una barrera para la circulación del conocimiento. Cómo superar el sentimiento de soledad que nosotros brasileños experimentamos por la circunstancia de nos comunicarnos en lengua portuguesa? Cercados de hispanohablantes por casi todas nuestras fronteras, la familiaridad cultivada con el idioma oficial de nuestros vecinos constituye factor decisivo para superar la sensación de aislamiento intelectual.



Siempre que indicamos en aula un texto en español o promovemos una charla en esa lengua, la posibilidad de aprensión de los contenidos es más probable que si usamos otras lenguas inevitablemente demandando traducción.

Por otro lado, la distancia histórica que nos venía separando de Portugal, inducía a privilegiar España en las relaciones europeas, donde los estudios de comunicación habían avanzado, a pesar del franquismo. En el espacio portugués, la valorización del campo comunicacional es posterior a la Revolución de los Claveles, que encerró la era salazarista.

### **Proximidad idiomática**

Fue la proximidad idiomática anhelada por el uso del portuñol que nos encorajó a promover el primero IBERCOM. A pesar de la pequeña adhesión inicialmente hipotecada, creíamos que valía la pena insistir en el proyecto.

Llevamos en consideración dos variables que influyeran en el aparente fracaso de la iniciativa. Ellas no fueron explicitadas, pero pairaban en el aire. Por un lado, una especie de desconfianza sobre las relaciones de Brasil con los vecinos países latinoamericanos. Se trata de la sospecha de intereses "imperialistas", en la época asociados a la escalada de nuestro régimen militar. Por otro lado, la obsesión dominante en la Península Ibérica, en aquella coyuntura, en el sentido de integrarse a la comunidad europea.

Comprendiendo que eran obstáculos removibles con el pasar del tiempo, no renunciamos al proyecto de construcción de una comunidad iberoamericana. El inicio de una nueva etapa en la restauración de nuestra vida democrática, con la aprobación de la Constitución Ciudadana de 1988, nos animaba seguir luchando.

De acuerdo con la estrategia de actuar en varias frentes, movilizamos la comunidad nacional a hacerse presente y hacerse notar en el congreso mundial de ciencias de la comunicación promovido por AIERI en 1988, en la ciudad de Barcelona. La posibilidad de inscribir comunicaciones en lengua española ampliaba la oportunidad de participación de los investigadores brasileños. No apenas inducimos una expresiva delegación a comparecer al congreso, como aún logramos el reconocimiento de INTERCOM en la condición de entidad asociada a la AIERI. Para marcar posición, presentamos la candidatura de Brasil como sede del próximo congreso mundial.

De esta manera, fortalecemos la meta de nuestra integración a la comunidad internacional. Ella no se ha limitado a la conquista de un espacio horizontal en la geografía de AIERI, pero dio un paso adelante, de naturaleza vertical. Decidimos recuperar el tiempo perdido en las relaciones internacionales, estableciendo acuerdos de cooperación binacional. Y empezamos por Francia, nuestra antigua compañera en el campo cultural, que fuera muy solidaria con la intelectualidad brasileña en los tiempos del régimen militar.<sup>109</sup>

### **Ofensivas regionalistas**

Barcelona fue el escenario de esa dupla iniciativa internacionalista. Fue también en territorio catalano que vislumbramos dos otras ofensivas, dotadas de perfil regionalista.

Auto-convocada por los latinoamericanos presentes en el Congreso de AIERI, se realizó en Barcelona una asamblea extraordinaria de ALAIC, objetivando decidir el futuro de la asociación<sup>110</sup>. Casi en estado agonizante, la entidad luchaba con dificultades para mantener viva la lumbre de la

<sup>109</sup> Para lograr la legitimación de AIERI, contamos con el aval catalano de los principales anfitriones, Miquel de Moragas y Manoel Parés i Maicas. La conexión francesa fue articulada con el beneplácito del entonces presidente de la SFSIC, Bernard Miége.

<sup>110</sup> A frente de ese movimiento estaban Rafael Roncagliolo, Fátima Fernandez y Roque Faraone.

comunidad latinoamericana de comunicación<sup>111</sup>. Por consenso, se decidió apelar a INTERCOM para asumir el liderazgo del proceso de revitalización de ALAIC.

Sin embargo, hacíamos una exploración sobre la oportunidad de llevar adelante la formación de la comunidad iberoamericana. Esa idea fue bien recibida en España<sup>112</sup>, encontrando flaca resonancia en Portugal, tanto en Lisboa cuanto en Oporto.

Pesando los puntos a favor y en contra, la directiva de INTERCOM, entonces presidida por Margarida Kunsch, decidió invertir en todas las frentes abiertas:

a) Convocó simultáneamente el II IBERCOM y la Asamblea de Reconstitución de ALAIC;

b) Lanzó la candidatura de Brasil para recibir el próximo congreso de AIERI, después de Yugoslavia, pactando con la SFSIC la realización del I Coloquio Brasil-Francia de Ciencias de Comunicación.

Tanto el II IBERCOM cuanto la reunión de ALAIC se realizaron en Florianópolis, Santa Catarina, en 1989.

A pesar de la ausencia de los portugueses, el IBERCOM adquirió densidad, discutiendo el papel de las industrias culturales en las sociedades iberoamericanas<sup>113</sup>.

La asamblea de ALAIC fue precedida por el compromiso asumido por dos sociedades científicas que sobrevivieran a los efectos recesivos de la “década perdida” – la mexicana AMIC y la brasileña INTERCOM.

Durante el primero trienio, hicimos peregrinación por diversos países – Argentina, Uruguay, Paraguay, Chile, Bolivia, Perú, Ecuador, Colombia, Venezuela, Panamá, Cuba, Costa Rica – en la tentativa de animar los investigadores de la comunicación a fundaren/refundaren asociaciones nacionales. Luego nos dimos cuenta de las enormes dificultades del liderazgo y de las propias instituciones. Percibíamos la ausencia de voluntad política para crear una red de sociedades científicas bajo la égida de ALAIC.

Delante de esa situación, tratamos de capitalizar el potencial existente, convocando el I Congreso Latinoamericano de Ciencias de la Comunicación, lo haciendo coincidir con el Congreso Mundial promovido por AIERI en Brasil. En 1992, los dos eventos fueron realizados con mucho éxito.

Como se habla en lenguaje popular, matamos dos pájaros de un tiro. Logramos integrar la vanguardia de la comunidad académica brasileña, capitaneada por INTERCOM, a la comunidad mundial, aglutinada por la AIERI. Y, al mismo tiempo, promovemos el diálogo de nuestros latinoamericanistas con los colegas venidos de inúmeros países de la de la región, sedientos de intercambio intracontinental, que pasaran a se agrupar según temáticas de interés común.

En el ámbito latinoamericano, cumplíamos el acuerdo hecho con la AMIC, pasando a los mexicanos la consolidación de los grupos de trabajo esbozados en Sao Paulo, lo que de hecho ocurrió en 1994, en Guadalajara.

### **Hegemonía anglófona**

En el ámbito internacional, logramos edificar puentes destinadas al futuro intercambio de los brasileños interesados en estudios comparativos con sus pares actuando en otros países. En esa

<sup>111</sup> ALAIC fuera confiada a la guardia de las colegas Patrícia Anzola y Elizabeth Fox, residentes en Colombia.

<sup>112</sup> Especialmente manifestada por Enrique Bustamante, que sensibilizo a FUNDESCO para apoyarla.

<sup>113</sup> Fueron decisivas las presencias de Enrique Bustamante, Ramon Zalo, Obdulio Martin Bernal, Enrique Sanchez Ruiz, Patrícia Anzola, Marcelino Bisbal, José Benitez etc.

ocasión, vivenciando “por dentro” la dinámica de un congreso internacional, percibimos la muralla disimulada por la hegemonía anglófona en el seno de la comunidad académica internacional.

A pesar de la proyección conquistada por Brasil, figurando en el ranking de Guarujá como el segundo país con mayor volumen de trabajos seleccionados y no obstante buena parcela tuviera sido presentada en inglés, en verdad el diálogo con nuestros pares de otras geografías no fluyó satisfactoriamente. La interacción posible, en aquella ocasión, se dio con los contingentes francófonos o hispanos, cuya proximidad cultural nos atraía mutuamente.

Luego después del congreso mundial, promovemos en Sao Paulo, el Coloquio Brasil-Francia de Ciencias de la Comunicación. Fue la primera tentativa de una serie de reuniones binacionales entre pares que se comunican sin necesidad de traducción. Continuados periódicamente, ellas se realizaran, ora en Francia, ora en Brasil. Tal iniciativa fue posteriormente testada con otros países – Italia, Inglaterra, Dinamarca, España, Portugal, Canadá y Estados Unidos.

No descuidamos del cultivo de oportunidades para el diálogo internacional, continuando a incentivar la presencia de delegaciones brasileñas en los congresos bienales de AIERI. Pero luego nos dimos cuenta que el espacio de AIERI se reducía, cada vez más, a los investigadores fluentes en inglés. Más do que eso: motivados por los temas de una agenda sintonizada con la ótica dominante en la vanguardia que gira en torno de la órbita anglo-americana.

Sintomática fue la retirada francesa de este front. Ella no se dio ostensivamente, pero puede ser comprobada por la reducida participación de los académicos que se expresan en francés (incluso belgas y canadienses). Eso, a pesar del francés constituir lengua oficial de la AIERI y de Francia ser la cuna de AIERI. La participación francófona ha sido mantenida por el segmento que eligió el inglés como segunda lengua.

Otra evidencia contundente es la creación de una especie de “gueto hispano” en los congresos bienales de AIERI. Respetando el dispositivo estatuario de que el español es también segunda lengua oficial de la asociación, los responsables por la programación de las actividades segmentan los trabajos inscritos en cada sección o grupo de trabajo, aislando en el fin de cada jornada aquellos escritos en español. Después del intervalo, cuando los grupos retornan a los recintos donde están reunidos, se percibe que solamente quedaron los hispanohablantes. Los otros se retiraron discretamente.

En el congreso de 2004, en Porto Alegre, Margarida Kunsch, como vocera de ALAIC, reclamó públicamente esa actitud, recibiendo explicación plausible por parte de Kaarle Nordestreng. El finlandés, que ejerce liderazgo histórico en nuestra comunidad, justificó diciendo que los colegas anglohablantes se retiraban de las salas porque no eran capaces de ultrapasar la barrera idiomática.

El contra-argumento de la profesora Kunsch fue inmediato. ¿Si es así, cual es el sentido de la presencia de estas comunidades minoritarias en el espacio internacionalizado que pretende ser AIERI? La solución evidente sería la traducción simultánea, pero esto es inviable por el alto costo de los honorarios de los profesionales.

### **Contra-hegemonía ibérica**

Se torna cristalina, por lo tanto, la necesidad de espacios donde los investigadores que poseen afinidades culturales puedan reunirse y dialogar sobre el avance del saber comunicacional. El ejemplo más interesante es de los países nórdicos. Ellos formaran el NORDICOM – Nordic Centre for Media and Communication Research - y se valen del inglés como lengua franca en sus encuentros anuales.

En el caso ibérico, no necesitamos siquiera recorrer a un idioma-puente, ya que el español y el portugués son fácilmente comprensibles a través de la lectura y el portugués funciona naturalmente como artificio de expresión oral.

Más fuerte que el argumento de operatividad comunicativa es el de la proximidad simbólica, pues vivimos en sociedades que poseen relaciones económicas, políticas y culturales más cercanas de lo que las decurrentes de otras articulaciones geopolíticas.

¿Por que no fortalecer estos factores convergentes para constituir una comunidad iberoamericana de ciencias de la comunicación?

Esta fue la intención seminal en los IBERCOM, pero la experiencia acumulada en estos 20 años demuestra que, a pesar de seductora, la idea aún no sensibilizó colectivamente las vanguardias nacionales.

Haciendo un balance de los 11 encuentros realizados, nos dimos cuenta de que ha faltado voluntad colectiva para dar sentido a esta emergente comunidad iberoamericana. Hagamos un mapa situacional: Brasil (Sao Paulo, Florianópolis y Santos) y Portugal (Porto, Maia y Funchal) acogieron más de la mitad, España 2 (Barcelona y Sevilla); los restantes fueron realizados en países hispanoamericanos: Chile (1), Argentina (1) y México (1). Su manutención, sin embargo, ha sido fruto de voluntarismo de pocos abnegados<sup>114</sup>.

La dificultad que hemos tenido para la organización de los encuentros periódicos habla por si sola. Pero es innegable la afluencia de las nuevas generaciones, siempre que logramos hacer convocatorias anticipadas. El reciente encuentro de Sevilla fue notable. La presencia significativa de españoles y hispanoamericanos fue sorprendente. Esa, a pesar de la flaca credibilidad decurrente del encuentro de Madrid en 2002<sup>115</sup>, cuyo fracaso determinó que fuera realizado improvisadamente en Maia, región metropolitana de Oporto<sup>116</sup>.

### Operación Phenix

Este es, a mi juicio, el momento apropiado para revertir la situación. La coyuntura es favorable para el resurgimiento de la energía creadora que motivó, desde la Escuela de Sagres, el ciclo de las navegaciones que significó en verdad el hecho precursor de la actual globalización de los mercados.

Sí, al principio, traté de exorcizar el “mito de Adán”, me permito ahora rescatar el “mito de Phoenix”, para inspirar la operación destinada a promover el renacimiento a partir de las propias cenizas. La coyuntura parece muy favorable, pues tenemos hoy sociedades científicas nacionales actuando decisivamente en los dos polos.

En Europa Ibérica, la SOPCOM – Asociación Portuguesa de Ciencias de la Comunicación – ha dado señales evidentes de convergencia lusitana, uniendo las vanguardias actuantes en Lisboa, Oporto y Coimbra a los otros centros universitarios del país. En España, lo que parecía inviable, frente al autonomismo histórico de las comunidades que forman el Estado nacional, se torna realidad con la constitución de AE-IC – Asociación española de Investigación de la Comunicación. Congregando liderazgos madrileños, catalanes, vascos, navarros, gallegos, andaluces, canarios y muchos otros, la emergente sociedad española denota también su vocación para el diálogo más allá

<sup>114</sup> Además de Maria Immacolata V. Lopes y Margarida Kunsch, en Brasil, esa lista incluye Luis Humberto Marcos (Portugal), Manuel Parés i Maicas y Francisco Sierra (España), Lucia Castellón (Chile), Alfredo Alfonso (Argentina) y Enrique Sanchez Ruiz (México).

<sup>115</sup> Marcado para realizarse en la Universidad Complutense de Madrid, el evento fue cancelado en la última hora, frustrando los participantes que, sin saber de la postergación, viajaran inútilmente a España.

<sup>116</sup> Gracias a la acogida del ISMAE – Instituto de Enseñanza Superior de Maia – el congreso fue realizado, gracias al empeño de Luis Humberto Marcos.

del mar. Diálogo iniciado en el interior de la península, a través de los congresos ibéricos que reunieron portugueses y españoles, vecinos próximos y al mismo tiempo distantes.

En la América Hispánica, además de la actuación de AMIC – Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación o del CONIECC – Consejo Nacional para la Enseñanza de las Ciencias de la Comunicación, hace más de tres décadas, y recientemente de la ABOIC – Asociación Boliviana de Investigadores de la Comunicación y del INVECOM – Asociación Venezolana de Investigadores de la Comunicación, observamos movimientos tendientes a aglutinar los estudiosos de la comunicación en Argentina, Chile, Colombia y Ecuador, pero posiblemente también en otros países que pasan desapercibidos a la mirada de los observadores externos. Es notable aún la presencia de entidades que demuestran capacidad de movilización de las respectivas comunidades académicas – ALAIC junto a los investigadores y FELAFACS junto a los decanos y profesores que participan de juntas universitarias, LUSOCOM y ULEPICC junto a profesionales – pero también seduciendo las nuevas generaciones, o sea, los estudiantes matriculados en más de un millar de cursos de comunicación dispersos en la geografía que va del Río Grande a Patagonia.

