

# La contribución de América Latina al campo de la Comunicación

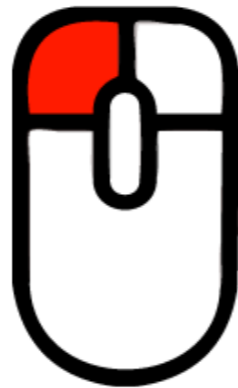
Historia, enfoques teóricos, epistemológicos y tendencias de la investigación



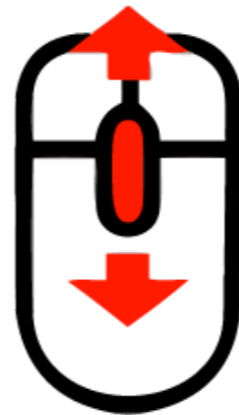
**César Bolaño, Delia Crovi Druetta,  
Gustavo Cimadevilla (Editores)**

2

# NAVEGACIÓN



AVANZO



AVANZO  
RETROCEDO



RETROCEDO

**I PRELUDIO****I Cuatro décadas después****I César Bolaño, Delia Crovi Druetta y Gustavo Cimadevilla****I O campo científico da comunicação na América Latina:  
I perspectiva histórica****I José Marques de Melo****I Investigar la comunicación y formar comunicadores  
I en América latina hoy.  
I Una conversación con Jesús Martín Barbero****I William Fernando Torres****I Teoría y metodología de la investigación  
I en comunicación en América Latina:  
I ALAIC y el desafío de la fragmentación****I Raúl Fuentes Navarro**

**I DESARROLLO DEL CAMPO *Medios, públicos y culturalidad*****I Claves y tiempos del análisis del discurso y la semiótica en América Latina****I Eliseo Colón****I Investigación latinoamericana de recepción: un largo camino andado, una historia viva para contar****I Nilda Jacks y Guillermo Orozco Gómez****I Historia y Comunicación.  
I Recorridos, tensiones y posibilidades del sub-campo de estudios en América Latina.****I Eduardo Gutiérrez****I Folkcomunicação****I Betânia Maciel y Marcelo Sabbatini**

**I DESARROLLO DEL CAMPO *Áreas de aplicación***

**I Panorama e perspectivas dos estudos da  
I comunicação organizacional e relações públicas na  
I América Latina**

**I Margarida M. Krohling Kunsch**

**I Educomunicación en América Latina.  
I Tendencias y expectativas**

**I Delia Covi Druetta y Luz María Garay Cruz**

**I Comunicación y Salud en América Latina.  
I Un campo en permanente movimiento**

**I Inesita Soares de Araújo y Milca Cuberli**

**I As veias abertas do jornalismo na área acadêmica  
I da América Latina**

**I Eduardo Medistch**

- I DESARROLLO DEL CAMPO *Política, Economía y Sociedad***
  - I La comunicación política en América Latina:**
  - I Entre la consolidación como disciplina y la apertura de**
  - I nuevos enfoques de investigación inter-disciplinar****I Andrés Cañizález y Matías Ponce**
  
- I Comunicación Digital, Redes y Procesos.**
- I Balance de la investigación en América Latina**
  
**I Carlos Arcila Calderón y Mabel Calderín Cruz**  
- I Economía Política de la información, la comunicación**
- I y la cultura**
  
**I César Bolaño, Ancízar Narváez y Ruy Sardinha Lopes**  
- I Trayectos aplicados y académicos de la convergencia**
- I comunicación–desarrollo**
  
**I Gustavo Cimadevilla**  
- I Comunicação popular, comunitária e cidadania:**
- I eixos de investigação e fundamentos teóricos**
  
**I Cicilia M. Krohling Peruzzo**  
- I Comunicación, desarrollo y cambio social**
  
**I Alfonso Gumucio-Dagron**

**I ANEXOS****I Acerca de los autores****I Cuadro de GT/GI activos de ALAIC 1998-2010****I Notas****I Carta de la Paz**

# A contribuição da América Latina para o campo da Comunicação

**História, abordagens teóricas, epistemológicas e tendências da pesquisa.**



**César Bolaño, Delia Crovi Druetta,  
Gustavo Cimadevilla (Org)**



**I PREFÁCIO****I Quatro décadas depois.****I César Bolaño, Delia CroviDruettae Gustavo Cimadevilla****I O campo científico da comunicação na América Latina:  
I perspectiva histórica.****I José Marques de Melo****I Pesquisara comunicação e formar comunicadores na  
I América latina hoje. Conversa com Jesús Martín Barbero.****I William Fernando Torres****I Teoriae metodologia da pesquisa em comunicação na  
I América Latina: ALAIC e o desafio da fragmentação.****I Raúl Fuentes Navarro****I DESENVOLVIMENTO DO CAMPO****I Mídias, públicos e culturalidade****I Códigose tempos de análise do discurso e a semiótica  
I na América Latina.****I Eliseo Colón**

**| Pesquisa latino-americana de recepção:  
| um extenso caminho percorrido, uma história viva para  
| se contar.**

**| Nilda Jacks e Guillermo Orozco Gómez**

**| História e Comunicação.  
| Percursos, tensões e possibilidades do subcampo  
| de estudos na América Latina.**

**| Eduardo Gutiérrez**

**| Folkcomunicação.**

**| Betânia Maciel e Marcelo Sabbatini**

**| DESENVOLVIMENTO DO CAMPO Áreas de aplicação**

**| Panorama e perspectivas dos estudos de comunicação  
| organizacional e relações públicas na América Latina.**

**| Margarida M. Krohling Kunsch**

**| Educomunicação na América Latina.  
| Tendências e expectativas.**

**| Delia Crovi Druetta e Luz María Garay Cruz**

**| Comunicação e Saúde na América Latina.**

**| Um campo em permanente movimento.**

**| Inesita Soares de Araújo e Milca Cuberli**

**| As veias abertas do jornalismo na área acadêmica  
| da América Latina.**

**| Eduardo Medistch**

## **| DESENVOLVIMENTO DO CAMPO**

**| Política, Economia e Sociedade**

**| A comunicação política na América Latina:**

**| Entre a consolidação como disciplina e a abertura de  
| novas abordagens de pesquisa interdisciplinar.**

**| Andrés Cañizález e Matías Ponce**

**| Comunicação Digital, Redes e Processos.**

**| Balanço da pesquisa na América Latina.**

**| Carlos Arcila Calderón e Mabel Calderín Cruz**

**| Economia Política da informação, a comunicação e  
| a cultura.**

**| César Bolaño, Ancízar Narváez e Ruy Sardinha Lopes**

**| Trajetos aplicados e acadêmicos da  
| convergência comunicação-desenvolvimento.**

**| Gustavo Cimadevilla**

**| Comunicação popular, comunitária e cidadania:  
| eixos da pesquisa e fundamentos teóricos.**

**| Cicilia M. Krohling Peruzzo**

**| Comunicação, desenvolvimento e mudança social.**

**| Alfonso Gumucio-Dagron**

**| ANEXOS**

**| Acerca dos autores**

**| Quadro de GT/GI ativos de ALAIC 1998-2010**

**| Notas**

**| Carta de la Paz**

13



# I PRELUDIO

# 14

# I CUATRO DÉCADAS DESPUÉS

Hace casi cuarenta años, en 1976, se concretó en San José de Costa Rica la *Conferencia Intergubernamental sobre Políticas de Comunicación en Latinoamérica y el Caribe*. El evento, como otros de carácter internacional llevados adelante en Argel y Túnez (1973), daba cuenta de un clima de época en el cual las reivindicaciones democráticas y de autonomía frente a los países centrales se sintetizaba en la búsqueda por configurar un “nuevo orden” mundial: de la economía, a nivel general, y de la información y las comunicaciones, en particular.