En América Lusófona la situación presenta bien más evidencias. Lideradas por INTERCOM, que está celebrando 32 años de actividades no interrumpidas, reuniendo más de mil investigadores de todo el país, y por COMPÓS, que aglutina los casi cincuenta programas de pos-grado, existe más de una decena de sociedades segmentadas que integran el campo comunicacional.

Representando los investigadores de periodismo, relaciones públicas, cine, cibercultura, comunicación política, historia de los media, folkcomunicación, economía política, divulgación científica, etc., tales asociaciones buscan maneras de coexistencia armónica, formando la Federación Brasileña de Sociedades Científicas y Académicas de Comunicación – SOCICOM – que inicia eficaz interlocución con el Estado, las Empresas y la Sociedad Civil.

Capitalizar el dinamismo alcanzado por tales instituciones, fortaleciendo el intercambio de conocimientos generados en nuestra mega-región, constituye el imperativo de esta coyuntura marcada por la “síndrome de los países parientes”, faceta de aquél “choque de civilizaciones” a que se refiere Samuel Huntington (1993).

¿Cuáles las estrategias indispensables para fomentar una comunidad iberoamericana sin abandonar la área internacional?

Crear encuentros periódicos – congresos, seminarios, coloquios – a través de los cuales los jóvenes investigadores puedan compartir sus observaciones científicas con pares culturalmente sintonizados, se expresando en su propia lengua. Para tornar más fluido ese diálogo, se torna preciso estimular la difusión recíproca del portugués y del español. De esta manera, lograremos diseminar el legado cognitivo que estamos acumulando, a partir de realidades culturales que configuran campos de experiencia comunes, o sea, iberoamericanas.

Estimular nuestras vanguardias nacionales que se expresan con facilidad en inglés a seguir participando de los encuentros internacionales del área – tanto la IAMCR – International Association for Media and Communication Research – cuanto la ICA – International Communication Association – en el sentido de difundir nuestros progresos investigativos. Para que esa presencia no sea residual, como viene ocurriendo hasta hoy, se torna indispensable establecer una articulación orgánica, superando eventuales disputas nacionalistas y capitalizando nuestra identidad cultural.

Implementar proyectos comparativos de investigación en comunicación que pueda dar cuenta de aquellas tareas que García Canclini destaca en su agenda para nuestro fortalecimiento como bloque cultural capaz de participar de manera creativa y competitiva en los intercambios globales. Se incluye en esta lista la “producción de contenidos”, la formación de nuevos públicos”, la “promoción activa de la diversidad cultural”, la creación de “indicadores culturales” en el sentido de facilitar la cooperación y los intercambios internacionales.

El espacio creado por IBERCOM puede transformarse en una especie de foro para aglutinación táctica, alcanzando la unidad a estratégica ya referida. Lo que no tiene sentido es continuar una pelea sorda por la conquista de adhesiones personales o grupales. Desde ese punto de partida será posible llegar al puerto que nos asegure presencia significativa en la geografía planetaria, comunicando ampliamente la riqueza de nuestra diversidad cultural.

Creo que el XI IBERCOM, realizado en abril de 2009, en la Isla Madera, cuya ubicación estratégica entre Iberia y América clausuró un ciclo histórico en la vida de nuestra comunidad. El paso siguiente es la agregación de todas las asociaciones nacionales y regionales en la confederación ibero-americana de ciencias de la comunicación, creando sinergia para defender nuestros intereses comunes en el seno de la comunidad mundial. Reuniendo fuerzas y planificando nuestra acción colectiva tendremos posibilidad de intervenir de forma consecuente en la arena global y al mismo tiempo ocupar los espacios institucionales que ambicionamos legítimamente.

Si las sociedades científicas legitimadas a nivel nacional, como INTERCOM, AMIC, ABOIC, INVECOM, SOPCOM y AE-IC, juntamente con las congéneres regionales como ALAIC, AssIBERCOM, LUSOCOM, ULEPICC, en la compañía de otras asociaciones nacionales/regionales más cercanas a la enseñanza, como es caso de FELAFACS, COMPOS, FORCINE, CONEICC, FADECOS, etc., participantes de la institución de la Confederación Iberoamericana de Ciencias de la Comunicación - CONFIBERCOM, rápidamente llegaremos a la constitución del espacio para encuentros mundiales de nuestras vanguardias académicas, revisando a cada tres años el estado de la investigación comunicacional y estableciendo correlaciones con las tendencias de otras comunidades mega-regionales (NORDICOM) y naturalmente también de los colectivos internacionales (ICA, AIERI).

Vencida esta batalla, la Operación Phoenix puede ser reemplazada por la Operación Ícaro, impulsando la Nave CONFIBERCOM a volar con autonomía, soberanía, espíritu de cooperación y voluntad solidaria.

La generación que hoy empalma el liderazgo iberoamericano está desafiada a asumir el compromiso de romper el aislamiento inercial que nos está condenando a contemplar a distancia la marcha de la Historia y a no ser sencillos receptores de las ideas comunicacionales importadas.

### **Fuentes bibliográficas**

Barbosa, Maria Lúcia Victor

1995 – *América Latina, em busca do paraíso perdido*, São Paulo, Saraiva

Barker, Chris

1997 – *Global Television*, Oxford, Blackwell

Burke, Peter

2005 – História de uma idéia tensa, *Folha de S. Paulo*, Mais, São Paulo, 20/05/2005

Canclini, Nestor Garcia

2002 – *Latinoamericanos buscando lugar en este siglo*, Buenos Aires, Paidós

Cardoso, Fernando Enrique

2007 – Caminhos novos ¿ Reflexões sobre alguns desafios da globalização, *Política Externa*, 16 (2) pp. 9-24, São Paulo, Paz e Terra

Chasteen, John Charles

2001 – *América Latina, uma história de sangue e fogo*, Rio, Campos

Huntington, Samuel

1993 – *Clash of Civilization*, *Foreign Affairs*, New York (summer)

Haussen, Doris; Cimadevilla, Gustavo & Moraes, Osvando

2007 – *A comunicação no Mercado digital*, São Paulo, Intercom

Hooper, John

1987 – *Los españoles de hoy*, Madrid, Javier Vergara

Marques de Melo, José

1990 – *Espanha, Sociedade e Comunicação*, São Paulo, Summus

2007 – *História do Pensamento Comunicacional*, São Paulo, Paulus

2008 – *História Política das Ciências da Comunicação*

2009 – *Pensamiento Comunicacional Iberoamericano*, Sevilla, CS Ediciones

Mattelart, Armand

2005 – *Diversidade Cultural e mundialização*, São Paulo, Parábola

Mato, Daniel, org.

1993 – *Diversidad Cultural y construcción de identidades*, Caracas, UCV

McAnany, Emile & Wilkinson, Kenton, eds.

1996 – *Mass media and free trade*, Austin, University of Texas Press

Ribeiro, Darcy

1986 – *América Latina, a Pátria Grande*, Rio, Guanabara

Rouquié, Alain

1991 – *O Extremo Ocidente: Introdução à América Latina*, São Paulo, EDUSP

Sanguinetti, Julio Maria

2007 – A conta aberta da América Hispânica, *O Estado de S. Paulo*, 21/10/2007, p. J7

Skidmore, Thomas & Smith, Peter

1984 – *Modern Latin America*, New York, Oxford University Press

Tamanes, Ramón

1985 – *Una idea de Espana*, Barcelona, Plaza & Janés

Vitório, Benalva da Silva

2007 – *Imigração Brasileira em Portugal, identidade e perspectivas*, Santos, Leopoldianum

## **Cooperación internacional: El diálogo España – América Latina**

### **El sabor de la democracia**

Hace 20 años que la cooperación académica entre Brasil y España en el campo de la comunicación tiene carácter orgánico, a través de convenios interinstitucionales. El marco histórico de ese proceso fue el Congreso Mundial de Ciencias de la Comunicación, realizado en Barcelona (1988), cuando varios dirigentes de instituciones brasileñas dialogaron con representantes de las universidades Complutense de Madrid, Navarra de Pamplona y Autónoma de Barcelona, iniciando intercambios de publicaciones, profesores, alumnos.

En aquel entonces, los dos países disfrutaban el sabor de la vida democrática, después de prolongados períodos dictatoriales (Marques de Melo, 1990). El interés de los brasileños por la vía española de transición al régimen democrático se anclaba en el compromiso nacional firmado por los negociadores del Pacto de Moncloa (Tamanes, 1985), que tuvieron habilidad y paciencia suficientes para conciliar intereses conflictantes (Marques de Melo, 1988).

Pero solamente a partir del año 1996 se desarrolla el diálogo intensivo entre investigadores que comparten los mismos objetos de estudio. La organización de los Coloquios Brasil-España de Ciencias de la Comunicación (Londrina, Paraná, 1996; Santiago de Compostela, 1998; Manaus, Amazonas, 2000 y Málaga, 2006) representó una posibilidad concreta para potencializar acciones no meramente ocasionales o puntuales.

El interregno de seis años entre los dos últimos coloquios es el síntoma de la dificultad de sintonía entre los interlocutores. Si Brasil se hacía representar por INTERCOM, principal sociedad científica del campo, España dependía de la iniciativa de los decanos de facultades de ciencias de la comunicación. Afortunadamente, la fundación de AE-IC elimina ese obstáculo, pues la junta directiva provisoria de la nueva asociación ya está involucrada en la organización del V Coloquio Brasil-España, programado para la Universidad de Brasilia, en agosto de 2008.

Con la intención de ampliar ese intercambio entre los dos países, creo que es fundamental introducir datos sobre la estructura de nuestra comunidad académica, especialmente destinados a los integrantes de la nueva generación de investigadores, pero también útiles a los colegas poco familiarizados con las identidades brasileñas.

### **La comunidad académica**

El diagnóstico y la interpretación de ese apartado de la Historia contemporánea del Brasil constituyen la tarea de una comunidad académica que lo registra sistemáticamente en libros y periódicos, evalúa regularmente en congresos y seminarios, además de diseminar cotidianamente en las aulas de las universidades o divulgar en magazines y publicaciones de amplia circulación.

Esa comunidad actúa principalmente en el espacio universitario que corresponde hoy a cerca de 880 unidades de enseñanza e investigación de la comunicación, distribuidas por todo el territorio nacional, siendo 836 al nivel de licenciatura (inventariado por INEP – Instituto Nacional de Estudios Pedagógicos) y 44 de postgrado (registrado por CAPES – Fundación para la Acreditación y Evaluación de los Programas de Posgrado).

La distribución es todavía desigual a lo largo de la geografía brasileña, con una concentración en la región sureste (Sao Paulo, Río de Janeiro, Minas Gerais), adonde está ubicada casi mitad (412) de los programas de estudios de licenciatura y tres cuartos (26) de los programas de maestría/doctorado. Eso refleja naturalmente la ubicación, en esta región, del bloque hegemónico de la industria de contenidos que funciona en el país, constituyendo el mercado laboral que más asimila la mano de obra graduada.



Las otras regiones participan de forma diferenciada del proceso de formación de recursos humanos y de producción de conocimiento nuevo, como se nota el cuadro siguiente:

Región	Licenciatura *	Posgrado **
Norte	51	1
Centro Oeste	91	3
Sur	131	8
Noreste	151	6
Sureste	412	26
Total	836	44

Fuentes: \* INEP \*\* CAPES

Los programas de licenciatura están estructurados en carreras profesionales. Una investigación exploratoria (por muestreo) hecha por la Cátedra UNESCO/Methodista de Comunicación (2007) permite deducir que las más demandadas son Publicidad, Propaganda y Marketing que engloba 39% de las unidades de enseñanza y Periodismo que corresponde a 33%. El segundo bloque es formado por Relaciones Públicas (15%) y Radio/Televisión (7%). Las carreras menos pobladas son: Multimedia (2%), Producción Editorial/Cultural (2%), Audiovisual (1%) y Medios Digitales (1%).

Haciendo una proyección de esos porcentajes sobre el universo es posible estimar en números absolutos la siguiente distribución de las carreras:

Carreras:	N.A.	%
Publicidad Propaganda y Marketing	326	39
Periodismo	275	33
Relaciones Públicas	125	15
Radio/Televisión	58	7
Audiovisual	17	2
Producción Editorial/Cultural	17	2
Multimedios	9	1
Medios Digitales	9	1
Total	836	100

La licenciatura en el campo de la comunicación ocupa el 5º. lugar en el ranking nacional de la educación superior, luego después de Administración (1º.), Pedagogía (2º.), Derecho (3º.) y Letras (4º.) que tienen más alumnos matriculados.

La población estudiantil en el año 2005 incluía 197.068 alumnos en las distintas ramas de comunicación. En ese período hubo el ingreso de 56.139 nuevos alumnos y la salida de 33.532 licenciados. Eso indica que 5 en cada grupo de 10 estudiantes concluyen la carrera. En otras palabras, el índice de deserción está alrededor de los 49%.

¿Quién hace inversiones para la mantención de esa red nacional de enseñanza e investigación de la comunicación? El Estado tiene mayor participación en el postgrado que en la licenciatura. Más de la mitad (27) de los programas de maestría/doctorado funcionan en

universidades públicas estatales (tanto nacionales cuanto provinciales), quedando la participación de las universidades privadas reducida a 17 instituciones, principalmente en universidades confesionales (católicas y protestantes). En contraste, la presencia estatal es casi simbólica en los programas de licenciatura. El ejemplo del curso de Periodismo es bien ilustrativo: 83% de las carreras son ubicadas en universidades privadas y solo 17% en universidades públicas. Pero, en la realidad, el Estado tiene un protagonismo más amplio, a través de la otorga de becas, particularmente destinadas a jóvenes negros, indígenas, discapacitados o carentes, que financian los estudios de expresivo segmento de alumnos matriculados en las universidades privadas.

### **Sociedades científicas**

La vanguardia de la comunidad académica del campo comunicacional es constituida por una constelación de 14 sociedades científicas y asociaciones educacionales distribuidas en 3 bloques

---

Naturaleza de sociedad	N.A.
Interdisciplinaria	2
Paradisciplinaria	6
Monodisciplinaria	6
Total	14

---

Entidades interdisciplinarias (2)

INTERCOM (1977)

Sociedad Brasileña de Estudios Interdisciplinarios de la Comunicación

ABECOM (1980)

Asociación Brasileña de Escuelas de Comunicación

Entidades paradisciplinarias – (6)

COMPOS (1990)

Asociación Nacional de Programas de Posgrado en Comunicación

FOLKCOM (1998)

Red Brasileña de Investigaciones en Folkcomunicación

REDEALCAR (2001)

Red Alfredo de Carvalho para la investigación de la Historia Mediática

ULEPIC-Brasil (2002)  
Unión Latina de Economía Política de la Información y de la Comunicación

COMPOLITICA (2006)  
Asociación Nacional de Comunicación Política

ABC (2007)  
Asociación Brasileña de Cibercultura

Entidades monodisciplinarias – 6

SOCINE (1996)  
Sociedad Brasileña de Investigación de Cine y Audiovisuales

FORCINE (2000)  
Forum Nacional de Carreras de Cinema y Audiovisual

SBPJor (2005)  
Sociedad Brasileña de los Investigadores del Periodismo

ABJC (1977)  
Asociación Brasileña de Periodismo Científico

FNPJ (1997)  
Forum Nacional de los Profesores de Periodismo

ABRAPCORP (2007)  
Asociación Brasileña de Investigación en Relaciones Públicas y Comunicación Organizacional

En el marco de la celebración de los 30 años de INTERCOM, la más antigua sociedad académica del campo, todas estas entidades estuvieron reunidas para dialogar sobre formas de cooperación interinstitucional y de formulación de demandas a las agencias de fomento científico.

Representando los investigadores de periodismo, relaciones públicas, cine, cibercultura, comunicación política, historia de los media, folkcomunicación, economía política, divulgación científica, etc., tales asociaciones buscan maneras de coexistencia armónica, formando la Federación Brasileña de Sociedades Científicas y Académicas de Comunicación – SOCICOM – que inicia eficaz interlocución con el Estado, las Empresas y la Sociedad Civil.

Las afiliaciones internacionales son de dos tipos. Institucionales y personales.

En el ámbito institucional, las entidades brasileñas están afiliadas a 2 asociaciones mundiales y 4 regionales:

Mundiales:

IAMCR (1957)  
International Association for Media and Communication Research

IFCA (1991)  
International Federation of Communication Associations

Regionales:

ALAIC (1978)  
Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación

FELAFACS (1985)  
Federación Latinoamericana de Asociaciones de Facultades de Comunicación

LUSOCOM (1998)  
Federación Lusófona de Ciencias de la Comunicación

ULEPIC (2000)  
Unión Latina de Economía Política de la Información y de la Comunicación

En lo que se refiere a las afiliaciones personales, los investigadores brasileños participan de varias entidades y presentan ponencias en sus congresos periódicos, como por ejemplo:

AEJMC – Association for Education in Journalism and Mass Communication

ICA – International Communication Association

AssIBERCOM – Asociación Iberoamericana de Comunicación

WACC – World Association for Christian Communication

No se puede olvidar que vivimos intensamente una ola de globalización compulsiva, en la cual se requiere los burócratas del Protocolo de Bolonia o los tecnócratas del BID regañan a los miembros de la comunidad académica una presencia efectiva en los espacios generados y fomentados por las asociaciones internacionales.

Por eso, otro reto compartido por INTERCOM con los representantes de asociaciones ibéricas y latinoamericanas presentes al Congreso de los 30 cumpleaños, en Santos (2007), fue capitalizar el dinamismo alcanzado por tales instituciones, fortaleciendo el intercambio de conocimientos generados en nuestra mega-región.

### **Síndrome de los países parientes**

Se torna cristalina, por lo tanto, la necesidad de fortalecer espacios donde los investigadores que poseen afinidades culturales puedan reunirse y dialogar sobre el avance del saber comunicacional. En otras palabras, sacar beneficios de la “síndrome de los países parientes”.

El ejemplo más interesante de esa conducta viene de los países nórdicos. Ellos formaron el NORDICOM – Nordic Centre for Media and Communication Research -, haciendo investigaciones compartidas y realizando encuentros anuales para evaluarlas. Pero como cultivan idiomas distintos, los nórdicos se valen del inglés como lengua franca en sus coloquios.

En el caso ibérico, no necesitamos siquiera recorrer a un idioma-puente, ya que el español y el portugués son fácilmente comprensibles a través de la lectura y el portugués funciona naturalmente como artificio de expresión oral.

Más fuerte que el argumento de operatividad comunicativa es el de la proximidad simbólica, pues vivimos en sociedades que poseen relaciones económicas, políticas y culturales más cercanas de lo que las decurrentes de otras articulaciones geopolíticas.

¿Por que no fortalecer estos factores convergentes para constituir una comunidad iberoamericana de ciencias de la comunicación?

La contestación a ese tipo de convocatoria fue el “Protocolo de Guadalajara”, firmado por representantes de asociaciones académicas de comunicación de los países iberoamericanos reunidos en Guadalajara, México, en noviembre de 2007, durante el X Congreso Iberoamericano de Comunicación.

El desafío de preservar, fortalecer y potencializar nuestra identidad cultural, sin embargo del reconocimiento y valoración de la diversidad nacional, regional o local, motivó la creación de un espacio de coordinación estratégica y articulación orgánica.

La intención no es otra sino superar la situación periférica que nos caracteriza ahora, asumiendo el rol que legítimamente nos cabe en la comunidad mundial de las ciencias de la comunicación.

Las entidades que respaldan el Protocolo de Guadalajara, divulgado en México, en el día 23 de noviembre de 2007, son las siguientes: ALAIC - Bolivia, AE-IC – España, AMIC – México, AssIBERCOM – Portugal, CONEICC – México, FADECCOS - Argentina, INTERCOM –Brasil, ULEPICC – España. Se aguarda la adhesión de otras organizaciones europeas y americanas para formar una confederación iberoamericana de asociaciones académicas de comunicación.

## Fuentes bibliográficas

Barbosa, Marialva

2007 – *Vanguarda do Pensamento Comunicacional Brasileiro*, Sao Paulo, INTERCOM

Bosi, Alfredo

2002 – *Cultura Brasileira, temas e situações*, Sao Paulo, Ática

Buarque de Holanda, Serio

1936 – *Raízes do Brasil*, 5ª. E., José Olympio

Beltrão, Luiz

2001 – *Folkcomunicação*, Porto Alegre, Edipucrs

2006 – The Folkcommunication System, In: Gumucio & Tufte - *Communication for Social Change Anthology*, South Orange

2006 – Comunicação no Brasil, *Anuário Unesco/Metodista de Comunicação Regional*, n. 10, Sao Bernardo do Campo, Editora Metodista

Bolaño, César

2000 – *Industria cultural, informação e capitalismo*, Sao Paulo, Hucitec

2004 – *Mercado Brasileiro de Televisão*, Sao Paulo EDUC

2007 – *Economia política da internet*, Aracaju, EDDUFS

Cardoso, Fernando Henrique

1993 - *O modelo político brasileiro*, Rio de Janeiro, Bertrand Brasil, 4a. ed.

1993 - *La construcción de la democracia*, Sao Paulo, Siciliano

Fausto, Boris

1995 – *História do Brasil*, Sao Paulo, EDUSP

Hohlfeldt & Gobbi

2004 – *Teoria da Comunicação – Antologia de Pesquisadores Brasileiros*

Porto Alegre, Sulina

Hooper, John

1987 – *Los españoles de hoy*, Madrid, Javier Vergara

Huntington, Samuel

1993 - Clash of Civilization, *Foreign Affairs*, New York (summer)

Lopes, Maria Immacolata Vassalo e outros

2005 – *Brazilian Communication Research*, Sao Paulo, INTERCOM

Marques de Melo, José

1985 – *Comunicação e transição democrática*, Porto Alegre, Mercado Aberto

1986 – *Comunicação: Direito à Informação*, Campinas, Papirus

1989 – *Comunicação Comparada: Brasil/Espanha*, Sao Paulo, Loyola

1990 – *Espanha, Sociedade e Comunicação*, Sao Paulo, Summus

- 1991 – *Communication and Democracy: Brazilian Perspectives*, Sao Paulo, ECA-USP  
1993 – *Communication for a NewWorld, Brazilian Perspectives*, Sao Paulo, ECA-USP,  
2006 – *Pedagogia da Comunicação: matrizes brasileiras*, Sao Paulo, Angellara  
2007 - *História do Pensamento Comunicacional*, Sao Paulo, Paulus

Marx, Karl

- 1852 – *The Eighteenth Brumário of Louis Bonaparte*, New York (Tradução brasileira de Leandro Konder, In: Gianotti, José Arthur – *Karl Marx, manuscritos econômico-filosóficos e outros textos escolhidos*, Sao Paulo, Abril Cultural, 1978, pp. 323-404

Ortiz, Renato

- 1994 – *A moderna tradição brasileira*, Sao Paulo, Brasiliense

Page, Joseph

- 1996– *Brasil, el gigante vecino*, Buenos Aires, Emecê

Pekic, Vojislav

- 1996 – *Brasil, el gigante del sur*, Madrid, Anaya, 1991

Pinho, J. B.

- 2007 – *Comunicação Brasileira no século XXI* , Sao Paulo, INTERCOM

Ribeiro, Darcy

- 1986 - *América Latina, a Pátria Grande*, Rio, Guanabara  
2006 – *O povo brasileiro*, Sao Paulo, Companhia de Bolso

Schwartz & Sosnowski

- 1994 – *Brasil, o trânsito da memória*, Sao Paulo, EDUSP

Silva, Juremir Machado

- 1999 – *Le Brésil, pays du présent*, Paris, Desclée de Brouwer

Skidmore, Thomas & Smith, Peter

- 1984 - *Modern Latin America*, New York, Oxford University Press

Sodré, Nelson Werneck

- 1997 – *O que se deve ler para conhecer o Brasil*, Rio de Janeiro, Bertrand Brasil

Tamanes, Ramón

- 1985 – *Una idea de España*, Barcelona, Plaza & Janés

Weffort, Francisco

- 1984 – *Por que democracia?* , Sao Paulo, Brasiliense

## **Utopía brasileña: Incluir la prensa en la agenda del siglo XXI**

### **Hambre de lectura**

Al ingresar al siglo XXI, Brasil sufre de un mal endémico. Su prensa permanece restringida a un sector minoritario de la sociedad, excluyendo de la cultura escrita a grandes contingentes populares.

Es reducido el número de brasileiros que son lectores de libros, revistas o periódicos, comparados con los estadounidenses, canadienses, ingleses, franceses, argentinos o chilenos.

Asume una característica singular la crisis nacional de la lectura de periódicos. La expansión de los tirajes diarios se muestra absolutamente descompasada con el ritmo de incremento demográfico.

En la década de 50 teníamos un volumen diario de 5,7 millones de ejemplares de periódicos para una población de 52 millones de habitantes. Llegamos al año 2000 con un tiraje diario de 7,8 millones de periódicos para una población estimada en más de 170 millones de personas.

La población brasileira creció más de 300%, mientras el tiraje diario de periódicos apenas se incrementó 40%, en la última mitad del siglo XX.

Lo más grave de tal confrontación estadística no es el hecho de que en el mismo período se amplió la escolarización en todo el país, reduciéndose la tasa de analfabetismo. Paralelamente, se dio la elevación de la renta nacional, elasteciéndose la capacidad adquisitiva de las clases medias de la población.

### **Sed de ciudadanía**

Mediante ese cuadro calamitoso, la Red Alfredo de Carvalho lanzó una bandera destinada a convertir al siglo XXI en el siglo de la prensa brasileira, contribuyendo para el fortalecimiento de nuestra ciudadanía. Su premisa es la de que el proceso civilizatorio se afianza en la capacidad de abstracción intelectual de los componentes de cualquier sociedad humana.

La Red Alfredo de Carvalho fue constituida formalmente en reunión efectuada en la sede de la Asociación Brasileira de la Prensa (ABI), en Río de Janeiro, el día 05 de abril de 2001. El anfitrión del encuentro, el periodista Fernando Segismundo hizo una emblemática alusión histórica. El dice que la utopía allí esbozada se asemejaba al sueño que, hace un siglo, impulsara Gustavo de Lacerda al lanzar las bases del asociativismo periodístico en el país.

En 1908, nadie creía que fuese posible transformar el oficio noticioso en una profesión jurídicamente reconocida y socialmente legitimada. En 2001, mencionaba el actual presidente de ABI, algunas dudas sobre la posibilidad para recuperar el tiempo perdido, transformando la prensa en una avalancha civilizatoria, cuando ya se proclamó nasta mismo su muerte tecnológica.

Esa es la aspiración estratégica de la Red Alfredo de Carvalho, la de crear condiciones para ampliar el alcance de la prensa brasileira, democratizando nacionalmente las metas iniciales de sus componentes, que son bastante modestas.

Se pretende retomar el trabajo realizado, a inicios del siglo XX, por el historiador pernambucano Alfredo de Carvalho, con los auspicios del Instituto Histórico y Geográfico Brasileiro (IHGB). El realizó la primera investigación integrada sobre la prensa brasileira. Se constituyó, en verdad, en el artífice del inventario documental que preparó el terreno para la aventura historiográfica reservada para los jóvenes investigadores de los medios impresos.



Fue en base de esa sistematización de las fuentes de la moderna Historia nacional que la historiadora Esther Bertoletti emprendió, en el último cuarto del siglo XX, el audaz Plano nacional de Microfilm de los Periódicos Brasileños. Se trata naturalmente de una obra a ser completada con la creación de la Hemeroteca Nacional. Ese programa se destina a retirar las colecciones de periódicos y revistas de las bodegas del subsuelo de la Biblioteca Nacional, intensificando su uso por parte de la comunidad académica. Solamente así será posible preservar la memoria de aquellos que construyeron la opinión pública y fortalecieron la democracia participativa en Brasil.

### **Compromiso solidário**

La plataforma de acción de la Red Alfredo de Carvalho incluye, como ítem prioritario, la actualización del inventario de la prensa brasileña. Se desea completar las lagunas dejadas por el equipo de 1908, así como hacerlo avanzar hasta 2008. Y más que eso, se pretende realizar la interpretación de los datos acumulados, construyendo indicadores capaces de avalizar el trabajo de los historiadores y de los científicos de la comunicación.

Esa tarea inicial será asumida por un equipo multi universitario, liderado por el Núcleo de Investigación Periodística de la Sociedad Brasileña de Estudios Interdisciplinarios de la Comunicación (INTERCOM). También están siendo convocadas las otras dos asociaciones académicas en el campo comunicacional brasileño: La Asociación Brasileña de Escuelas de Comunicación Social (ABECOM) y la Asociación Nacional de los Programas de Posgrado en Comunicación (COMPOS).

Esa investigación deberá concluir en 2008, y se espera cubrir todo el territorio nacional. Los levantamientos y análisis tomaron a la *ciudad* como espacio referencial, buscando, en la fase más avanzada, tejer las mallas de las conexiones regionales, identificando también aquellos sectores nacionalmente hegemónicos.

La metodología científica a ser adoptada por los grupos anclados en los diferentes espacios urbanos está siendo construida y labrada en Río de Janeiro, bajo la responsabilidad de los periodistas-historiadores Marialva Barbosa (UFF) y Marco Morel (UERJ).

En la tentativa de conquistar nuevas adhesiones académicas y de lograr apoyos institucionales duraderos, la Red Alfredo de Carvalho programó un calendario de eventos para el año 2001. Su intención explícita es la de transformar la prensa en tema permanente de la agenda mediática, dando visibilidad a las acciones desencadenadas por los investigadores académicos.

La maratón cultural se efectuó del 25 al 27 de abril, con la realización de un ciclo de conferencias, en Salvador, la primera capital brasileña, para celebrar los 190 años de implantación de la tipografía en la Bahía. En esa misma temática, volvió a ser objeto de debates, durante la 51ª Reunión Anual de la Sociedad Brasileña por el Progreso de la Ciencia (SBPC), efectuada en julio de este año, en la capital baiana, bajo la coordinación del editor-historiador Luis Guilherme Pontes Tavares.

La llave maestra de esa operación de rescate de la memoria mediática nacional, la revista *IMPrensa* está programando, en acuerdo con ABI, el lanzamiento, durante este año, de dos CDroms. En ellos se reunirán las colecciones completas de los primeros periódicos brasileños lanzados en 1908: el *Correio Braziliense*, dirigido por Hipólito da Costa, y la *Gazeta do Rio de Janeiro*, cuyo editor pionero fue el Fraile Tibúrcio José da Rocha.

A propósito de eso, el Editor Sinval Itacarambi Leão planea editar una antología denominada *História de la Prensa – Constructores emblemáticos de la industria mediática en Brasil*. Se trata de una recolección de los textos que la revista *IMPrensa* viene publicando, desde junio del año 2000, contando las historias de vida de los protagonistas principales del periodismo brasileño: editores, reporteros, inventores, empresarios y publicistas.

Muchos otros eventos están programados, innumerables proyectos están pensados, como veremos a continuación.

### **Patrimônio coletivo**

#### **Objetivo:**

Desarrollar acciones públicas destinadas a conmemorar los 200 años de la implantación de la imprenta en Brasil, preservando su memoria y construyendo su historia. Se pretende contribuir para el avance de la media imprenta en el nuevo siglo, de forma integrada con la media electrónica y la media digital, tornándolo patrimonio colectivo del pueblo brasileiro.

#### **Intención:**

La motivación principal es la de impulsar iniciativas capaces de convertir a la imprenta en un instrumento civilizatorio. Se trata de socializar sus beneficios culturales para toda la sociedad y no tan solo por las élites, como ha ocurrido históricamente en los dos primeros siglos de su existencia en el territorio nacional.

#### **Constitución:**

Para entonces, la Red Alfredo de Carvalho será integrada por entidades que actúen en la educación, investigación, fomento, profesionalización, producción mediática, así como otros sectores vinculados a ese campo de la actividad intelectual.