Tres años antes, entre el 17 y el 22 de septiembre de 1973, en la misma ciudad de San José de Costa Rica -en el campus La Catalina-, el Centro Internacional de Estudios Superiores de Periodismo para América Latina (CIESPAL) organizó el seminario “Investigación de la Comunicación en América Latina”, bajo los auspicios del Centro de Estudios Democráticos para América Latina (CEDAL) y financiado por la Fundación Friedrich Ebert. Un “informe provisional” fue publicado en el número 4 de la revista *Chasqui*, primera época (Quito, 1973: 11-28), y posteriormente reeditado por Bernedo<sup>1</sup>. Antes de definir objetivos, estrategias, áreas prioritarias de investigación, etc., el documento define un “marco conceptual” en el que postula lo siguiente:

*La teoría de la comunicación y la metodología de la investigación elaborada en los*

# CUATRO DÉCADAS DESPUÉS

*centros metropolitanos, no siempre corresponden a la realidad y a las necesidades de investigación de los países atrasados y dependientes, no obstante se aplican, indiscriminadamente, a las situaciones de la región, con resultados obviamente inadecuados y a veces distorsionantes. Su uso ha sido inducido bajo el supuesto de que la teoría social es universal y de que su validez desborda el marco de los espacios culturales y de los procesos políticos (Bernedo, op. cit.: 40).*

Esta es seguramente la primera convocatoria amplia al pensamiento crítico latinoamericano en materia de comunicación, consolidando un cambio de tendencia fundamental en relación a la perspectiva que determinara la fundación de CIESPAL, en 1958. En 1979 Costa Rica albergaría otra vez un importante evento para el campo: la reunión consultiva convocada por UNESCO para estudiar la factibilidad de creación de la Agencia de Servicios Especiales de Información para América Latina (ALASEI). En esa ocasión ya existía la Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación (ALAIC), fundada en 1978 en Caracas, que se hará representar en la reunión por su presidente y su secretario ejecutivo<sup>2</sup>.

Cuarenta años después del seminario de 1973, ALAIC coordinó un Foro de Presidentes de Asociaciones Nacionales de Investigadores de la Comunicación y renovó los compromisos con una nueva convocatoria firmada por los representantes de ABOIC, Bolivia; ACICOM, Colombia; APEIC, Perú; INVECOM, Venezuela; AMIC, México; SEICOM, Ecuador; e INTERCOM, Brasil (estas dos últimas con firmas post puestas por no haber estado presentes en el evento -ver la Carta de La Paz en el sitio de ALAIC y como apéndice de este libro).

Entre 1973 y 2013, en tanto, una larga historia ha transcurrido para el campo comunicacional. Y ALAIC ha tenido, en ella, un papel fundamental para albergar y

promover el pensamiento crítico académico y la lucha por la democratización de los sistemas nacionales de comunicación social y la superación de las asimetrías en el ámbito internacional. Vale destacar, por ejemplo, cómo desde sus albores los intelectuales que fueron dando forma a la asociación se comprometieron con el movimiento que promovía el nuevo orden mundial (que a nivel de la información y la comunicación conocimos como NOMIC) y apenas comenzados los 80, a través de su Presidente Jesús Martín Barbero, se proponía un programa integral de investigación a nivel continental, dejando bases para que ALAIC se proyectara internacionalmente a las arenas del campo.

Diversos aportes, desde entonces, fueron dando visibilidad a los estudios latinoamericanos en los cuales la cultura, la economía política, la educación, la denuncia sobre las actuaciones de los medios hegemónicos y los enfoques transdisciplinarios colaboraron en forjar su identidad en el campo internacional. En los años noventa, por otro lado, la amplia y diversa producción académica se extendió a otras latitudes al refundarse ALAIC bajo la dirección del profesor José Marques de Melo, en un contexto donde otras asociaciones nacionales, como INTERCOM de Brasil o AMIC de México, ganaban prestigio. Con el ánimo encendido, la entidad organizará desde entonces su Congreso Bianual y también los seminarios de investigación en años alternos, así como publicaciones y otras actividades apoyadas por la fuerte expansión de las escuelas y programas de postgrado.

En ese camino, un elemento central para la consolidación de la Asociación fue la creación de los grupos temáticos (GTs), que fueron más de 20 antes de la reforma de 2011. Su *debut* fue en São Paulo, durante el primer congreso de la entidad. Por entonces no había un armado previo de temas, sino una convocatória para que los interesados en el evento pudiesen proponerlos. Así se hizo y en respuesta a ello se con-



formaron siete GTs en torno a un conjunto de temas de interés para la época: nuevas tecnologías; integración del Mercosur; privatización de las telecomunicaciones; etc. (Boletín de ALAIC Nro. 6, 1992). En congresos posteriores, los de 1994 en Guadalajara y 1996 en Caracas, se avanzó en organicidad y el número de grupos se elevó a 12 y 15 respectivamente, tendiendo a consolidar el esquema de trabajo que, como oportunamente reflexionara Raúl Fuentes, “ha probado ser viable y muy conveniente para ALAIC<sup>3</sup>.”

La trayectoria de los GT a partir de 1998 es más conocida y está de algún modo reflejada en esta obra. En ese andar, en el año 2006, la Asamblea de la entidad consideró oportuno evaluar su desempeño, consultar a sus asociados al respecto y elaborar una política que oriente su devenir y democratice su accionar, lo que se concretó mediante la designación de una comisión que por entonces integrábamos quienes actuamos en esta obra como coordinadores de la edición. Esa tarea derivó años después en una propuesta de funcionamiento hoy vigente. Quienes participamos de su elaboración asumimos además, en el año 2009, la conducción de la entidad junto a otros colegas que acompañaron esa línea de trabajo bajo el lema “*ALAIC Más (+)*”.

Visto en perspectiva, el desafío de la reforma de los grupos temáticos recogió ya resultados muy positivos. Permitió organizar el campo latinoamericano de estudios facilitando la representación de todos los países y centros, a la vez que permitió ordenar la metodología de elecciones y remplazos de los coordinadores, así como brindar espacios estables de reflexión e intercambios, tanto de temas históricos como de aquellos emergentes y coyunturales. Ello redundó en una mayor visibilidad y capacidad de acción de la asociación a nivel regional e internacional. Y esa perspectiva de coordinación interna y externa ha sido una base importante para todas las acciones emprendidas por esta Junta Directiva que cumple su segundo mandato y en el XII

Congreso de Lima (2014) entrega la conducción a un nuevo Directivo.

Así, la constitución de una política y reforma de los GTs, el despliegue de las representaciones regionales, la priorización del tema del “pensamiento crítico” en los congresos de Bogotá, Montevideo y Lima, la promoción de los seminarios regionales -destinados a aumentar el diálogo y la acción conjunta con las asociaciones nacionales de investigadores, cuyo número ha crecido mucho en el período-, los seminarios de São Paulo y La Paz, la nueva política de publicaciones, la reestructuración del portal de la entidad, el sostenimiento de su revista papel y divulgación *on line* y la creación de una nueva publicación –el Journal of Latin American Communication Research– totalmente en inglés, así como la búsqueda de acciones coordinadas con otras asociaciones macro-regionales de todo el mundo, han caracterizado esta gestión.