Las adhesiones pueden ser hechas también por personas: profesores, investigadores, profesionales, estudiantes y otros interesados en contribuir voluntariamente para la consecución de los objetivos de la Red.

#### **Estúdios:**

Programa de investigaciones a ser desarrollado por las universidades, sobre la égida de las sociedades científicas y las asociaciones profesionales, con la finalidad de rehacer, actualizar y profundizar el trayecto recorrido por Alfredo de Carvalho a inicios del siglo XX.

#### **Cursos:**

Programa destinado a reintroducir y a perfeccionar el estudio de la Historia de la Imprenta Brasileira en las universidades, contribuyendo para formar nuevas generaciones de periodistas e historiadores capaces de asimilar los vínculos con el pasado, aplicarlos al presente y proyectarlos hacia el futuro.

#### **Eventos**

Programa de seminarios, simposios, coloquios, mesas redondas y otras iniciativas destinadas a fortalecer la identidad de la imprenta brasileira, al mismo tiempo contribuyendo para aligerar las acciones de la Red de Alfredo de Carvalho junto a la opinión pública.

**Publicaciones:**

Programa enfocado para la edición de colecciones, libros raros y otras obras emblemáticas, potencializando los recursos de las tecnologías digitales y contribuyendo para la difusión del conocimiento centrado en la memoria de la imprenta brasileira. Se trata de socializar documentos de interés público, útiles para la formación cívica de las nuevas generaciones.

Desde junio de 2000, la revista IMPRENSA viene publicando la serie “200 años de la Prensa Brasileira”, en coordinación con la Cátedra UNESCO/UMESP de Comunicación.

Existe la posibilidad de que tales encartes sean recopilados en volúmenes anuales, sobre el título *História de la Prensa - 200 Años de la Comunicación Brasileira, 1808-2008*.

**Proyectos:**

Los proyectos que serán desarrollados por la “Red Alfredo de Carvalho” corresponden a iniciativas de tipo:

a) Proyectos Colectivos (PC) - iniciativas solidarias, resultantes de pasantías entre dos o más instituciones;

b) Proyectos Autónomos (PA) - iniciativas aisladas, promovidas por una determinada institución.

Los proyectos que aspiran recibir, para efectos de divulgación o búsqueda de patrocinio, o solo para identificar a la Red Alfredo de Carvalho”, deben ser sometidos previamente al Coordinador de REALCAR para análisis por el CAP - Comité de Evaluación de Proyectos.

Hay varios proyectos en fase de planeamiento: Cursos, Publicaciones, investigaciones. El segmento de los Eventos incluye todo aquello que se define prioritariamente, justamente por la función motivadora para la sedimentación y fortalecimiento de la Red.

**Fuentes bibliográficas**

- ARMITAGE, João - História do Brasil, 3a. ed. bras., Rio de Janeiro, Zelio Valverde Editor, 1943
- BAHIA, Juarez - História da Imprensa Brasileira, São Paulo, Ática, 1990
- BERTOLETTI, Esther, org. - Periódicos Brasileiros em Microformas - Catálogo Coletivo, Rio de Janeiro, Biblioteca Nacional, 1985
- CARVALHO, Alfredo - Gênese e Progressos da Imprensa Periódica no Brasil, Instituto Histórico e Geográfico Brasileiro, 1908 (2 tomos da RIHGB)
- FAUSTO, Boris - História do Brasil, São Paulo, EDUSP, 1995
- FLORES, Moacyr - Dicionário de História do Brasil, Porto Alegre, EDIPUCRS, 1996
- HARTNESS, Ann - Brazil in Reference Books, 1965-1989, Na Annotated Bibliography, Metuchen, N.J., USA, The Scarecrow Press, 1991
- IPANEMA, Marcello e Cybelle - História da Comunicação, Brasília, Editora da UnB, 1967
- LOVISOLO, Elena, ed. - Larousse Cultural, Brasil A/Z, São Paulo, Editora Universo, 1988
- LEUENROTH, Edgard - A Organização dos Jornalistas Brasileiros, 1908-1951, São Paulo, COM-ARTE, 1987
- MARQUES DE MELO, José - Sociologia da Imprensa Brasileira, Petrópolis, Vozes, 1973
- MARQUES DE MELO, José - Fontes para o Estudo da Comunicação, São Paulo, INTERCOM, 1995
- RIZZINI, Carlos - O livro, o jornal e a tipografia no Brasil, 2a. ed., São Paulo, IMESP, 1988
- RODRIGUES, José Honório - A Pesquisa Histórica no Brasil, 2a. ed., São Paulo, Cia. Editora Nacional, 1969
- SEGISMUNDO, Fernando - Comunicação, do tijolo ao lêiser, Rio de Janeiro, Unigraf, 1995
- SODRÉ, Nelson Werneck - História da Imprensa no Brasil, 4a. ed., Rio de Janeiro, Mauad, 1999
- TONELLO, Márcia, ed. - Quem é quem na História do Brasil, São Paulo, Editora Abril, 2000
- VIANNA, Hélio - Contribuição à História da Imprensa Brasileira, Rio de Janeiro, Imprensa Nacional, 1945

## **Memoria nacional: Resgatar lo que el fuego se llevó de la telenovela**

### **Telenovela en llamas**

En la madrugada del 3 de octubre de 2001 la telenovela brasileña asumió la identidad típica de sus personajes: ¡se quedó sin memoria!

Se hizo polvo el acervo documental sobre la trayectoria histórica de ese formato televisivo que galvaniza corazones y mentes de las multitudes solitarias en todo el mundo. Fue consumido por el fuego que destruyó la parte superior del edificio principal de la Escuela de Comunicaciones y Artes de la Universidad de Sao Paulo (ECA-USP). Allí funcionaba el Núcleo de Investigación de la Telenovela (NPTN).

Triste ha sido la convivencia de la telenovela y de otros géneros y formatos de la industria mediática con la universidad brasileña. Cuando no padece el desprecio intelectual del poder institucionalizado, sufre el castigo de factores imponderables.

### **Gata doméstica**

Hasta fines de la década de los 80, la telenovela fue tratada por la universidad brasileña como "gata doméstica". Raros eran los investigadores académicos que le prestaban atención. Considerado género menor, permaneció ignorada, mereciendo, cuando mucho, ensayos "críticos" que estigmatizaban su "pobreza" cultural.

Cuando publiqué mi libro *Comunicación social; teoría e investigación* (Petrópolis, Vozes, 1970), dedicando un capítulo a la audiencia de las telenovelas, fui hostilizado veladamente por los zares del territorio.

El panorama comenzó a cambiar cuando los brasileñistas (académicos extranjeros que tienen a Brasil como tema de sus investigaciones) decidieron estudiar ese fenómeno singular de la cultura de masas. Estudios empíricos firmados por científicos sociales de Francia, Italia, Holanda y Estados Unidos valoraron en libros y artículos las innovaciones brasileñas en ese renglón de la industria televisiva. Ellos estaban interesados en la comprensión del intercambio del melodrama sur-norte, que contradecía las hipótesis primordiales del Relatorio McBride.

A petición de la Unesco, elaboré un diagnóstico sobre el desarrollo de la telenovela brasileña, publicado con el título *Las telenovelas de la Globo. Producción y exportación* (Sao Paulo, Summus Editorial, 1988). Tal estudio mereció amplia difusión en varios países, teniendo escasa repercusión en Brasil.

Eran pocos, aún, los investigadores académicos que se aventuraban por el territorio del melodrama seriado. Las excepciones se vinculaban a disciplinas como la sociología o la antropología, no logrando entusiasmar a los comunicólogos.

### **Enfrentando resistencias**

Al asumir el cargo de director de la ECA-USP, en 1989, noté con extrañeza el hecho de que su curso de radio y televisión no incluía a la telenovela como materia curricular. Incluso eran raras las tesis de maestría y doctorado sobre el tema. Manifesté esa extrañeza a los profesores del área, argumentando que se trataba del filón más prometedor de nuestra industria audiovisual, fuente de futuros empleos para nuestros diplomados. Recordé, también, que la Escuela de Arte Dramático venía cumpliendo su papel, formando actores que conquistaban el estrellato en las telenovelas.

Los colegas reconocieron la carencia, prometiendo corregir tal distorsión. Pero al final de un trienio la situación permanecía igual. Tomé entonces la iniciativa de crear el NPTN con la finalidad de incluir la materia en el escenario académico nacional.

Conté con el financiamiento de la Fundación Rockefeller, pues mis tentativas de conseguir recursos financieros de la propia universidad chocaban con las resistencias mostradas por jerarquías superiores. Había un total escepticismo respecto de la importancia de la telenovela como objeto de investigación científica. También encontré objeción disimulada entre mis propios colegas de ciencias de la comunicación, algunos de los cuales dudaron en participar en el Núcleo. Seguramente con el recelo de "manchar" su "historial académico" con una temática que consideraban impura.

### **Núcleo de investigación**

El NPTN fue implantado bajo la dirección de la profesora Anamaria Fadul, quien emigró de la filosofía hacia las ciencias de la comunicación sin asumir el "complejo de inferioridad" intelectual que aún domina a muchos investigadores de nuestra área. Ella desarrolló un trabajo paciente y persistente, persuadiendo a sus alumnos de postgrado para investigar variables fundamentales de la problemática de la telenovela latinoamericana, en general, y brasileña, en particular. Su proyecto inicial fue la construcción de un archivo documental capaz de respaldar los estudios en desarrollo. No habiendo recursos públicos disponibles, optó por un mecenazgo informal, realizando una campaña para reunir material histórico de la telenovela en cuanto a formato mediático caracterizado por la ficción.

Durante los primeros tiempos ella tuvo que enfrentar sinsabores, manteniendo el NPTN como una especie de exiliado cultural. Pero la peregrinación de investigadores de todo el mundo, que buscaban en el acervo del NPTN fuentes para las investigaciones universitarias, constituyó su tabla de salvación. Si los extranjeros atribuían valor a las telenovelas, ¿por qué no acompañarlos en el camino?

Apoyado por un equipo del Departamento de Comunicaciones y Artes, entonces dirigido por la profesora Maria Aparecida Baccega, investigadora de la relación entre medios y literatura, el NPTN logró sobrevivir. Con el apoyo de Anamaria Fadul, la coordinación fue asumida por Maria Aparecida Baccega, que luchó por preservar el acervo, así como para realizar una amplia investigación sobre el impacto de la telenovela en la sociedad brasileña de fin del siglo.

Gracias al apoyo de la Fundación de Apoyo a la Investigación del Estado de Sao Paulo (FAPESP), el NPTN ha logrado mantenerse activo, respaldando una legión de investigadores de la nueva generación y de todo el país, interesados en analizar las estrategias comunicacionales de las telenovelas, así como sus impactos éticos, estéticos y políticos.

### **SOS telenovela**

La telenovela parecía absuelta del desprecio académico cuando el fuego que destruyó a la ECA-USP se precipitó como amenaza a la preservación de su memoria histórica.

El equipo actualmente responsable del NPTN, encabezado por la doctora Solange Couceiro, lanzó la campaña "SOS Telenovela" con la intención de reconstruir el patrimonio diezmado. El acervo contenía un base de datos compuesta por dos mil 224 registros bibliográficos, mil 500 fotos y mil 98 fichas de actores y escenarios, 700 cintas de video, 122 discos de vinil con bandas sonoras, revistas especializadas, suplementos de periódicos, boletines del IBOPE, argumentos y sinopsis de telenovelas.

La duda que se apodera de los donadores potenciales es, sin embargo, la siguiente: ¿hasta qué punto la institución universitaria merece credibilidad como depositaria de documentos de esa naturaleza? ¿Cuál es el compromiso asumido para dar garantías de que futuros accidentes serán evitados?

Las noticias difundidas por la prensa refieren que el sistema de prevención de incendios era obsoleto y, por tanto, no funcionó en el momento adecuado. Pero la indagación administrativa todavía está en proceso y se espera la divulgación de los resultados y las providencias a tomar.

Es loable el gesto de los investigadores del NPTN, buscando reconstruir la memoria perdida. Pero los aficionados de las telenovelas no siempre actúan como sus personajes desmemoriados. Ellos lo van a pensar dos veces antes de entregar sus "reliquias" a depositarios que no cuentan con respaldo institucional suficiente para preservar acervos públicos bajo su resguardo y protección. Cabe a las autoridades académicas revertir esa incredulidad, atestiguando que la telenovela no desempeña más el papel de "gata doméstica" en el campus.

## **Atracción fatal: Folletín de mis des/reencuentros con la telenovela**

### **Cuento de hadas**

No es metafórico decir que la telenovela padeció en un “valle de lágrimas” hasta conquistar el “trono” de emperatriz en el reino de la fantasía.

Sufrió originalmente como huérfana “rechazada” por la madre literatura, en plena decadencia aristocrática. Enfrentó humillaciones burguesas cuando fue reconocida como hija bastarda del papá periódico.

Comenzó a sentirse comfortable cuando pasó a la condición de prima “agregada”, en el emergente emporio dominado por la tía Radio. Entretanto, solo adquirió altivez y disfrutó el poder, después de las nupcias con el rey Mercado, siendo coronada “reina” en el imperio multinacional de la Televisión.

### **Mercancía cultural**

Formato singular de la industria televisiva latinoamericana, el melodrama electrónico conquistó inicialmente los mercados nacionales del continente, para solo después alcanzar éxito como producto de exportación mundial.

Pero llevó mucho tiempo hasta que nuestra academia legitimase a la telenovela como objeto de estudio. Considerada tema maldito, quedaba fuera de la agenda políticamente correcta.

Mi interés por el fenómeno remonta a su propia génesis como icono de la cultura de masas en el Brasil.

### **Superando preconceptos**

Soy del tiempo de la radionovela, compongo la audiencia periférica de los folletines de la Radio Nacional, pues los niños eran excluidos de ese universo. La intención era apartarlos del contacto precoz con el “valle de lágrimas”. Nutrido diariamente por guionistas contratados por las agencias de publicidad, ese montón de dramas en capítulos, era irradiado para todo el territorio nacional. En cierto sentido, revivían, en la generación de entreguerras, las emociones experimentadas por los que fueron iniciados en el “vicio” de la complacencia parcelada de las aventuras folletinescas.

Cuando las novelas llegaron a la televisión, permanecí distante del flujo experimental, inhibido por el preconcepto que acometió toda la generación “guevara”, persuadida a rechazar los productos culturales del nuevo vehículo, porque eran productos empaquetados por el “imperialismo”, potencialmente alienantes.

Solo comencé a disfrutarlas estéticamente en el momento en que la televisión se abrasileñó y asumió un perfil tallado por la vida cotidiana de nuestra sociedad y catalizó la posible resistencia al régimen militar instaurado en el país, en 1964.

Desperté, finalmente, para la significación político-cultural de las telenovelas cuando comencé a estudiarlas académicamente. Como docente de Teoría de la comunicación de masas no tenía el derecho a desdeñar preconceptualmente las mercaderías sociales que se encontraban en circulación.



## Catarsis colectiva

Mi primera incursión investigativa se dio en 1967, cuando realicé un estudio exploratorio de la recepción de las telenovelas entre mujeres de la ciudad de São Paulo.

Al trabajar con un grupo de investigadores de iniciación científica, vinculados al Centro de Investigaciones de la Comunicación Social, en la Facultad de Periodismo Cásper Líbero de la Pontificia Universidad de São Paulo, procuré aprender el impacto de la telenovela en la sociedad brasileña.

Tomé como referentes tres conceptos debatidos en aquella coyuntura. *Edgar Morin* (1962) argumentaba que, institucionalizando la “cultura de masas”, el siglo XX diseminaría una “concepción lúdica de la vida”. *David Riesman* (1961) advertía que, no obstante la democratización cultural promovida por la industria mediática, los contingentes urbano-industriales producían espacios limitados, estigmatizados por el aislamiento, fenómeno que él acuñó como “multitud solitaria”. Finalmente, *Herbert Marcuse* (1966) diagnosticaba una tendencia nociva al fortalecimiento de la sociedad democrática, que degeneraba en peligrosa “apatía política”.

Los resultados de la investigación de campo sugerían que los efectos catárticos de la telenovela se tornaban en una especie de “opio del pueblo brasileño” en una coyuntura típicamente represiva (el período comprendido entre el “golpe” militar de 1964 y el “golpe dentro del golpe” de 1968).

Entonces, las actividades políticas estaban en receso en los partidos, sindicatos, asociaciones, y la vida civil prácticamente quedaba restringida al ambiente doméstico. La opción de que las telenovelas acompañasen diariamente, dejaba de ser una diversión típicamente femenina, y se convirtió en un hábito familiar. Además de considerarlas “instructivas” y “divertidas”, las mujeres paulistas tenían conciencia de que las telenovelas se situaban en el terreno de la “fantasía”, aunque allí se encontrasen puntos de conexión con su propia realidad.

Con todo esto, el indicador más expresivo de la investigación fue el que las telenovelas se habían convertido en el principal tema de conversaciones interpersonales, y establecieron una continuidad comunicacional entre las escenas románticas y lo cotidiano de los telespectadores. Se trata de un fenómeno semejante al que Gabriel Tarde identificara en Francia a finales del siglo XX, al hacer una radiografía de la influencia de los periódicos diarios en los coloquios mantenidos por los ciudadanos en los respectivos círculos de vecindad.

## Síndrome de Frankfurt

Así, al configurar un fenómeno dotado de tan grande impacto en la vida familiar y comunitaria de los brasileños, la telenovela permaneció prácticamente ignorada por los investigadores de comunicación de masas, fruto de la hegemonía frankfurtiana que caracterizó la investigación mediática brasileña en las décadas del sesenta al setenta.

El tema comenzó a suscitar interés académico a partir de los años 80, y coincidió, de cierto modo, con el agotamiento del régimen militar y, a la vista hubo un crecimiento de la atención que los propios medios dieron al fenómeno telenovelístico.

Son, de ese tiempo, las lecturas político-culturales y las investigaciones sobre los efectos socio-educativos realizados por: Jão Luiz Tilburg, quien rescató el sentido de la telenovela como instrumento de educación permanente; Rosa María Fischer analizó el discurso infanto-juvenil respecto de la televisión; Ondina Fachel Leal ensayó una lectura social de la “*novela de las ocho*” y Roberto Ramos, cuya investigación sobre cultura y mercadeo en las novelas descubrió enteramente la representación del mundo de los ricachones en la pantalla de televisión en la Red Globo.

## Pasado, presente y futuro

Comenzaron en esa época las investigaciones históricas sobre el género de ficción televisivo. Se destacan los estudios sobre los formatos dramáticos, de autoría de *Lucrecia D'Alessio Ferrara* y *Flavio Luiz Porto y Silva*, así como los inventarios de la memoria hechos por *Ismael Fernandes* y los análisis de la evolución del formato telenovelesco, producido por el equipo liderado por *Renato Ortiz*.

A ese grupo pertenece mi libro de retorno a la temática de la telenovela, elaborado como una contribución al Proyecto de la UNESCO sobre los Flujos Mundiales de Ficción Televisiva, patrocinado por esa institución (1988).

Fue, justamente, durante la investigación para ese diagnóstico de la telenovela brasileña que me encontré frente a frente con la escasez documental del formato, dificultad también encontrada por los investigadores extranjeros que visitaban el país.

Impresionados con el *boom* internacional de las telenovelas latinoamericanas, publicaron libros sobre las telenovelas brasileñas el holandés *Nico Vinck*, quien focalizó su impacto en los cambios sociales ocurridos en el país; los franceses *Armand y Michele Mattelart*, que exploraron la riqueza cultural de nuestro “*carnaval de imágenes*”; el danés *Thomas Tufte*, quien emprendió una excitante investigación de recepción de la fantasía burlesca creada por *Silvio de Abreu* en la telenovela “Reina de la Sucata”.

## Rescate de la memoria

Sensibilizado por esa carencia investigativa tomé la iniciativa de crear en la Escuela de Comunicaciones y Artes de la Universidad de São Paulo un Núcleo de Investigación de Telenovela –NPTN, dirección que fue confiada a la profesora Anamaria Fadul.

El NPTN estuvo comprometido, en su primera fase, con la preservación de la memoria de la telenovela brasileña y al mismo tiempo con el fomento de la investigación sobre ese formato televisual.

El NPTN realizó, con apoyo de la Fundación de Amparo a la Investigación del Estado de São Paulo –FAPESP-, el Proyecto “Ficción y Realidad: la telenovela en el Brasil” bajo el liderazgo de la profesora María Aparecida Baccega, quien sustituyó a Anamaria Fadul. Además de eso, mantiene el Centro de Memoria de la Ficción Televisada Seriado Ismael Fernández, colección donada por la familia de ese investigador precozmente fallecido.

Pero el incendio que destruyó parte del edificio principal de la Escuela de Comunicación y Artes en 2001 redujo a cenizas las colecciones de libros, revistas, videos, discos y otros materiales sobre la trayectoria de la telenovela brasileña. Los actuales dirigentes del NPTN intentan incansablemente reconstruir la documentación dañada.

## Impacto en los medios

Estábamos en proceso de implantación de ese Núcleo, cuando fui convidado por *Emile McAnany* y *Joe Potter*, de la Universidad de Texas, para colaborar en el Proyecto “Telenovela y Cambios socio-demográficos en el Brasil”.

Mi capital cultural se aceleraba en las investigaciones del periodismo comparado al que vengo dedicándome desde que ingresé en la vida académica. Fueron extremadamente útiles las incursiones matizadas que realicé en dimensiones específicas de los noticieros en periódicos y revistas acerca del tratamiento dado por los medios impresos a temas puntuales como “universidad” y “ciencia”.

Para estudiar el comportamiento de los periódicos y revistas en relación a las telenovelas, hice un estudio exploratorio en los medios impresos especializados en televisión: los suplementos dominicales de tres *prestigiosos periódicos* (*O Globo, Folha de S. Paulo y Estado de S. Paulo*) y dos revistas semanales dedicadas a los fanáticos de la cultura televisiva (*Amiga y Contigo*).

Construí un cuadro de referencia analítica que fue ensayado con ayuda de mi alumna del doctorado, Ofelia Torres Morales, y generamos comunicaciones sometidas a congresos científicos nacionales e internacionales.

Los estudios obtenidos en la investigación empírica confirmaron algunas de las hipótesis inicialmente formuladas, negaron otras y abrieron nuevas perspectivas para el desenvolvimiento del análisis de esa naturaleza.

Quedó evidenciado que el medio impreso cumple un papel mediador fundamental en el proceso de interlocución entre los productores de telenovelas y el público receptor. Se trata de un desempeño que sobrepasa los engranajes mercadológicos, en el sentido de refuerzo mutuo entre industrias culturales actuantes en segmentos distintos del sistema mediático, para configurar una especie de triangulación socio-política entre medios, mercado y sociedad.

### **Atracción fatal**

Las *"fábricas de sueños"* (núcleos de producción de telenovelas en el interior de las redes televisivas) no pueden prescindir de los periódicos y revistas que dan noticias y critican los productos culturales, justamente por el poder de "seducción" que tienen en los consumidores (fieles, ocasionales o potenciales). Ellos actúan como correas de transmisión de las estrategias comerciales de la televisión, pero al mismo tiempo funcionan como catalizadores de las reacciones del público delante de los productos puestos en circulación.

En ese sentido, asumen de manera creciente, funciones de vigilancia pública endosando o recusando situaciones, valores, conceptos y comportamientos, en sintonía con el juzgamiento colectivo. De esta manera, producen un continuo y aguzado *feed back*, e inducen a la corrección de rumores en las tendencias comprensibles de los productos románticos.

El análisis diacrónico hecho sobre cuatro décadas de desarrollo de la televisión brasileña demostró claramente que, en entre las décadas del sesenta y setenta, la preocupación de los medios impresos con las telenovelas tenía carácter meramente episódico. Eso refleja también la coyuntura histórica, marcada por el nacimiento, vida y extinción del régimen militar. De la misma manera que las telenovelas eran censuradas, los periódicos y revistas también sufrían idéntico tratamiento. Y todos estaban nivelados por una tendencia al escapismo, al camuflaje, a la contención discursiva. Las dos últimas décadas, marcadas por robustecimiento de la democracia, alivian a las telenovelas de la circunscripción al mundo estrictamente ficticio y las impelen a rescatar creativamente lo real, aproximándose a la vida cotidiana.

En la medida en que ellas se vuelven verosímiles amplían considerablemente la audiencia, y retan a los dramaturgos a escribir obras cuyas fronteras imaginarias se diluyen poco a poco. Por eso suscitan gran impacto en la sociedad, una vez que desde la eclosión del fenómeno, ya tenían en agenda los temas de las conversaciones diarias de los ciudadanos. Más que eso: crean hábitos, cambian rutinas, innovan las relaciones sociales. Y la prensa escrita, como formadora de la opinión pública, no podría continuar ignorando tales situaciones. Apenas se crean espacios editoriales y columnas dedicadas a las telenovelas, ellas se convierten en un filón explotado comercialmente por las empresas periodísticas

Si ya había en los años 70 revistas dedicadas al segmento de los aficionados por las telenovelas, a partir de los años 80 el hábito de consumir tales productos contamina toda la sociedad, y crea nuevos productos editoriales –los suplementos dominicales – destinados a todos los lectores de periódicos diarios.

## Nuevo periodismo

Ese “nuevo periodismo”, caracterizado por la confluencia entre realidad y ficción, asume un patrón singular. En parte, es el portador de las iniciativas anteriores de informaciones segmentadas para los fanáticos del cine, de la radio y del disco, pero su fisonomía adquiere un perfil que combina entretenimiento y servicio público.

Se convierte en instrumento indispensable de consumidores de los productos de diversión, pero que desean hacer opciones avaladas críticamente. Desde el punto de vista profesional, representa un desafío para editores, reporteros y redactores. Ellos se enfrentan con la tarea de monitorear los sentidos de los usuarios de las telenovelas, para luego difundir informaciones objetivas sobre productos románticos y al mismo tiempo emiten juicios de valor sobre la naturaleza estética y su contenido ético.

¿Cómo se desenvuelve ese tipo de periodismo, en el Brasil, antes y después de la transición democrática, o mejor, durante el proceso de consolidación de la industria nacional de telenovelas?

Desde el punto de vista de las estrategias informativas se desarrolla como un campo anclado en lo real que transita hacia lo imaginario, pero también va hacia el terreno del sincretismo. Al final de los años 90, su perfil es de un periodismo firmemente comprometido con la realidad, aun cuando contenga ingredientes románticos, sin escamotear su esencia frente a los lectores.

Igual que en las revistas populares, la hegemonía de lo ficticio sobre lo real no compromete la calidad de la información de actualidad y permite al lector moverse sin dificultad del terreno de la fantasía telenovelesca para el mundo concreto en que está anclada. Su foco descriptivo privilegia, desde el inicio, tanto a los actores (reales) cuanto los personajes (de ficción), y se genera, poco a poco, un desplazamiento perceptivo en dirección hacia el escenario de la producción, con lo cual se explica el engranaje alimentador de los sueños e ilusiones, además de ampliarse para la descripción del contexto social que determina la saga de los héroes, villanos y otros seres imaginarios.

Con todo esto, lo más importante es que la actitud narrativa evolucionó decisivamente de una postura “integrada”, o sea, de total captación de los tentáculos de la industria cultural, para volverse “neutra”, mejor dicho, equidistante, profesionalizada. Los periodistas de ese segmento poseen conciencia de que prestan un servicio a los lectores y no pueden defraudarlos al escamotear aspectos del universo telenovelesco. Hasta actúan en un mercado competitivo, pautado por una constante vigilancia de los concurrentes, usuarios, fuentes y patrocinadores.

## Solidaridad virtual

Los productos informativos que los medios difunden continuamente son protagonizados por los actores y por los autores. Esa tendencia se mantiene constante en las cuatro décadas. La única alteración visible es la incidencia creciente que los y las telespectadores asumen en el panorama. Es como si los usuarios de las telenovelas pretendiesen auto reconocerse en los relatos periodísticos sobre sus productos preferidos.

Se podría decir, al contrario del pesimismo de David Riesman, que al prever “multitudes solitarias”, tales segmentos del mercado consumidor de la cultura de masas buscan vivenciar formas de solidaridad colectiva, superando la “espiral del silencio” a que se refería Noelle-Neumann. Ellos no solo quieren hacer culto a sus ídolos, sino compartir con ellos los espacios mediáticos donde actúan de forma privilegiada. Tal vez eso configure el inicio de una democratización del “olimpismo” moderno.

Tal movimiento se confirma como el cambio gradual del foco narrativo de ese periodismo especializado en telenovelas. La hegemonía de la acción telenovelesca, tan evidente en las primeras décadas, se debilita con la ascensión de otros elementos del proceso, tales como creación, recepción y efectos. Los lectores de esas publicaciones no quieren apenas anticiparse al desenvolvimiento de la trama de las novelas, pero desean saber más sobre las intenciones de los dramaturgos y las repercusiones que ellas provocan. Se trata de una actitud típica de quien pretende romper el aislamiento individual o familiar, buscando adhesiones colectivas o reforzando comportamientos aparentemente minoritarios, pero que en la verdad poseen gran cobertura.

Los cambios también se proyectan en las dimensiones sociales rescatadas por los periodistas del área. Ha sido constante, en la cobertura sobre las telenovelas, la primacía del "mundo del trabajo" y de la "vida cotidiana". Es como si los reporteros confirmasen el agotamiento de la sensación de que ver telenovelas no conduce al escapismo, a la ociosidad. Al contrario, se valorizan las actividades productivas y se huye de situaciones inverosímiles, y así refuerzan la idea de que las telenovelas son diversión de los trabajadores, que alivian sus tensiones diarias al refugiarse en el mundo de la fantasía, pero al mismo tiempo los estimula a mantener los pies en la tierra para regresar al trabajo al día siguiente.

### **Arte de masas**

Con todo esto, la vida no es solamente trabajo, como parecía vigente en los años 60 y 70. Los relatos de las dos últimas décadas amplían la comprensión de la vida social, e incorporan otras dimensiones que están presentes en lo cotidiano de los telespectadores: política, violencia, machismo, vejez, pobreza. La realidad se presenta más compleja y contradictoria.

En el plano de los valores éticos se verifica también una rotación de los años autoritarios para las décadas de reconstrucción democrática. Antes se tenía la impresión de que la vida retratada en las telenovelas era marcada exclusivamente por la positividad: trabajo y éxito eran valores inseparables. De la misma forma, el escenario en que gravitaban los personajes y los actores parecía "color de rosa", contaminado de amor, bondad y verdad. Los relatos de las últimas décadas continúan priorizando valores como el trabajo, el amor, la bondad, pero admiten también la existencia de fracasos, injusticias, corrupción, engaños.

Se puede concluir que la cobertura periodística sobre telenovelas legitimó socialmente ese formato de ficción audiovisual, elevándolo desde una subcultura hasta llegar a ubicarlo en la condición de arte de masas. Al mismo tiempo, creó vínculos indisociables entre producción y recepción, actuando como mediador simbólico.

Con todo, permanecen indescifrables los mecanismos que los productores noticiosos utilizan para transformar ficción en realidad, sin escamotear su esencia, sin perder credibilidad profesional y sin renunciar a la identidad periodística.

De la misma forma, están para exigir profundización de muchos aspectos relacionados con el tratamiento dado a los hechos objetivos y a los valores que ellos incorporan de forma indeleble e inevitable.