Este libro es parte de ese esfuerzo. Para su concreción fueron invitados ex-coordinadores de GTs que estuvieron un largo período al frente de los grupos y otros actuales, así como algunos colegas a los que ellos dieron participación. Todos especialistas destacados en sus sub-áreas de conocimiento y con una experiencia acumulada de privilegio para poder reflejar la historia y la situación actual de cada uno de ellos. En un apartado anexo, incluso, se listan los distintos grupos de la Asociación y sus respectivos coordinadores para el período 1998-2010.

El resultado es, entonces, un panorama bastante amplio, aunque no exhaustivo, de la trayectoria de una parte significativa del campo académico de la comunicación en América Latina (AL) durante la última década y media, su organización y relaciones académicas cultivadas tanto dentro como fuera de las fronteras de la región.

Hoy, sabemos que estamos ante un cambio fundamental en la estructura del capitalismo y de las relaciones internacionales que afectan profundamente los sistemas de información, comunicación, conocimiento y la producción, distribución y consumo de bienes simbólicos. La Escuela Latinoamericana, en sus diferentes perspectivas, enfoques y paradigmas, se presenta en este contexto como un sistema vivo, en constante diálogo interno, capaz de afrontar los retos que plantea el campo académico en todo el mundo. Su contribución a la comprensión de la realidad, hoy como en el pasado, asume la máxima relevancia para el ámbito institucional, pero también para la producción intelectual de la más diversa índole.

Este libro, que ahora llega a los lectores, pretende constituirse en un estímulo importante para cultivar esa tradición intelectual latinoamericana. En sus cuatro secciones, los textos se organizan bajo el criterio de facilitar una secuencia de lectura tematizada y ordenada. Así, inicia con un Preludio que contextualiza el trayecto alaicqueano que la obra ilustra. El primer escrito –posterior a esta presentación- pertenece a una figura clave de la gestión exitosa de la institución. Nos referimos a José Marques de Melo (Brasil) que, como dijimos, ocupó la presidencia de ALAIC en su período refundacional (1989-1992) y en el texto se ocupa de analizar históricamente la evolución que ha tenido el campo científico de la comunicación, sus referentes internacionales y su particular trayectoria en la región latinoamericana. A seguir, el colega colombiano William Fernando Torres presenta una entrevista con otro intelectual muy caro a los afectos y reconocimientos de la academia. Se trata de Jesús Martín Barbero, quien además fue presidente de la institución en los años 1981-82 y ha realizado significativos aportes al desarrollo de la disciplina. En su diálogo con Torres, Martín Barbero hace un repaso memorioso de su trayectoria y una reflexión muy fina respecto de lo que implica investigar y formar comunicadores hoy en AL. Final-

mente, esta sección del libro cierra con un texto de Raúl Fuentes Navarro (México), quien plantea un panorama claro y crítico respecto del andar de la teoría y metodología de la investigación cultivada en la región y algunos desafíos claves para ALAIC.

A continuación, la sección dos del libro agrupa a un conjunto variado de textos que tienen un eje en común: ponen en discusión la relación entre los medios de difusión colectiva y los públicos y los enfoques que la cultura facilita como dimensión de análisis. Con esa entrada abre la discusión Eliseo Colón (Puerto Rico) que se interesa por el análisis del discurso y la trayectoria que ha seguido la semiótica en AL. Su texto presenta una periodización histórica de las últimas cuatro décadas del siglo veinte en las que señala ciertos puntos claves para el desarrollo de la disciplina, el análisis del discurso y las ciencias del lenguaje en la región. Se ocupa entonces de algunos de los proyectos vinculados a la producción editorial y a la difusión de las ideas y los textos fundamentales del campo. El segundo texto, por otra parte, pertenece a Nilda Jacks (Brasil) y Guillermo Orozco Gómez (México). Intelectuales con una larga trayectoria en los estudios de recepción que abordan el contexto sociopolítico en el que se desarrollaron las investigaciones para advertir algunas peculiaridades de la producción investigativa a nivel continental. Destacan luego las principales corrientes de la región y los aportes que han conseguido proyectarse a nivel internacional. El tercer trabajo de la sección es del colombiano Eduardo Gutiérrez, quien sistematiza el andar del grupo temático que en ALAIC ha abordado la historia de la comunicación. Una línea de trabajo que no sólo se orientó a la historia de la prensa y de los medios, sino también a estar atenta a una *historia de los procesos sociales y culturales* a los que se conecta el devenir de los diversos medios. El último texto de esta zona es de Betânia Maciel y Marcelo Sabbatini (Brasil). Ellos se ocupan de un sub-campo que ha tenido un particular desarrollo en su país: la folkcomunicación. Esta línea de

estudios fue iniciada por Luiz Beltrão en los años 60 y desde entonces ha sumado interesantes trabajos para comprender el campo de la comunicación y de la cultura popular. El texto analiza sus principales ejes teóricos y metodológicos y la evolución de los estudios, así como los recientes aportes para la problemática del desarrollo local.

La tercera sección del libro refiere a continuación a algunas áreas de aplicación que son abordadas desde diversos GTs de la asociación. Entre ellas la comunicación organizacional, la educomunicación, la comunicación para la salud y el periodismo. En esa secuencia el primer texto es de Margarida Krohling Kunsch (Brasil), quien analiza las relaciones públicas y la comunicación organizacional como campos académicos en el contexto regional. Describe las principales líneas de interrogación y aborda, en particular, un estudio bibliométrico de 136 textos presentados en el GT de referencia que abarcan el periodo 1998-2008. A seguir, Delia Covi Druetta y Luz María Garay Cruz (México) se ocupan de la Educomunicación en AL, sus tendencias y expectativas. Para ello se valen de un análisis del caso mexicano, actualizándolo y ampliando la mirada hacia toda la región a fin de señalar coincidencias y singularidades nacionales. El texto, en tanto, dedica su última parte a los retos y prioridades para la investigación que las autoras vislumbran como tarea pendiente. El tercer trabajo cabe, por otra parte, a Inesita Soares de Araújo (Brasil) y Milca Cuberli (Argentina), quienes abordan los estudios de comunicación y salud en el continente. En su escrito tratan primero la formación de su campo y las teorías y metodologías más relevantes. Describen luego los escenarios de la investigación y en tercer lugar las tendencias que vislumbran para la sub-disciplina. La sección finaliza después con un texto de Eduardo Medistch (Brasil) que se ocupa de rescatar la historia sobre el GT Estudios sobre Periodismo, particularmente en el período en que

el autor fue su coordinador (1998-2007). Así, aborda los temas y las referencias de las investigaciones presentadas ubicando institucionalmente a sus autores. Explicita, también, las dificultades del campo académico de la especialidad y los conflictos que marcaron a AL en el siglo XX, lo que según el autor limitó el desarrollo de los estudios de periodismo en el continente.