## Fuentes bibliográficas

FADUL, Anamaria - Ficção Seriada na TV - As telenovelas latinoamericanas, São Paulo, ECA-USP, 1992

FERRARA, Lucrecia D'Alessio, org. - Da Literatura à TV, São Paulo, IDART, 1981

FERNANDES, Ismael - Memória da Telenovela Brasileira, São Paulo, Proposta Editorial, 1982

FISCHER, Rosa Maria - O mito na sala de jantar - discurso infanto-juvenil sobre a televisão, Porto alegre, Movimento, 1984

LEAL, Ondina Fachel - A Leitura social da novela das oito, Petrópolis, Vozes, 1986

MARQUES DE MELO, José - Estudos de Jornalismo Comparado, São Paulo, Pioneira, 1972

MARQUES DE MELO, José - A Opinião no Jornalismo Brasileiro, Petrópolis, Vozes, 1985

MARQUES DE MELO, José - As Telenovelas da Globo: produção e exportação , São Paulo, Summus, 1988

MARQUES DE MELO, José, org. - Gêneros Jornalísticos na Folha de S. Paulo, São Paulo, FTD, 1992

MARQUES DE MELO, José - Telenovelas as Journalism Subject in Brazil: Reality or Fiction ?, In: IAMCR - Communication in the New Millenium (Abstracts), Seoul, The Korean Society for Journalism and Communication Studies, 1994.

MARQUES DE MELO, José – Teoria da Comunicação: Paradigmas Latino-Americanos, Petrópolis, Vozes, 1998

MARQUES DE MELO, José; FELICIANO, Fátima e MOREL, Marco - A crise na universidade na grande imprensa brasileira, Educação Brasileira 6:13 (1984): 63-86, Brasília, Conselho de Reitores das Universidades Brasileiras

MARQUES DE MELO, José e TORRES MORALES, Ofélia - A legitimação da telenovela pela mídia impressa: estudo de caso de 4 jornais de prestígio e 2 revistas especializadas, Aracaju, GT 12 - Ficção Audiovisual Seriada, INTERCOM, 1995

MATTELART, Armand e Michele - O Carnaval das Imagens - A Ficção na TV, São Paulo, Brasiliense, 1989

McCOMBS, M. and SHAW, D. L. – The Agenda-Setting Function of the Press, Public Opinion Quartely, 36: 176-187

MEYER, Marlise – Folhetim: Uma História, São Paulo, Companhia das Letras, 1996

MORIN, Edgar – L'Esprit du Temps, Paris, Editions Bernard Grasset, 1962

- NOELLE- NEUMANN, Elizabeth – The Spiral of Silence, Chicago, University of Chicago Press, 1984
- ORTIZ, Renato; BORELLI, Sílvia e ORTIZ RAMOS, José Mário - Telenovela: história e produção, São Paulo, Brasiliense, 1988
- PORTO E SILVA, Flávio Luiz - O Teleteatro Paulista nas Décadas de 50 e 60, São Paulo, IDART, 1981
- RAMOS, Roberto - Grã-Finos na Globo - cultura e merchandising nas novelas, Petrópolis, Vozes, 1986
- RIESMAN, David – The Lonely Crowd, New Haven, Yale University Press, 1961
- TARDE, Gabriel – A Opinião e as Massas, São Paulo, Martins Fontes, 1992
- TILBURG, João Luis van - Telenovela: instrumento de educação permanente, Petrópolis, CID, 1980
- TUFTE, Thomas - Rainha da Sucata, Doctoral Thesis, University of Copenhagen, 1995
- VINNK, Nico - The Telenovela and Emancipation - A study on TV and social Change in Brazil, Amsterdam, Royal Tropical Institute, 1988

## Posfácio

*Pablo ESCANDÓN<sup>117</sup>*

La Escuela Latinoamericana de la Comunicación le debe a José Marques de Melo su vigencia, porque es su más inquieto promotor, su más ferviente admirador y cultor, y además, porque es el referente del acervo histórico que en la región se ha desarrollado en torno a esta ciencia.

Desde la Cátedra Unesco de la Universidad Metodista de Sao Paulo, las investigaciones y estudios están orientados a recuperar ese patrimonio académico de los precursores, pensadores y estudiosos de la comunicación en América Latina.

No existe, para este generador y coordinador de iniciativas, espacios donde no se pueda entrar ni instituciones vetadas por una u otra filiación epistemológica, política, social, etc.; para él todos los campos comunicativos son propicios para la investigación y para el desarrollo de una mejor sociedad.

Por ello, encontramos a José Marques de Melo en todos los simposios, encuentros, bienales y congresos mundiales, exponiendo sobre la Escuela Latinoamericana de la Comunicación, reivindicando el rol protagónico de sus actores en el desarrollo de la ciencia comunicativa y presentando estudios que enriquecen los archivos académicos.

Encontrarse con José Marques de Melo es destrozarse los prejuicios y cambiar el pensamiento definido y definitivo en un fluir ecléctico y sistémico, pues en sus textos y exposiciones no encontramos una postura radical y única para dar soluciones, pues desde su adecuación y práctica metodológica, cada acercamiento a la realidad es una invención distinta, bajo las enseñanzas de todos los comunicólogos latinoamericanos que lo antecedieron.

José Marques de Melo es un gran nexo entre Europa y América, pero lo es mucho más entre la América lusa y la América castellana, separadas por el desconocimiento, la ignorancia y el retraimiento mutuos. Por ello, su interés en historizar la comunicación latinoamericana, pues está seguro que el desconocimiento del pasado nos aboca a errores y a la configuración de una identidad extraña y postiza.

En este texto, encontramos constantes referencias de procesos históricos como las creaciones de FELAFACS, ALAIC, INTERCOM, etc., también sobre sucesos como el NOMIC y el encuentro de San José, en la década del setenta del siglo pasado. Estas alusiones se convierten en insistencias marcadas debido a que muchos académicos han olvidado su trascendencia, importancia y vigencia. Por ello Marques de Melo menciona, repite y reitera sobre las acciones hechas y la finalidad de las asociaciones, a las cuales continúa entregándoles su empeño y funda y participa en nuevas, con la finalidad de generar espacios de diálogo y cooperación para hacer más fuerte la unión entre países, entre investigadores y entre instituciones.

La finalidad de la obra y la vida de Marques de Melo ha sido unir y poner en contacto ideas, iniciativas y personas; servir de vaso comunicante entre todas las prácticas comunicativas para configurar el carácter latinoamericano que forje la ciencia de la Comunicación.

En esta colección de ponencias y artículos encontramos un inventario muy útil de lo que han sido estas décadas de camino desde el oficio de los comunicadores a la profesionalización y su tránsito a la academización. Encontramos datos actuales sobre Internet, sobre el consumo mediático y su adecuada utilización. Marques de Melo nos entrega bibliografía de referencia obligada para que estudiantes e investigadores tengan otros referentes más cercanos a su realidad y redescubran el continente.

---

<sup>117</sup> Editor de la Revista CHASQUI / CIESPAL



Cada encuentro con el profesor Marques de Melo es una reinención, un redescubrimiento: como persona, como académico y maestro, pues desde el periodismo se ha abierto a campos como la telenovela y la investigación mediática. Su trabajo no ha sido en un solo andarivel de la comunicación, sino en todos los que están interrelacionados. Por ello, en este tomo encontramos nexos históricos y de aplicación teórica para la comprensión de la realidad de América latina y para que los estudiantes de las carreras de periodismo y comunicación sepan que en este continente, las discusiones en torno a la democratización, participación equitativa y colaboración de la ciudadanía con los medios y en los medios, siempre han sido importantes, pues ningún pensador comunicacional de la región demoniza el uso ni la existencia de los medios, al contrario, ve en ellos una forma de democratizar a la sociedad y de llegar con mejor y mayor educación a los segmentos donde ésta no llega de manera formal.

## Anexos

### Fuentes, créditos y referencias

#### Capítulo 1

Ensayo escrito para la edición especial de **Telos**, n. 30, Madrid, FUNDESCO, 1992, dedicado a la Comunidad Autónoma de Cataluña, España.

#### Capítulo 2

Conferencia Inaugural. XV Encuentro de la Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación, Puebla, México, 5 de junio de 2003.

#### Capítulo 3

Conferencia Magistral. Encuentro Internacional de Comunicación. FELAFACS. Facultad de Comunicación y Diseño. Universidad Mayor. Santiago, Chile. 2006

#### Capítulo 4

Ponencia destinada al IX Seminario Latinoamericano de Ciencias de la Comunicación. La Paz, Bolivia. ALAIC 2007

#### Capítulo 5

Ponencia destinada al IV Congreso Panamericano de Comunicación. Sesión Plenaria: "Comunicación, Educación e Industrias Culturales: Nuevas Audiencias e Inteligencia Creativa". Santiago de Chile, Octubre, 2008.

#### Capítulo 6

Ponencia destinada al VII Congreso Lusófono de Ciências de la Comunicação, Universidad de Santiago de Compostela, Galicia, España, 21 de abril de 2006

#### Capítulo 7

Ponencia destinada al VII Congreso Latinoamericano de Ciências de la Comunicación. La Plata, Argentina, 2004

#### Capítulo 8

Ponencia destinada al VI Colóquio Internacional sobre la Escuela Latinoamericana de Comunicación. CELACOM 2002. Adamantina, FAI. UNESCO/UMESP. 2002

#### Capítulo 9

Ponencia destinada al V Congreso Latinoamericano de Ciências de la Comunicación. Santiago, Chile, 2000

### **Capítulo 10**

Ponencia destinada al VI Congreso Latinoamericano de Ciências de la Comunicación. Santa Cruz de la Sierra, Bolivia, 2002

### **Capítulo 11**

Conferencia inaugural del X Congreso Iberoamericano de Comunicación, Guadalajara, México, 21 de noviembre de 2007

### **Capítulo 12**

Ponencia destinada al I Congreso de la Asociación Española de Investigación de la Comunicación. Santiago de Compostela, España. 2008

### **Capítulo 13**

Artículo publicado en el libro *Redes, gestión y ciudadanía*, Quito, OCLACC, 2002, p. 185-194

### **Capítulo 14**

Artículo publicado en la revista *Etcétera*, México, 2002

### **Capítulo 15**

Artículo publicado en la revista *Chasqui* n. 104, Quito, Ciespal, 2008, p. 40-47, traducido del portugués por Raquel Rosero (Ciespal).

**Abreviaturas. Lista alfabética****ABI**

Associação Brasileira de Imprensa

**ABOIC**

Asociación Boliviana de Investigadores de la Comunicación

**ABRAPCORP**

Associação Brasileira de Pesquisa em Comunicação Corporativa e Relações Públicas

**AE-IC**

Asociación Española de Investigación de la Comunicación

**AEJMC**

American Association for Education in Journalism and Mass Communication

**AIERI**

Association Internationale des Études et Recherches sur l'Information

**ALAIC**

Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación

**AMIC**

Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación

**APFACOM**

Asociación Peruana de Facultades de Comunicación Social

**AssIBERCOM**

Associação Ibero-americana de Comunicação (Portugal)

**AVICS**

Asociación Venezolana de Investigadores de la Comunicación Social

**BLS**

Barbosa Lima Sobrinho

**CAPES**

Fundação Nacional para Avaliação do Ensino Superior (Brasil)

**CELACOM**

Colóquio Internacional sobre a Escola Latino-americana de Comunicação

**CEPAL**

Comisión Económica para América Latina (Chile)

**CIESPAL**

Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina (Ecuador)

**CONEIC**

Consejo Nacional para la Enseñanza e Investigación de la Comunicación (México)

**DESCO**

Centro para el Estudio del Desarrollo Económico y Social (Peru)

**ELACOM**

Escuela Latinoamericana de la Comunicación

**FAI**

Faculdades Adamantinenses Integradas (Brasil)

**FELAFACS**

Federación Latinoamericana de Asociaciones de Facultades de Comunicación Social (Peru)

**IAMCR**

International Association for Media and Communication Research

**IBERCOM**

Congreso Iberoamericano de Comunicación

**IBGE**

Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística

**IBOPE**

Instituto Brasileiro de Opinião Pública e Estatística

**ICA**

International Communication Association

**ICINFORM**

Instituto de Ciências da Informação (Brasil)

**IFCA**

International Federation of Communication Associations

**INEP**

Instituto Nacional de Estudos Pedagógicos (Brasil)

**ININCO**

Instituto de Investigaciones de la Comunicación (Venezuela)

**INTERCOM**

Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação

**ITESO**

Instituto de Estudios Sociales del Oriente (Mexico)

**FAPESP**

Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de São Paulo (Brasil)

**FCCI**

Facultad de Ciências de la Comunicación y de la Información

**FORCINE**

Associação de Escolas de Cinema e Audiovisual (Brasil)

**LUSOCOM**

Federação Lusófona de Comunicação

**MCI**

Médios de Comunicación e Información

**NOMIC**

Nuevo Orden Mundial de la Información y de la Comunicación

**NPTN**

Núcleo de Pesquisa em Telenovelas (Brasil)

**PNC**

Políticas Nacionales de Comunicación

**PUCRS**

Pontificia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (Brasil)

**RP**

Relaciones Públicas

**SOCICOM**

Federação Brasileira de Associações Científicas e Acadêmicas de Comunicação

**SOCINE**

Sociedade Brasileira de Estudos de Cinema

**SOPCOM**

Associação Portuguesa de Ciências da Comunicação

**ULEPICC**

União Latino de Economia Política da Informação, Comunicação e Cultura

**UMESP**

Universidade Metodista de São Paulo (Brasil)

**UnB**

Universidade de Brasília (Brasil)

**UNESCO**

United Nations for Education, Science, Culture and Communication

**UOL**

Universo On Line (Brasil)

**WACC**

World Association for Christian Communication

**Autores citados y personas referidas. Quien es quien.**

**Abreu, Silvio de**

Brasileño. Dramaturgo. Guionista de telenovelas actúa en la Red Globo de Televisión.

**Aguirre, Jesus Maria**

Español radicado en Venezuela. Comunicólogo. Ejerce papel de liderazgo en el colectivo que edita la revista *Comunicación. Estudios Venezolanos*, y en el equipo docente de la Universidad Católica de Caracas.

**Alfonso, Alejandro**

Venezolano. Comunicólogo. Funcionario de UNESCO, fue consejero regional de comunicación para América Latina y presidente de ALAIC en la década de los 80.

**Anzola, Patricia**

Colombiana. Antropóloga. Presidente de ALAIC en la década de los 80.

**Araújo, Alceu Maynard**

Brasileño. Etnógrafo. Realizo estudios sobre los fenómenos folk comunicacionales y prólogo el libro que contiene la investigación empírica de la tesis doctoral de Luiz Beltrão.

**Baccega, Maria Aparecida**

Brasileña. Lingüista. Fue la sucesora de Anamaria Fadul en la coordinación del Núcleo de Investigaciones de Telenovela – NPTN - en la Universidad de São Paulo.

**Barbero, Jesus Martín**

Español, radicado en Colombia. Filósofo. Fue decano fundador de la Facultad de Comunicación de la Universidad del Valle y presidente de ALAIC. Escritor reconocido mundialmente por su teoría de las mediaciones culturales en los procesos de comunicación.

**Barbosa, Maria Lucia Vitor**

Brasileña. Historiadora. Autora de libro emblemático sobre los caminos que desafían América Latina en la contemporaneidad.

**Barbosa Lima Sobrinho**

Brasileño. Jurisconsulto y Periodista. Considerado el fundador de los estudios científicos del periodismo en Brasil y uno de los pioneros de América Latina.

**Barreto, Tobias**



Brasileño. Jurisconsulto y Poliglota. Tuvo participación destacada en la Escuela de Recife, figurando como personaje clave de la vida intelectual brasileña en el siglo XIX.

### **Barros, Antonio Teixeira**

Brasileño. Comunicólogo y Periodista. Profesor e investigador radicado em Brasília, pertenece a la nueva generación de investigadores de la comunicación.

### **Batista, Fulgencio**

Cubano. Presidente de la República. Caudillo expulso del poder en la isla caribeña por la Revolución de 1959.

### **Beltrán, Luis Ramiro**

Boliviano. Comunicólogo. Pimer ganador del Premio McLuhan Teleglobe. Fue consejero de UNESCO en América Latina. Reconocido mundialmente por su aporte teórico a las políticas nacionales de comunicación, idéa-clave del NOMIC.

### **Beltrão, Luiz**

Brasileño. Periodista. Tiene el mérito de la renovación pedagógica del periodismo nacional y de la fundación del campo científico de la comunicación em Brasil. Reconocido mundialmente por su teoría de la folk comunicación.

### **Beneyto, Juan**

Español. Periodista. Decano de la Escuela Oficial de Periodismo de Madrid, publico obra relevante en nuestro campo de conocimiento. Integró el tribunal que evaluó la tesis doctoral de Luiz Beltrão sobre la folk comunicación en la Universidad de Brasília (1967).

### **Benítez, José**

Cubano. Periodista. Fue editor internacional del diario *Granma*. Publicó vários libros sobre teoría y practica del periodismo. Dictó curso sobre Periodismo Cubano en la Universidad de São Paulo (1986).

### **Benjamin, Roberto**

Brasileño. Periodista y Etnógrafo. Considerado el sucesor de Luiz Beltrão en el liderazgo de la investigación brasileña sobre folk comunicación.

### **Bernal, Obdulio Martin**

Español. Periodista. Director de la revista *Telos*, publicada por Telefônica de Espana, estimula el intercambio comunicacional con América Latina.

**Bertoletti, Esther**

Brasileña. Periodista y Documentalista. Coordinó el programa de microfilmaje de los periódicos brasileños en la Biblioteca Nacional.

**Bezerra, Gregório**

Brasileño. Militante comunista perseguido y torturado por la dictadura militar de 1964. Líder popular en la provincia de Pernambuco fue contemporáneo de Luiz Beltrão y Paulo Freire.

**Bisbal, Marcelino**

Venezolano. Comunicólogo. Integró el equipo fundador del Centro Jesus Maria Pellín de Comunicación Popular y autor de obra relevante en el contexto latinoamericano.

**Bordenave, Juan Díaz**

Paraguayo radicado en Brasil. Comunicólogo. Investigador crítico pertenece a la generación fundadora del Pensamiento Comunicacional Latinoamericano.

**Bruin, Marjan De**

Danesa radicada en el Caribe. Comunicóloga. Líder feminista en IAMCR.

**Burke, Peter**

Inglés. Historiador. Tiene obra significativa en el campo de la historia mediática traducida al portugués y muy difundida en Brasil, país visitado frecuentemente por el autor.

**Bustamante, Enrique**

Español. Comunicólogo. Catedrático de Comunicación Audiovisual en la Universidad Complutense de Madrid, dirige la revista *Telos* desde su fundación. Fue presidente de la AssIBERCOM.

**Cabral, Pedro Álvares**

Portugués. Navegador. Pertenece a la Historia como el Descubridor de Brasil.

**Caldas, Graça**

Brasileña. Periodista. Investigadora de las políticas de comunicación en el campo de la divulgación científica.

**Canclini, Nestor Garcia**

Argentino radicado en México. Antropólogo. Reconocido mundialmente por sus aportes al estudio de las culturales populares y por su teoría de la hibridación cultural en la sociedad mediática.

**Carneiro, Edison**

Brasileño. Etnógrafo. Investigador paradigmático en el campo de la cultura popular, asimiló críticamente la idea gramsciana de la resistencia de las clases subalternas. Su teoría sobre la dinámica del folklore ha ejercido fuerte influencia en el pensamiento folkcomunicacional de Luiz Beltrão.

**Carvalho, Laerte Ramos de**

Brasileño. Historiador. Fue rector de la Universidad de Brasilia en el período inicial del régimen militar.

**Cascudo, Luis da Câmara**

Brasileño. Etnógrafo y Escritor. Reconocido como la mayor autoridad intelectual sobre folklore y cultura popular en Brasil. Sus aportes y sus críticas respaldaron el desarrollo de la investigación sobre folk comunicación.

**Castellon, Lucia**

Chilena. Periodista. Decana de la Facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad Mayor en Chile. Coordinó los congresos de ALAIC e IBERCOM del año 2000.

**Castelo Branco, Vitorino Prata**

Brasileño. Periodista. Autor del primer libro didáctico brasileño sobre periodismo. Fue pionero de la enseñanza a distancia en Brasil.

**Castro, Fidel**

Cubano. Abogado. Comandante de la Revolución victoriosa en 1959, ejerció el poder durante medio siglo, renunciando en favor de su hermano Raul, quien ocupa hoy la Presidencia de la República.

**Cavalcanti, Paulo**

Brasileño. Político y Escritor. Líder sindical marxista participó de colectivos gremiales liderados por Luiz Beltrão.

**Colonna, Carla**

Peruana. Comunicóloga. Profesora de la Pontificia Universidad Católica de Lima. Integra el liderazgo joven de ALAIC.

**Cooper, Patrício**

Chileno radicado en Francia. Comunicólogo. Fue refugiado político durante el gobierno de Pinochet, optando por la permanencia en París, ocupando función de liderazgo en la asociación francesa de ciências de la comunicación.

### **Cordoba, Gonzalo**

Ecuatoriano. Abogado. Integró el equipo fundador de CIESPAL, sucedendo Jorge Fernández en la dirección de la institución.

### **Costa e Silva, Arthur da**

Brasileño. Militar. Integró el equipo de conspiradores de 1964, liderando el golpe contra el Presidente Goulart. Fue el segundo Presidente de la República del ciclo militar 1964-1985.

### **Daza, Gladys**

Colombiana. Educadora y comunicóloga. Pertenece al grupo feminista atuante en la IAMCR.

### **Dewey, John**

Norteamericano. Filósofo. Autor de obra relevante sobre educación democrática, influencio teóricos de la comunicación progresista em Brasil.

### **Eco, Umberto**

Italiano. Semiólogo y Ficcionista. Publicó obra de referencia mundial en el campo teórico de la comunicación. Fue uno de los primeros incentivadores de Luiz Beltrão en su itinerário folkcomunicacional.

### **Fadul, Anamaria**

Brasileña. Filósofa. Autora de reflexiones importantes sobre la teoria de la comunicación, fue la primera directora del Núcleo de Investigación de la Telenovela en la Universidad de São Paulo.

### **Faraone, Roque**

Uruguayo. Jurisconsulto y periodista. Pionero de la investigación de la comunicación en Uruguay, fue perseguido durante los gobiernos militares en mediados de los años 60, optando por el exilio em Francia. Tiene papel destacado en las actividades de IAMCR.

### **Fernandes, Jorge**

Ecuatoriano. Sociólogo y Periodistaa. Fue el fundador de CIESPAL, organismo internacional respaldado por UNESCO y OEA, cuya dirección él ocupó durante vários años, hasta que el gobierno ecuatoriano le encargó de jefiar la embajada nacional em Washington. Lidero los pioneros proyectos de investigación comunicacional em América Latina tiene obra literária relevante, destacandose *Transito a la libertad* (1956).

**Fernandes, Ismael**

Brasileño. Periodista. Autor del libro pionero sobre la memoria de la telenovela brasileña.

**Fernandes Pinheiro**

Brasileño. Historiador. Reconocido cede desbravador del estudio del Periodismo en Brasil (1859).

**Ferrara, Lucrecia D'Alessio**

Brasileña. Lingüista. Fue directora del centro de investigaciones culturales que realizo uno de los primeros estudios empíricos sobre la relación entre televisión y literatura.

**Fischer, Rosa Maria**

Brasileña. Pedagoga. Autora de uno de los primeros estudios sobre el impacto de la televisión junto al público infante-juvenil em Brasil.

**Fox, Elizabeth**

Norteamericana, radicada en Colombia durante varios años. Fue dirigente de ALAIC durante la primera mitad de los años 80.

**Franco, Francisco**

Español. Militar. Comando la resistencia ao gobierno republicano español, empalmando el poder nacional durante cuatro décadas.

**Freire, Paulo**

Brasileño. Educador. Reconocido mundialmente por su estrategia de comunicación educativa libertadora. Perseguido por la dictadura militar de 1964 tuvo que optar por el exilio político, viviendo em Chile, Estados Unidos y Suiza, dedicandose a construir su pedagogia del oprimido.

**Freyre, Gilberto**

Brasileño. Sociólogo e Historiador de la Cultura. Fue pionero en el uso de la prensa como fuente de estudios socioculturales.

**Fuentes Navarro, Raul**

Mexicano. Comunicólogo. Principal investigador de la memoria de las ciencias de la comunicación em México.

**Furtado, Celso**

Brasileño. Economista. Investigador de CEPAL en Chile fue precursor del estudio sobre la relación entre cultura, comunicación y desarrollo.

**Gifreu, Josep**

Catalán. Comunicólogo. Autor de estudio emblemático sobre el NOMIC y las políticas nacionales de comunicación.

**Gobbi, Maria Cristina**

Brasileña. Comunicóloga. Integrante del Grupo Comunicacional de São Bernardo, desarrolla importante proyecto sobre la memoria del pensamiento comunicacional latinoamericano.

**Gonçalves, Elizabeth**

Brasileña. Comunicóloga. Integrante del Grupo Comunicacional de São Bernardo, estudió la genealogía de ese colectivo académico y de las líneas de investigación de sus miembros.

**Hime, Gisely**

Brasileña. Historiadora de la Prensa y del espacio ocupado por la mujer en los periódicos brasileños.

**Hobsbawn, Eric**

Inglés. Historiador. Autor de obra esencial sobre la Historia Política del siglo XX.

**Hora, Abelardo da**

Brasileño. Artista plástico. Integrante del círculo intelectual que rescató los valores de la cultura popular brasileña. Pertenece a la misma generación de Paulo Freire y Luiz Beltrão.

**Horton Hod**

Norteamericano. Periodista. Integró el tribunal que evaluó la tesis doctoral de Luiz Beltrão.

**Huntington, Samuel**

Norteamericano. Político. Autor del libro clásico sobre el choque de civilizaciones en el hueco de la guerra fría.

**Julião, Francisco**

Brasileño. Político e escritor. Fue líder de las Ligas Campesinas, movimiento popular que inició la lucha por la reforma agraria en Brasil. Amigo personal de Luiz Beltrão tuvo que exiliarse cuando los militares tomaran el poder en 1964.

**Kaplun, Mario**

Argentino radicado en el Uruguay. Radialista y teledifusor. Perseguido por las dictaduras militares en el Cono-Sur se refugió en Venezuela. Ganó reconocimiento por sus estrategias de comunicación popular, incluso el cassette-forum.

**Katz, Elihu**

Norteamericano radicado en Israel. Comunicólogo. Co-autor de la teoría del doble flujo de comunicación y autor de la teoría de usos y gratificaciones.

**Kudo, Tokihiro**

Peruano. Comunicólogo. Coautor del inventario sobre la investigación de la comunicación en el Perú.

**Kunsch, Margarida**

Brasileña. Profesora e investigadora de Relaciones Públicas. Fundó la asociación nacional que reúne los investigadores de relaciones públicas y comunicación organizacional.

**Lazarsfeld, Paul**

Austriaco radicado en los Estados Unidos de América. Sociólogo, es considerado uno de los padres fundadores de las ciencias de la comunicación en norteamérica.

**Leão XIII, Papa**

Italiano. Teólogo. Fue el dirigente máximo de la Iglesia Católica Romana responsable por la encíclica que instituye la doctrina social de la iglesia.

**Ledo, Margarita**

Gallega. Comunicóloga. Principal investigadora ibérica en el campo del audiovisual, preside hoy la Federación Lusófona de Ciencias de la Comunicación.

**Le Bon, Gustave**

Francés. Psicólogo social. Pionero de los estudios sobre el impacto de la prensa en el comportamiento colectivo.

**Leal, Ondina Fachel**

Brasileña. Antropóloga. Investigadora de la recepción de las telenovelas y su impacto en la vida cotidiana.

**Linné, Olga**

Sueca. Comunicóloga. Primera mujer a presentarse como candidata a la presidencia de IAMCR.

**Lopes, Maria Immacolata Vassalo de**

Brasileña. Socióloga. Coordinadora del Núcleo de Investigaciones de la Telenovela en la Universidad de São Paulo.

**Lyra, Roberto**

Brasileño. Sociólogo. Fue integrante del tribunal que evaluó la tesis doctoral de Luiz Beltrão.

**Lourenço Filho**

Brasileño. Educador. Consultor de Editorial Melhoramentos recomendo la publicación de la tesis doctoral de Luiz Beltrão, pero sin el capítulo del referencial teórico.

**Luyten, Joseph**

Danes radicado en Brasil. Comunicólogo. Discípulo de Luiz Beltrão há hecho la difusión de la teoria folk comunicacional em Japón y Europa.

**Luyten, Sonia**

Brasileña. Comunicóloga. Principal investigadora brasileña de los tebeos japoneses – mangás.

**Maciel, Betânia**

Brasileña. Comunicóloga. Estudiosa del espacio ocupado por las mujeres en la producción científica, incluso en el entorno comunicacional.

**Maldonado, Patrícia**

Mexicana. Comunicóloga. Fue presidente de la asociación mexicana de investigadores de la comunicación – AMIC.

**Marcos, Luis Humberto**

Português. Periodista. Ejerce el cargo de secretário ejecutivo de la Asociación Iberoamericana de Comunicación.

**Marti, José**

Cubano. Heroe nacional.

**Matta, Fernando Reyes**



Chileno. Periodista. Fue una los principales investigadores de los sistemas de comunicación alternativa en Chile.

**Mattelart, Armand**

Belga radicado en Francia. Comunicólogo. Muy joven, migro para América Latina, trabajando e investigando en Chile. Principal introductor del referencial teórico marxista en nuestras escuelas de comunicacion.

**McAnany, Emile**

Norteamericano. Comunicólogo. Considerado uno de los más importantes investigadores del país, tiene varias publicaciones sobre la comunicación como herramienta del desarrollo.

**McBride, Sean**

Irlandés. Jurisconsulto. Asesor especial de UNESCO, coordinó el grupo de estudios responsable por la plataforma del NOMIC.

**Mendes Júnior, Osmar**

Brasileño. Periodista. Investigador de los procesos matriciales de comunicación.

**Merino, Jorge**

Ecuatoriano. Comunicólogo. Investigador responsable por uno de los primeros inventarios sobre la investigación de la comunicación en Ciespal.

**Mont, Carmen Gómez**

Mexicana. Comunicóloga. Coordinó el congreso mundial de IAMCR en Oaxaca, México, en los años 90.

**Moragas, Miquel**

Catalán. Fundador de la Facultad de Ciências de la Información de la Universidad Autónoma de Barcelona, es el primer presidente de la Asociación Española de Investigación de la Comunicación. Fue uno de los divulgadores pioneros del pensamiento comunicacional latinoamericano en Europa.

**Morales, Ofélia Torres**

Peruana radicada en Brasil. Comunicóloga. Investigadora de las mediaciones de la prensa del corazón em el proceso de asimilación del contenido de las telenovelas.

**Moreira, Sonia Virginia**

Brasileña. Periodista. Investigadora de los procesos históricos de los medios orales, particularmente la radio, en Brasil.

**Morel Pinto, Rolando**

Brasileño. Lingüista y profesor de literatura. Fue tutor de varias tesis doctorales sobre periodismo en la universidad de São Paulo.

**Mosca de Carvalho, Aloísio**

Brasileño. Educador. Fue rector de la Universidad Católica de Pernambuco, acogiendo la idea de instalar una carrera de periodismo em Brasil.

**Munizaga, Gisele**

Chilena. Socióloga. Integró el equipo constituido por ALAIC para hacer el inventario de la investigación comunicacional en los países de la región.

**Nightingale, Virginia**

Australiana. Comunicóloga. Coordinó el congreso mundial de la IAMCR en Sidney (1996)

**Nordestreng, Kaarle**

Finlandés. Periodista. Fue presidente de la Federación Internacional de Periodistas (Praga) y Asesor de UNESCO (Paris). Tiene papel de liderazgo académico en el seno de IAMCR.

**Ordonez, Marco**

Ecuatoriano. Periodista. Fue el tercer director general de CIESPAL, sucedendo a Gonzalo Córdoba.