La última sección del libro presenta, a seguir, una serie de textos que abordan problemáticas diversas vinculadas a los GTs que trabajan las relaciones que se establecen entre la política, la economía y la sociedad. En ese marco el primer trabajo corresponde a Andrés Cañizález (Venezuela) y Matías Ponce (Uruguay). En él repasan los enfoques teóricos y abordajes conceptuales que en los últimos años han caracterizado a los estudios a nivel regional. Entre las tendencias que advierten y destacan están las temáticas de la gobernabilidad y la comunicación como política pública, entre otras, a las que prestan particular atención en su análisis. El segundo trabajo, en tanto, es de autoría de Carlos Arcila Calderón (Colombia) y Mabel Calderín Cruz (Venezuela). En el texto se proponen realizar un balance sobre la investigación en Comunicación Digital en la región, especialmente desde la aparición y difusión de Internet. El abordaje incluye un esfuerzo por organizar los aportes de la producción intelectual relevada y reflexiones generales sobre el impacto que ha tenido la perspectiva de estudio en la investigación en comunicación. El tercer trabajo lo presentan en coautoría César Bolaño (Brasil), Ancízar Narváez (Colombia) y Ruy Sardinha Lopes (Brasil). El escrito busca sistematizar la trayectoria de la Economía Política de la Comunicación en AL. Para ello reconoce sus orígenes y especialmente los enfoques críticos producidos en la región. Aborda luego la producción de los grupos de trabajo de INTERCOM y de ALAIC, de la red, del portal y de la revista EPTIC, hasta la construcción colectiva de la federación: ULEPICC. El objetivo, aclaran sus

autores, es contribuir a la historia de un campo que gana visibilidad en el escenario teórico y epistemológico de la comunicación. El cuarto texto, por su parte, se ocupa de la trayectoria aplicada y académica de la convergencia entre los campos de la comunicación y el desarrollo. Su autor, Gustavo Cimadevilla (Argentina), se interroga respecto de los rasgos que caracterizan los estudios de la sub-área en la última década y media y analiza la producción intelectual del GT Comunicación, Tecnología y Desarrollo, particularmente en el período que lo coordinara (1998-2010). A lo largo del texto se discuten algunas tesis que permiten problematizar los datos sistematizados en el escrito. A seguir, Cicilia M. Krohling Peruzzo (Brasil) dedica su esfuerzo a la Comunicación popular, comunitaria y ciudadana. Un recorte del campo que cultiva uno de los GT de la entidad y sobre los que se detiene a analizar sus ejes de investigación y fundamentos. El último trabajo pertenece a Alfonso Gumucio-Dagron (Bolivia) y en él procura resumir seis décadas de historia de la comunicación para el desarrollo y el cambio social. Con ese objetivo presenta y discute los paradigmas de la modernización y de la dependencia y la perspectiva actual, remarcando que ésta necesita diferenciar la transmisión de información de los procesos de comunicación con participación y la apropiación y el derecho a la comunicación de los pueblos.

Si como reflexionara Jesús Martín Barbero hace un par de décadas, “ALAIC nació pobre en recursos (...) pero con una enorme riqueza de pensamiento”<sup>4</sup>, hoy ese caudal de experiencias y respuestas a los desafíos permite valorar cuánto se ha consolidado ese camino colectivo. Este libro da cuenta de una parte significativa de esa trayectoria y qué mejor que compartirla con todos aquellos que de uno u otro modo

24

colaboraron en construirla.

Cesar Bolaño, Delia Crovi Drueta y Gustavo Cimadevilla

América Latina, abril de 2014.

**CUATRO  
DÉCADAS  
DESPUÉS**



25

# I PREFÁCIO

# QUATRO DÉCADAS DEPOIS

Há quase quarenta anos, em 1976, realizou-se em San José de Costa Rica a Conferência Intergovernamental sobre Políticas de Comunicação na América Latina e no Caribe. O evento, como outros de caráter internacional promovidos em Argel e Túnez (1973), respondia ao clima da época, no qual as reivindicações democráticas e de autonomia frente aos países centrais sintetizavam-se na procura por configurar uma “nova ordem” mundial: da economia, no plano geral, e da informação e das comunicações, no particular.

Três anos antes, entre 17 e 22 de setembro de 1973, na mesma cidade de San José de Costa Rica - no campus La Catalina -, o Centro Internacional de Estudos Superiores de Comunicação para a América Latina (CIESPAL) organizou o seminário “Investigação da Comunicação na América Latina”, com o apoio do Centro de Estudos Democráticos para América Latina (CEDAL) e financiado pela Fundação Friedrich Ebert. Um “relatório provisório” foi publicado na quarta edição da revista Chasqui, primeira época (Quito, 1973: 11-28), e posteriormente reeditado por Bernedo. Antes de definir objetivos, estratégias, áreas prioritárias de pesquisa, etc., o documento define um “marco conceitual”, no qual promove o seguinte:

*La teoría de la comunicación y la metodología de la investigación elaborada en los centros metropolitanos, no siempre corresponden a la realidad y a las necesidades de investigación de los países atrasados y dependientes, no obstante se aplican, indiscriminadamente, a las situaciones de la región, con resultados obviamente inadecuados y a veces distorsionantes. Su uso ha sido inducido bajo el supuesto de que la teoría social es universal y de que su validez desborda el marco de los espacios culturales y de los procesos políticos (Bernedo, op. cit.: 40).*

Esta é certamente a primeira e ampla convocatória ao pensamento crítico latino-americano em questão de comunicação, consolidando uma mudança da tendência fundamental com respeito à perspectiva que determinara a fundação de CIESPAL em 1958. No ano de 1979, em Costa Rica se daria outra vez um importante evento para o campo: a reunião de consulta convocada pela UNESCO para estudar a factibilidade de criação da Agência Latino-Americana de Serviços Especiais de Informação (ALASEI). Nesta ocasião já existia a Associação Latino-Americana de Investigadores da Comunicação (ALAIC), fundada no ano de 1978 em Caracas, que na reunião foi representada por seu presidente e seu secretário executivo .

Quarenta anos depois do seminário de 1973, a ALAIC coordenou o Foro de “Presidentes de Associações Nacionais de Investigadores da Comunicação” e renovou os compromissos com uma nova convocatória assinada pelos representantes da ABOIC, Bolívia; ACICOM, Colômbia; APEIC, Peru; INVECOM, Venezuela; AMIC, México; SEICOM, Equador; e INTERCOM, Brasil (estas duas últimas com assinaturas posteriores por não terem estado presentes no evento -ver a Carta de La Paz no website da ALAIC e como apêndice deste livro).

Entre 1973 e 2013, entretanto, uma longa história tem transcorrido no campo comunicacional. E a ALAIC tem tido um papel fundamental para sediar e promover o pensamento crítico acadêmico e a luta pela democratização dos sistemas nacionais de comunicação social, além da superação das assimetrias no âmbito internacional. Vale destacar, por exemplo, como desde seus inícios intelectuais que foram dando forma à associação comprometeram-se com o movimento que promovia a nova ordem mundial (que no plano da informação e da comunicação conhecemos como NOMIC) e nos inícios dos anos 80, através de seu Presidente Jesús Martín Barbero, se propunha um programa integral de pesquisa em nível continental, deixando bases para que a ALAIC se projetasse internacionalmente às arenas do campo.

Diversos aportes, desde então, foram dando visibilidade aos estudos latino-americanos, nos quais a cultura, a economia política, a educação, a denúncia sobre as atualizações das mídias hegemônicas e as abordagens transdisciplinares colaboraram para consolidar sua identidade no campo internacional. Nos anos 90, por outro lado, a ampla e diversa produção acadêmica estendeu-se a outras latitudes ao se refundara ALAIC sob a direção do professor José Marques de Melo, num contexto onde outras associações nacionais, como INTERCOM do Brasil ou AMIC do México, ganhavam prestígio. Com a confiança renovada, a entidade organizará desde então seu Congresso Bianual e também os seminários de pesquisa em anos alternados, assim como publicações e outras atividades apoiadas pela forte expansão das escolas e programas de pós-graduação.