**Ortega y Gasset**

Español. Filósofo. Pertenece a la generación conocida como "apocalíptica", recelosa de la "rebelión de las masas".

**Otero, Gustavo Adolfo**

Boliviano. Periodista. Autor de un estudio pionero sobre el panorama del periodismo em América Latina.

**Park, Robert**

Norteamericano. Sociólogo. Discípulo de John Dewey. Pionero de la investigación comunicacional, liderando la Escuela de Chicago. Sus ideas fueron muy difundidas en América Latina.

**Peirano, Luis**

Peruano. Comunicólogo. Fue presidente de ALAIC y coordinador del inventario sobre el estado de la investigación comunicacional latinoamericana.

**Pasquali, Antonio**

Venezolano. Filósofo. Fundador del ININCO, fue director del departamento de comunicación de UNESCO durante el período de preparación del Informe McBride. Reconocido como pionero de la Escuela Latinoamericana de Comunicación.

**Pessoni, Arquimedes**

Brasileño. Comunicólogo. Investigador de la interacción entre comunicación y salud pública.

**Porto e Silva, Flavio Luis**

Brasileño. Semiólogo. Integró el equipo coordinado por Lucrecia Ferrara para investigar las relaciones entre literatura y televisión.

**Potter, Joe**

Norteamericano. Demógrafo. Coordinador del proyecto financiado por la Fundación Rockefeller para estudiar el impacto de la telenovela en la composición demográfica, particularmente en la planificación familiar, de América Latina.

**Ramos, Roberto**

Brasileño. Comunicólogo. Fue uno de los primeros investigadores a estudiar el uso de las telenovelas como propaganda disimulada en el contenido de los mensajes (merchandising).

**Riesman, David**

Norteamericano. Sociólogo. Reconocido por su teoría de las multitudes solitarias, cuyas ideas fueron muy difundidas en América Latina.

**Rivera, Anne**

Argentina. Comunicóloga. Integró el equipo constituido por ALAIC para hacer el inventario de la investigación comunicacional en los países de la región.

**Rivera, Jorge**

Argentino. Comunicólogo. Lideró el equipo argentino constituido por ALAIC para hacer el inventario de la investigación comunicacional en los países de la región.

**Rizzini, Carlos**

Brasileño. Periodista. Pionero de la investigación latinoamericana sobre el periodismo.

**Robinson, Gertrude**

Alemana radicada en Canadá. Comunicóloga. Investigadora destacada por su aporte crítico al conocimiento comunicacional. Lideró en el seno de IAMCR la corriente que reivindicó mayor espacio

para las mujeres en la directiva de la comunidad académica internacional del campo comunicacional.

**Roncagliolo, Rafael**

Peruano. Sociólogo. Pertenece a la segunda generación de la Escuela Latinoamericana de Comunicación. Exiliado en México, participo del equipo de investigadores del centro de investigaciones sobre la cultura transnacional.

**Roquié, Alain**

Francés. Historiador. Investigo la génesis del concepto de América Latina.

**Ruiz, Enrique Sanchez**

Mexicano. Comunicólogo. Fue presidente de AMIC y ALAIC, encabezando actualmente la directiva de la AssIBERCOM.

**Rush, Ramona**

Norteamericana. Comunicóloga. Fue candidata feminista a la presidencia de IAMCR.

**Samaniego, Ramiro**

Ecuatoriano. Ingeniero. Fundador del Departamento de Investigación Científica de la Comunicación en CIESPAL. Formo la primera generación de especialistas latinoamericanos en metodología de la investigación comunicacional.

**Sanguinetti, José María**

Uruguayo. Político. Escritor. Fue Presidente de la República, participando de la vanguardia intelectual de América Latina.

**Santa María, Clemente**

Argentino. Historiador. Pionero de los estudios históricos sobre la prensa en América Latina.

**Santos, Aparecida Ribeiro dos**

Brasileña. Comunicóloga. Pertenece al Grupo Comunicacional de São Bernardo, investigando el papel de la mujer en la industria mediática.

**Saya, Luiz**

Brasileño. Etnógrafo. Investigador pionero de las expresiones estéticas a través de los "ex votos".

**Schmucler, Hector**

Argentino. Comunicólogo. Fundador de la revista “Comunicación y Cultura”, pionera en la difusión del pensamiento crítico latinoamericano.

**Sierra, Francisco**

Español. Comunicólogo. Decano de la facultad de ciências de la comunicación de la Universidad de Sevilla. Pertenece a la nueva generación que está en la vanguardia del pensamiento comunicacional ibérico.

**Silva, Frei Tibúrcio José da**

Português. Periodista. Fue redactor del primer diário impreso en Brasil – *Gazeta do Rio de Janeiro* (1808).

**Silva, Luis Custódio da**

Brasileño. Comunicólogo. Discípulo de Beltrão y Benjamin, tiene papel destacado en la red de investigadores folk comunicacionales.

**Sodré, Muniz**

Brasileño. Comunicólogo. Fue decano de la facultad de comunicación de la Universidad Federal de Rio de Janeiro, ocupando hoy el cargo de Director de la Biblioteca Nacional de Brasil. Ocupa papel destacado en la vanguardia del pensamiento comunicacional brasileño.

**Sollis, Beatriz**

Mexicana. Sicóloga Social. Fue presidente de AMIC.

**Sreberny, Anabelle**

Britânica. Comunicóloga. Primera mujer a ejercer la presidência de IAMCR.

**Sterling, Manuel Márquez**

Cubano. Periodista. Patrono de la escuela pionera de periodismo em Cuba.

**Stoetzel, Jean**

Francês. Sicólogo. Fundador del instituto francés para el estudio de la opinión pública.

**Suarée, Octavio de la**

Cubano. Periodista. Pionero de la investigación periodística latinoamericana, autor de una trilogia interdisciplinaria – sociológica, psicológica y deontológica – sobre el periodismo em América Latina.

**Tarde, Gabriel**

Francés. Psicólogo social. Fue el primer investigador social a estudiar la influencia de la prensa diaria en la agenda de las conversaciones familiares.

**Tilburg, João Luis Van**

Brasileño. Comunicólogo. Fue una de los primeros investigadores brasileños a estudiar el papel educativo de los medios de comunicación masiva.

**Trigueiro, Osvaldo Meira**

Brasileño. Comunicólogo. Discípulo de Luiz Beltrão aportó a la teoría folkcomunicacional el concepto de ativismo mediático.

**Tufte, Thomas**

Dinamarqués. Comunicólogo. Pionero nórdico en el estudio de los fenómenos comunicacionales latinoamericanos.

**Vamberto, José**

Brasileño. Periodista. Fue asesor de prensa del Presidente Castelo Branco, quien invitó al profesor Luiz Beltrão para ocupar el cargo de decano de la Facultad de Comunicación de la Universidad de Brasilia.

**Vinck, Nico**

Holandés. Comunicólogo. Pionero en la investigación sobre las relaciones entre las clases sociales en las telenovelas brasileñas.

**Wertheim, Jorge**

Argentino radicado en Brasil. Investigo el impacto de la teoría de la dependencia en el pensamiento comunicacional latinoamericano. Fue director de la oficina nacional de UNESCO en Brasilia.

**Zallo, Ramón**

Basco. Economista. Investigador de la economía política de la comunicación y de la cultura tiene papel clave en el intercambio España – América Latina.

## Perfil del autor

**José Marques de Melo** es periodista, profesor universitario, investigador científico y consultor académico.

Nacido en Palmeira dos Índios, Alagoas, Brasil, se graduó en Periodismo y en Ciencias Jurídicas y Sociales. Fue becario de UNESCO, realizando estudios de post-grado en CIESPAL – Centro Internacional de Estudios Superiores de Periodismo para América Latina.

Empezó a trabajar como periodista en 1959, integrando los equipos de los diarios *Gazeta de Alagoas* y *Jornal de Alagoas* (Maceió), actuando más adelante en diarios y revistas de São Paulo, Rio de Janeiro, Porto Alegre y Brasilia. Mantiene hace más de diez años una columna mensual en la revista *Imprensa* (São Paulo) dedicada a la comunicación social en el espacio universitario.

Docente-fundador de la Escuela de Comunicaciones y Artes de la Universidad de São Paulo (ECA-USP), adonde ingresó, en 1967, obteniendo los títulos de Doctor (1973) y Catedrático de Periodismo (1987). Fue el responsable por la implantación del Departamento de Periodismo y Editoración, unidad de enseñanza e investigación que estuvo bajo su dirección durante muchos años. Esa actividad fue solamente interrumpida durante el régimen militar, cuando fue impedido de ejercer la docencia en universidades públicas brasileñas durante el período 1974-1979. Beneficiado por la Ley de Amnistía Política del año 1979, regresó a su Cátedra en la USP y fue elegido por la comunidad académica en 1989 para ejercer el cargo de Decano de la ECA-USP, mandato que concluyó en 1993. Permanece hasta hoy en esa institución, brindado con el título de Profesor Emérito y colaborando voluntariamente como docente y orientador de investigaciones de post-grado.

Primer Doctor en Periodismo titulado por universidad brasileña fue becado por la FAPESP (Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de S. Paulo) para realizar estudios post-doctorales en ciencias de la comunicación en los Estados Unidos de América, adonde tuvo el respaldo académico del MUCIA (Consórcio Universitário del Medio-Oeste, integrado por las universidades de Wisconsin, Minesotta, Indiana, Illinois y Michigan) durante los años 1973-1974. Posteriormente, fue becado por el CNPq (Consejo Nacional de Desarrollo Científico e Tecnológico) para desenvolver estudios avanzados en la Universidad Complutense de Madrid (España), durante el año lectivo de 1988. En 1992 fue nombrado Catedrático UNESCO de Comunicación de la Universidad Autónoma de Barcelona (España) y en 1996 Tinker Visiting Professor del Institute for Latin American Studies de la University of Texas at Austin (USA).

Actuó como investigador/profesor visitante en muchas universidades extranjeras: University of Wisconsin e University of Texas (USA), Universidad Complutense de Madrid y Universidad Autónoma de Barcelona (España), Universidad Nacional Autónoma, Universidad Iberoamericana, e Universidad de Colima (México), Universidad Nacional de Río Cuarto (Argentina), Universidades Católicas de Montevideo y Caracas (Uruguay y Venezuela), Universidad Andina Simón Bolívar (Bolivia), Universidad Diego Portales (Chile).

Profirió conferencias en las universidades de Grenoble y Bordeaux (Francia), Salamanca y Santiago de Compostela (España), Coimbra, Minho y Nova de Lisboa (Portugal), Michigan State, Texas y Minesotta (Estados Unidos), Victoria y Sydney (Australia), McGill y Québec (Canadá), Budapest (Hungría), Javeriana, Nacional de Bogotá y Universidad de las Américas (Colombia), ITESO, Guadalajara, Monterrey y Oaxaca (México), Dublin (Irlanda), Glasgow (Inglaterra), Buenos Aires, La Plata y Morón (Argentina), Universidades Central y Católica de Venezuela (Caracas),

Católica y Lima (Perú), Universidades Católicas de La Paz y de Cochabamba y Universidad Privada de Santa Cruz de la Sierra (Bolivia), Universidad Nacional del Panamá (Panamá), Diego Portales y Universidad Mayor (Chile) etc.

Sus principales libros publicados: *Comunicação Social: Teoria e Pesquisa* (1970), *Estudos de Jornalismo Comparado* (1972), *Sociologia da Imprensa Brasileira* (1973), *A Opinião no Jornalismo Brasileiro* (1985), *Comunicação e Modernidade* (1991), *Fontes para o Estudo da comunicação* (1995), *Teoria da Comunicação: Paradigmas Latino-Americanos* (1998), *História do Pensamento Comunicacional* (2003), *Jornalismo Brasileiro* (2003), *História Social da Imprensa* (2003), *Jornalismo Opinativo* (2003), *A esfinge midiática* (2004), *Midiologia para iniciantes* (2005), *Teoria do Jornalismo* (2006), *Mídia e Cultura Popular* (2007), *História Política das Ciências da Comunicação* (2008), *Entre el saber y el poder* (2008), *Pensamiento Comunicacional Latinoamericano* (2009). Coordinó muchas compilaciones: *Comunicação /Incomunicação no Brasil* (1976), *Ideologia e Poder no Ensino de Comunicação* (1979), *Pesquisa em Comunicação no Brasil* (1983), *Comunicação na América Latina* (1989), *Comunicación Latinoamericana* (1992), *Communication for a New World* (1993), *Identidades Culturais Latinoamericanas* (1996), *Memórias das Ciências da Comunicação no Brasil* (1997), *Pensamento Comunicacional Brasileiro* (1999), *Gênese do Pensamento Comunicacional Latino-Americano* (2000), *Contribuições Brasileiras ao Pensamento Comunicacional Latino-Americano* (2001), *Os Grupos Comunicacionais do Centro-Oeste* (2001), *Matrizes das Idéias Comunicacionais Latino-Americanas: Marxismo e Cristianismo* (2002), *Comunicação Latino-Americana: o protagonismo feminino* (2003), *Mídia, Regionalismo e Cultura* (2003), *Pensamento Comunicacional Latino-americano: da pesquisa-denúncia ao pragmatismo utópico* (2004), *Imprensa Brasileira: personagens que fizeram História*, 4 vols. (2005-2009), *Os Caminhos Cruzados da Comunicação: Política, Economia e Cultura* (2010). Publicó también más de dos centenas de artículos en periódicos científicos, nacionales y extranjeros, diarios y revistas de gran circulación en Brasil y América Latina.

Actualmente es docente del Programa de Pos-Grado en Comunicación Social de la Universidad Metodista de São Paulo, y Director Titular de la Cátedra Unesco de Comunicación para el Desarrollo Regional. Preside la INTERCOM – Sociedad Brasileña de Estudios Interdisciplinarios de la Comunicación.

Fue agraciado con distinciones honoríficas, entre ellas el Prêmio Wayne Danielson de Ciencias de la Comunicación – University of Texas (Austin, USA), Medalla Rui Barbosa del Ministério de la Cultura (Río de Janeiro), Doctor Honoris Causa de la Universidad Católica de Santos (São Paulo), Universidad Federal de Alagoas y Universidad Federal de Paraíba.

La Universidad Metodista de São Paulo atribuyó el nombre de “José Marques de Melo” al Acervo del Pensamiento Comunicacional Latino-Americano, inaugurado en 1999, por la Cátedra de Comunicación allí mantenida en convenio con la UNESCO. Homenajeado por la Universidad Católica de Pernambuco, durante las conmemoraciones de los 50 años de la institución, tuvo su biografía intelectual registrada en el libro *Grandes Nomes da Comunicação – José Marques de Melo*, organizado por Maria Cristina Gobbi (Recife, UNICAP, 2001, 341 p.). También fue incluido por CIESPAL en su galería de pioneros de la investigación comunicacional latinoamericana. Su trayectoria intelectual y sus principales obras están descritas y evaluadas por la revista CHASQUI, n. 104, edición de diciembre de 2008.

El jubileo de oro de su trayectoria periodística fue celebrado por la Universidad Federal de Alagoas, a través de la publicación de su libro de memorias – *Vestigios da Travessia: da imprensa à Internet (50 años de periodismo)*, edición de EDUFAL en convenio con Editorial Paulus (2009). Las Organizaciones Católicas Latinoamericanas de Comunicación – OCLAC – se hermaran para conmemorar el evento, otorgando el Premio Comunicador de la Paz al autor del libro, quien participó, hace 40 años, de la fundación del movimiento de resistencia pacífica a la censura en Brasil, liderado por la Unión Cristiana Brasileña de Comunicación Social.



El profesor Marques de Melo caba de ser elegido presidente de la recién fundada Confederación Iberoamericana de Asociaciones Científicas de Comunicación por la asamblea constituyente de la entidad, realizada en Portugal (abril de 2009) como reconocimiento de su contribución para la difusión del pensamiento comunicacional iberoamericano en la comunidad científica mundial.