Nesse caminho, um elemento central para a consolidação da Associação foi a criação dos grupos temáticos (GTs), que foram mais de 20 antes da reforma de 2011. Seu debut foi em São Paulo, no transcurso do primeiro congresso da entidade. Naquele período não havia um planejamento prévio dos temas, mas, sim, uma convocatória

para que os interessados no evento pudessem propor. Assim aconteceu e em resposta a isso se configuraram sete GTs ao redor de um conjunto de temas de interesse para a época: novas tecnologias; integração do MERCOSUL; privatização das telecomunicações; etc. (Boletim de ALAIC Nro. 6, 1992). Em congressos posteriores, os de 1994 em Guadalajara e 1996 em Caracas, se avançou na organização e o número de grupos foi elevado a 12 e 15, respectivamente, com a tendência de consolidar o esquema de trabalho que, como oportunamente reflexionara Raúl Fuentes, “tem provado ser viável e muito conveniente para a ALAIC”.

A trajetória dos GTs, a partir de 1998, fica mais conhecida e está, de algum modo, refletida nesta obra. Nesse movimento, no ano 2006, a Assembleia da entidade considerou oportuno avaliar seu desempenho, consultar seus associados a respeito e elaborar uma política que oriente seus acontecimentos e democratize suas ações. Isto se realizou por meio da designação de uma comissão que naquele momento integrávamos, onde atuamos nesta obra como organizadores da edição. Essa tarefa derivou anos depois em uma proposta de funcionamento ainda hoje vigente. Participamos de sua elaboração e assumimos, no ano 2009, a condução da entidade junto a outros colegas que acompanharam essa linha de trabalho sob o lema “ALAIC Más (+)”.

Visto na perspectiva, o desafio da reforma dos grupos temáticos recolheu já resultados muito positivos. Permitiu organizar o campo latino-americano de estudos facilitando a representação de todos os países e centros, ao mesmo tempo em que permitiu ordenar a metodologia de eleições e substituições dos coordenadores, assim como brindar espaços estáveis de reflexão e intercâmbio, tanto de temas históricos como daqueles emergentes e conjunturais. Isto resultou em uma maior visibilidade e capacidade de ação da associação em nível regional e internacional. E essa perspectiva de coordenação interna e externa tem sido uma base importante para todas as

ações empreendidas por esta Junta Diretiva que está no seu segundo mandato e, no XII Congresso de Lima (2014), entrega a condução a uma nova Junta Diretiva.

Assim, a constituição de uma política e reforma dos GTs, crescimento das representações regionais, a priorização da temática do “pensamento crítico” nos congressos de Bogotá, Montevideo e Lima, a promoção dos seminários regionais -destinados a aumentar o diálogo e a ação conjunta com as associações nacionais de pesquisadores, cujo número tem crescido muito no período-, os seminários de São Paulo e La Paz, a nova política de publicações, a reestruturação do portal da entidade, a manutenção de sua revista impressa e divulgação on line e a criação de uma nova publicação –o Journal of Latin American Communication Research– totalmente em inglês, assim como a procura de ações coordenadas com outras associações macro-regionais do mundo todo, tem caracterizado esta gestão.

Este livro é parte desse esforço. Para sua concretização foram convidados ex-coordenadores de GTs que estiveram um longo período liderando os grupos e outros atuais, assim como alguns colegas aos que eles deram participação. Todos especialistas destacados nas suas subáreas de conhecimento e com uma experiência acumulada de privilegio para poder refletir a História e a situação atual de cada um deles. No anexo final, inclusive, se citam os diferentes grupos da Associação e seus respectivos coordenadores para o período 1998-2010.

Então, o resultado é um panorama bastante amplo, embora não exaustivo, da trajetória de uma parte significativa do campo acadêmico da comunicação na América Latina (AL), no transcurso da última década e meia, sua organização e relações acadêmicas cultivadas tanto dentro como fora das fronteiras da região.

Hoje, sabemos que estamos frente a uma mudança fundamental na estrutura do capitalismo e das relações internacionais que afetam profundamente os sistemas de informação, comunicação, conhecimento e produção, distribuição e consumo de bens simbólicos. A Escola Latino-Americana, em suas diferentes perspectivas, abordagens e paradigmas, se apresenta neste contexto como um sistema vivo, em constante diálogo interno, capaz de afrontar os desafios que postula o campo acadêmico no mundo todo. Sua contribuição à compreensão da realidade, hoje como no passado, assume a máxima relevância para o âmbito institucional, mas também para a produção intelectual da mais diversa índole.

Este livro, que agora chega aos leitores, pretende constituir-se num estímulo importante para cultivar essa tradição intelectual latino-americana. Nas quatro seções do mesmo, os textos se organizam sob o critério de facilitar uma sequência de leitura tematizada e ordenada. Assim, inicia com um prefácio que contextualiza o trajeto alaiqueano que a obra ilustra. O primeiro escrito –posterior a esta apresentação– pertence a uma figura-chave da gestão exitosa da instituição. Referimo-nos a José Marques de Melo (Brasil) que, como já comentamos, ocupou a presidência de ALAIC no seu período refundacional (1989-1992) e, no seu texto, ocupa-se de analisar historicamente a evolução que teve o campo científico da comunicação, seus referentes internacionais e sua particular trajetória na região latino-americana. A seguir, o colega colombiano William Fernando Torres apresenta uma entrevista com outro caro intelectual aos afeitos e reconhecimentos da academia. Trata-se de Jesús Martín Barbero, que foi, além disso, presidente da instituição nos anos 1981-82 e tem realizado significativos aportes ao desenvolvimento da disciplina. No seu diálogo com Torres, Martín Barbero faz uma lembrança memoriosa de sua trajetória e uma reflexão muito aprofundada a respeito do que implica pesquisar e formar co-

municadores hoje em dia na AL. Finalmente, esta seção do livro fecha com um texto de Raúl Fuentes Navarro (México), que postula um panorama claro e crítico com respeito ao andar da teoria e metodologia da pesquisa cultivada na região e alguns desafios-chaves para a ALAIC.

Continuando, a seção dois do livro agrupa um conjunto variado de textos que têm um eixo em comum: põe em discussão a relação entre as mídias de difusão coletiva, os públicos e as abordagens que a cultura facilita como dimensão de análise. Com essa entrada, abre a discussão Eliseo Colón (Puerto Rico), que se interessa pela análise do discurso e trajetória que tem seguido a semiótica na AL. Seu texto apresenta uma periodização histórica das últimas quatro décadas do século vinte, indicando certos pontos chaves para o desenvolvimento da disciplina, a análise do discurso e ascências da linguagem na região. Ocupa-se, então, de alguns dos projetos vinculados à produção editorial e à difusão das ideias e dos textos fundamentais do campo. O segundo texto, por outra parte, pertence a Nilda Jacks (Brasil) e Guillermo Orozco Gómez (México). Intelectuais com uma extensa trajetória nos estudos de recepção, que abordam o contexto sociopolítico no qual se desenvolveram as pesquisas para advertir algumas peculiaridades da produção investigativa em nível continental. Destacam-se as principais correntes da região e os aportes que têm conseguido se projetar em nível internacional. O terceiro trabalho da seção é do colombiano Eduardo Gutiérrez, que sistematiza o andamento do grupo temático que na ALAIC tem abordado a História da comunicação. Uma linha de pesquisa que não só se orientou à História da imprensa e das mídias, mas também direcionada a uma História dos processos sociais e culturais aos que se conecta ao devir das diversas mídias. O último texto desta seção é de Betânia Maciel e Marcelo Sabbatini (Brasil). Eles ocupam-se de um subcampo que teve um particular desenvolvimento



no seu país: a folkcomunicação. Esta linha de pesquisa foi iniciada por Luiz Beltrão nos anos 60 e desde então tem somado interessantes trabalhos para compreender o campo da comunicação e da cultura popular. O texto analisa seus principais eixos teóricos e metodológicos e a evolução dos estudos, assim também como os recentes aportes para a problemática do desenvolvimento local.

A terceira seção do livro faz referência a algumas áreas de aplicação que são abordadas desde diversos GTs da associação. Entre elas, a comunicação organizacional, a educomunicação, a comunicação para a saúde e o jornalismo. Nessa sequência, o primeiro texto é de Margarida Krohling Kunsch (Brasil), que analisa as relações públicas e a comunicação organizacional como campos acadêmicos no contexto regional. Descreve as principais linhas de interrogação e aborda, em particular, um estudo bibliométrico de 136 textos apresentados no GT de referência, que abarcam o período de 1998-2008. A seguir, Delia Covi Druetta e Luz María Garay Cruz (México) ocupam-se da Educomunicação na AL, suas tendências e expectativas. Para isso, apoiam-se na análise do caso mexicano, atualizando-o e ampliando o foco em toda a região, a fim de assinalar coincidências e singularidades nacionais. O texto, entretanto, dedica sua última parte aos desafios e prioridades para a pesquisa que as autoras vislumbram como tarefa pendente. O terceiro trabalho cabe, por outra parte, a Inesita Soares de Araújo (Brasil) e Milca Cuberli (Argentina), que abordam os estudos de comunicação e saúde no continente. Neste escrito, tratam primeiro a formação de seu campo e as teorias e metodologias mais relevantes. Descrevem logo os cenários da pesquisa e no terceiro lugar as tendências que vislumbram para a subdisciplina. A seção finaliza depois com um texto de Eduardo Medistch (Brasil), que se ocupa de resgatar a História sobre o GT Estudos sobre Jornalismo, particularmente no período em que o autor foi seu coordenador (1998-2007). Assim, aborda as te-

máticas e as referências das pesquisas apresentadas, localizando institucionalmente seus autores. Explicita, também, as dificuldades do campo acadêmico da especialidade e os conflitos que marcaram a AL no século XX, o que, segundo o autor, limitou o desenvolvimento dos estudos de jornalismo no continente.

A última seção do livro apresenta, a seguir, uma série de textos que abordam problemáticas diversas vinculadas aos GTs, que trabalham as relações estabelecidas entre a política, a economia e a sociedade. Nesse marco, o primeiro trabalho corresponde a Andrés Cañizález (Venezuela) e Matías Ponce (Uruguay). Neste repassam as abordagens teóricas e as conceituais que, nos últimos anos, têm caracterizado os estudos em nível regional. Entre as tendências que advertem e destacam, estão as temáticas da governabilidade e a comunicação como política pública, entre outras, as que prestam particular atenção na sua análise. O segundo trabalho, entretanto, é de autoria de Carlos Arcila Calderón (Colômbia) e Mabel Calderín Cruz (Venezuela). No texto, propõem-se a realizar um balanço sobre a pesquisa em Comunicação Digital na região, especialmente desde a aparição e difusão da Internet. A abordagem inclui um esforço em organizar os aportes da produção intelectual relevada e reflexões gerais sobre o impacto que teve a perspectiva de estudo na pesquisa em comunicação. O terceiro trabalho é apresentado em coautoria por César Bolaño (Brasil), Ancízar-Narváez (Colômbia) e Ruy Sardinha Lopes (Brasil). O escrito procura sistematizar a trajetória da Economia Política da Comunicação na AL. Para isso, reconhece suas origens e especialmente as abordagens críticas produzidas na região. Aborda logo a produção dos grupos de trabalho de INTERCOM e de ALAIC, da rede, do portal e da revista EPTIC, até a construção coletiva da federação: ULEPICC. O objetivo, esclarecem seus autores, é contribuir para a História de um campo que ganha visibilidade no cenário teórico e epistemológico da comunicação. O quarto texto, por sua

parte, ocupa-se da trajetória aplicada e acadêmica da convergência entre os campos da comunicação e o desenvolvimento. Seu autor, Gustavo Cimadevilla (Argentina), interroga-se a respeito dos aspectos que caracterizam os estudos da subárea na última década e meia e analisa a produção intelectual do GT Comunicação, Tecnologia e Desenvolvimento, particularmente no período que o coordenara (1998-2010). No transcurso do texto, discutem-se algumas teses que permitem problematizar os dados sistematizados no escrito. A seguir, Cicilia M. Krohling Peruzzo (Brasil) dedica seu esforço à Comunicação popular, comunitária e cidadania. Um recorte do campo que cultiva um dos GTs da entidade e sobre os que se detêm a analisar seus eixos de pesquisa e fundamentos. O último trabalho pertence a Alfonso Gumucio-Dagron (Bolívia), que procura resumir seis décadas de História da comunicação para o desenvolvimento e a mudança social. Com esse objetivo apresenta e discute os paradigmas da modernização e da dependência e a perspectiva atual, remarcando que esta precisa diferenciar a transmissão de informação dos processos de comunicação, participação e a apropriação e o direito à comunicação dos povos.

Assim como refletiu Jesús Martín Barbero há duas décadas, “ALAIC nasceu pobre em recursos (...) mas com uma enorme riqueza de pensamento”, hoje esse caudal de experiências e respostas aos desafios permite valorizar quanto tem se consolidado esse caminho coletivo. Este livro dá conta de uma parte significativa desta trajetória e não existe nada melhor que poder compartilhar com todos aqueles que, de um ou

outro jeito, colaboraram em construí-la.

Cesar Bolaño, Delia Crovi Drueta e Gustavo Cimadevilla

América Latina, abril de 2014.

# I O CAMPO CIENTÍFICO DA COMUNICAÇÃO NA AMÉRICA LATINA:

## I PERSPECTIVA HISTÓRICA

I José Marques de Melo

### **Panorama do campo acadêmico<sup>5</sup>**

A constituição do campo científico da Comunicação remonta à Antiguidade Clássica, tendo como pano de fundo convergências e tensões entre saberes profissionais, pragmatismo empresarial, estratégias governamentais e investigação acadêmica.

Mas o estudo sistemático dos fenômenos comunicacionais, configurando um campo específico do conhecimento humano sobre os atos da comunicação mediada por suportes tecnológicos, data do Século XVII, logo depois do funcionamento regular

dos jornais diários. O marco fundador dessa etapa é sem dúvida a defesa da primeira tese de doutorado sobre Jornalismo, fato protagonizado por Tobias Peucer, na Universidade de Leipzig, Alemanha, em 1690<sup>6</sup>.

Contudo, no século XX o novo campo científico ganha legitimidade, quando o ensino dos saberes profissionais e a investigação dos impactos sociais da comunicação massiva são acolhidos pela universidade e valorizados pelo sistema empresarial e pelo governo. Trata-se de um processo cujo terreno mais fértil esteve localizado nos Estados Unidos da América<sup>7</sup>.

O processo de constituição de uma comunidade acadêmica mundial das ciências da comunicação só emerge no período posterior à Segunda Guerra Mundial, contaminando-se naturalmente pela dinâmica da “guerra fria”. Desde a fundação da IAMCR (Internacional Association for Media and Communication Research), em Paris, em 1957, foi se gerando a tensão entre investigação básica e investigação aplicada, entre os saberes profissionais e a reflexão crítica dos processos mediáticos.

O esgotamento desse ciclo histórico, no limiar da sociedade globalizada da informação, coincide também com a construção da identidade peculiar a esse campo das ciências sociais, que busca autonomizar-se teórica e metodologicamente, delimitando suas próprias fronteiras disciplinares, sem renunciar à vocação interdisciplinar que o caracteriza historicamente<sup>8</sup>.

Os pesquisadores das ciências da comunicação encontram-se imersos, em muitos países e em todas as regiões do planeta, num processo singular de consolidação de suas instituições acadêmicas e profissionais, no quadro das revoluções científicas

contemporâneas<sup>9</sup>. Exercitam um diálogo instigante e criativo, enquanto produtores críticos de saberes comunicacionais, seja com os que os aplicam empresarialmente, seja com os que deles se valem para tomar decisões estratégicas nos organismos públicos<sup>10</sup>.

Historicamente o campo acadêmico da comunicação data do início do século XX, nos Estados Unidos da América. No entanto, ele foi precedido por iniciativas ancoradas em território europeu, principalmente na Alemanha, França e Suíça, entre os séculos XVII e XIX.

Resgatar cronologicamente esses primórdios do ensino do jornalismo e da comunicação massiva constitui requisito indispensável à melhor compreensão dos impasses e desafios com que nos defrontamos contemporaneamente.

A legitimação do Jornalismo enquanto área do conhecimento pela comunidade acadêmica reflete evidentemente o processo de institucionalização social da profissão informativa.

## Marco referencial

Não obstante as primeiras manifestações noticiosas tenham precedido a imprensa, tese defendida por autores paradigmáticos como o brasileiro Carlos Rizzini (1968) ou o peruano Juan Gargurevich (1990), o jornalismo somente se imporia no cenário europeu do século XVII, quando começam a circular na Alemanha os primeiros jornais diários, conforme documenta a espanhola Ingrid Schulze (1994).

Esse fenômeno do jornalismo diário vai alterar substancialmente a fisionomia da so-

cidade. Fortalecendo o ideal democrático que se nutre na emergente opinião pública, ele desemboca na encruzilhada francesa de 1789. No bojo dessa revolução burguesa, a doutrina da liberdade de imprensa adquire finalmente legitimidade política.

Foi o impacto do jornal diário no cenário europeu que motivou a primeira incursão universitária no terreno jornalístico, convertendo-o em objeto de reflexão intelectual. A primazia dessa inovação cognitiva coube institucionalmente à Universidade de Leipzig e pessoalmente a Tobias Peucer. Ambos estimularam uma série de estudos que, procurando desvendar o tecido social da imprensa, realçaram o protagonismo dos desbravadores e dos artífices das cadeias noticiosas. (Marques de Melo, 2003).

Entretanto, as expressões jornalísticas pioneiras ficaram estancadas pelo inevitável elitismo do seu conteúdo. Não é sem razão que Tobias Peucer (1690), o precursor dos estudos jornalísticos, enfatiza em sua tese doutoral o “o prazer encontrado na leitura dos periódicos pelos eruditos”, ou seja, “aqueles que gozam do conhecimento da geografia, da genealogia e dos afazeres cívicos”.

Produzir notícias para um estamento refinado não requeria formação especial, situando-se a primeira geração de produtores do jornalismo diário no mesmo patamar cognitivo dos seus leitores.

Mudanças nesse panorama somente viriam a ocorrer na segunda metade do século XVIII, quando a revolução burguesa se alastra, tanto na Europa quanto na América. Melhorando a capacidade intelectual e também aquisitiva de vastos contingentes da população, suas lideranças sentem necessidade de informações atuais, rápidas, resumidas e facilmente compreensíveis. Foi natural que eclodissem demandas para a capacitação de produtores noticiosos sintonizados com as novas aspirações sociais.



Enquanto categoria profissional, os jornalistas somente vão emergir no ápice da fascinante “revolução da impressão” que outrora Marshall McLuhan (1962) rotulou como a Galáxia de Gutenberg. (Quintero, 1994)

## Iniciativas pioneiras

Em seu panorama sobre a institucionalização social do jornalismo, o norte-americano Raymond Nixon (1963a) aponta as diferenças existentes entre a América e a Europa. As iniciativas pioneiras de formação jornalística nos dois continentes estão distanciadas em pouco mais de meio século.

A primeira experiência europeia data de 1806, tendo sido protagonizada pela Universidade de Breslau, então situada em território alemão. Nos Estados Unidos da América do Norte o primeiro espaço universitário dessa natureza cria-se somente em 1869, no Washington College, Virgínia.

Além da defasagem temporal, Nixon (1963b) indica um componente diferenciador, de matiz nitidamente educativo, entre os dois blocos geo-culturais. O curso europeu tinha perfil academicista, orientando-se no sentido de alavancar uma “ciência da imprensa”. Por sua vez, o curso norte-americano era mais modesto, pretendendo simplesmente “aperfeiçoar tipógrafos”, ou seja, ampliar seu conhecimento no âmbito das artes e das ciências.

Afora esses marcos antecipadores da pujança do novo campo universitário, na verdade o desenvolvimento de programas de ensino de jornalismo vai se dar de forma quase concomitante na Europa e nos Estados Unidos.

Nixon (1963 b) registra os principais fatos históricos testemunhados pela Europa. Após a ofensiva alemã do começo do século XIX, a vanguarda passa a ser assumida pela Suíça, onde o professor Karl Bucher profere conferências sobre “ciências da imprensa”, na Universidade de Besle (1884-1890), inspirando, a partir de 1903, um curso permanente na Universidade de Zurich.

Enquanto isso, a França ensaiava os primeiros passos nessa mesma direção, estabelecendo em Paris (1899) uma Escola Superior de Jornalismo. Seu fundador, Albert Batailler, busca parceria decisiva com o jornal *Le Figaró*, numa evidência de que a formação profissional dos jornalistas representava uma contingência conjuntural. Sua oportunidade fora, aliás, proclamada pelo V Congresso Internacional da Imprensa, reunido em Lisboa, em 1898.

Nesse encontro, Batailler justifica: “o jornalismo converteu-se numa carreira: é preciso deixar de dizer que a nossa profissão recruta os seus adeptos entre os desenganchados de todas as carreiras; para chegar ao recrutamento regular, à renovação normal do pessoal da imprensa, é preciso organizar os quadros de reserva e tornar menos penosos os anos de aprendizagem aos jovens que se sintam com vocação; e para isso é necessário que a educação geral se complete com a educação profissional”. (Marcos, 1987).

O terreno mais fértil permanecia, contudo, na Alemanha, onde Karl D’Esther replica feito semelhante àquele protagonizado dois séculos atrás por Tobias Peucer, defendendo em 1907 a sua tese de doutorado sobre jornalismo na Universidade de Munster. Pouco depois, ele seria chamado a dirigir o Instituto de Jornalismo na Universidade de Munich, convertendo-se, em 1924, no primeiro catedrático alemão de *Zeitungswissenschaft*. Tais ações fizeram reviver os estudos jornalísticos na Universi-

dade de Leipzig, agora sob a liderança de Karl Bucher, que retornara da Suíça, instalando naquela cidade, em 1916, o primeiro instituto universitário de ciência da imprensa. (Nixon, 1963).

Se tal desenvolvimento opera-se de modo tranquilo na Europa, como fruto de uma consciência corporativa partilhada por lideranças empresariais e trabalhistas, tendência distinta vai ocorrer nos Estados Unidos. A iniciativa pioneira do General Lee, fundador do curso de jornalismo do Washington College, encontra resistências no seio da corporação profissional. O segmento que ingressara na profissão, sem preparação prévia, cultivaria explicitamente um sentimento de “afetado desprezo” pela educação superior. (Rizzini, 1953)

Defendendo a tese da inutilidade das escolas de jornalismo, Frederic Hudson, diretor do *The York Herald* sentenciava: “o único lugar onde alguém pode aprender jornalismo é a redação de um grande jornal”. O discurso representativo dessa corrente foi explicitado pelo escritor John Dillon: “Nós, jornalistas, estamos firmemente convencidos de sermos como os poetas: *born not made*” (Rizzini, 1953).

Caberia a Joseph Pulitzer, diretor da cadeia jornalística liderada pelo *New York World*, dar rumo distinto à contenda, lançando a tese oposta. Ela foi assim resumida por Rizzini (1953): “Pulitzer (...) afirmou ser naturalmente a redação o lugar indispensável à formação profissional do jornalista, como o hospital à do médico e o foro à do advogado. Mas o médico e o advogado não encetam a prática sem passar antes pelos bancos das faculdades. Por que só o jornalista é dispensado de saber a sua teoria ou de saber alguma coisa?”

O contexto em que se desenvolve a polêmica norte-americana em torno da validade

de se formar jornalistas nos bancos universitários tem como pano de fundo o sentimento de desconforto da sociedade civil no tocante à exacerbação do sensacionalismo da imprensa. Essa conjuntura foi excepcionalmente resgatada por Orson Welles no magnífico filme *Cidadão Kane* (Emery, 1954 e Wainberg, 1997) que está à disposição dos jovens estudantes de comunicação em qualquer locadora de vídeo.

Redimindo-se, em certo sentido, das responsabilidades pelo cultivo do sensacionalismo, até então compartilhado por suas empresas, Joseph Pulitzer lidera a ala dos donos de jornais que se comprometem com a melhor qualificação dos profissionais da notícia, dando-lhes embasamento humanístico. Para tanto, ele anuncia a doação de dois milhões de dólares à universidade que se compromettesse a educar adequadamente os jovens jornalistas. As negociações iniciais foram feitas com a Universidade de Havard, mas não houve entendimento porque o Reitor Eliot propôs um currículo que privilegiava os assuntos “técnicos” em detrimento dos “intelectuais”.

Em face disso, Pulitzer resolve expor publicamente suas idéias sobre o ensino de jornalismo, publicando em 1904, na revista *North American Review*, seu célebre ensaio “The College of Journalism”.

A tese defendida era a seguinte: “Nada de ensinar tipografia ou gerência, nada de reproduzir com triviais variações o curso de uma escola comercial. Isto não é de âmbito universitário! A idéia é a de trabalhar para a comunidade, e não para o comércio, e não para o indivíduo, mas unicamente para o público. A Escola de Jornalismo deve ser, no meu conceito, uma escola não-comercial e mesmo anti-comercial. Deve exaltar os princípios, o conhecimento e a cultura às expensas do negócio, se necessário. Deve construir ideais, mantendo a contabilidade no seu lugar, e fazer da alma do jornalista a alma do jornal.” (Rizzini, 1953)

A polêmica sobre a natureza do ensino de jornalismo incendiou corações e mentes na sociedade norte-americana, há um século, produzindo dois modelos acadêmicos: a *escola de graduação* – implementada em 1908 pela Universidade de Missouri- e a *escola de pós-graduação* – adotada a partir de 1912 pela Universidade de Columbia (que acabou sendo beneficiária da doação milionária de Pulitzer).

A primeira pretende formar repórteres para a pequena imprensa, tanto assim que criou um jornal-laboratório – *The Daily Missourian*– com circulação diária na comunidade que circundava a cidade universitária, sob a tutela dos seus professores e alunos. A segunda se destina a preparar editores e analistas para a grande imprensa, recrutando estudantes que tivessem formação prévia em outros campos do conhecimento. (Marques de Melo, 1973)

## Contexto latino-americano

Pouco mais de meio século também vai separar a América Latina das iniciativas pioneiras que, nos Estados Unidos, se destinavam a formar academicamente os profissionais para a mídia impressa. Apesar dessa defasagem temporal, é preciso reconhecer que as nossas elites sempre estiveram antenadas em relação às polêmicas jornalísticas cultivadas pelos centros metropolitanos.

Evidência disso é a difusão precoce das primeiras reflexões européias sobre o fenômeno informativo, propiciadas pelo *Correio Braziliense*, periódico editado em Londres por Hipólito José da Costa, mas que circulou clandestinamente em território luso-brasileiro durante o período 1808-1822. Nas primeiras edições do seu jornal paradigmático, o patrono da imprensa brasileira traduzia artigos sobre a questão da

liberdade de imprensa de autoria do teórico alemão Johann Freidrich Benzenberg.

O fluxo dessas idéias procedentes d' além mar parece ter sido contínuo durante todo o século XIX, faltando naturalmente desvendar a sua trajetória, tarefa que começa a sensibilizar alguns pesquisadores da nova geração de *scholars* latino-americanos. Exemplo concreto é o de Marialva Barbosa (2000), da Universidade Federal Fluminense, que procurou iluminar o processo de legitimação profissional dos jornalistas no Brasil, através do seu alentado estudo sobre as relações entre imprensa, poder e público na conjuntura transicional entre o século XIX e o século XX.

A pesquisadora brasileira resgata com nitidez o *locus* da formação intelectual daquela geração de jornalistas que fez a travessia da imprensa “artesanal” para o jornalismo “empresarial” (Werneck Sodré, 1966). Ela descreve abundantemente o papel desempenhado pelas faculdades de direito como celeiro em que as emergentes empresas jornalísticas colhiam jovens intelectuais, vocacionados para o exercício da comunicação pública, habilitando-os a desempenhar funções informativas ou opinativas no interior das próprias redações. Era tamanho o trânsito desses bacharéis entre as “arcadas” e os “jornais” que algumas faculdades cariocas introduzem nos respectivos programas de ensino disciplinas complementares sobre texto, com a finalidade de ampliar as chances dos seus alunos, na disputa por ocupações extra-jurídicas. (Barbosa, 2000)

A hegemonia desses “bacharéis” no exercício de funções redacionais os transforma numa espécie de casta dentro das nascentes empresas jornalísticas. Cria-se um antagonismo latente entre os “redatores” e os “repórteres”, figurando estes últimos como segmento subalterno, recrutado nas camadas médias da sociedade, mas carente de formação superior.

Quem percebe com clareza essa contradição, identificando uma espécie de “luta de classes” no interior das redações dos jornais, é o fundador da Associação Brasileira de Imprensa, Gustavo de Lacerda. Sua plataforma para a criação de uma entidade capaz de fortalecer e preservar os interesses dos profissionais da imprensa contempla particularmente as agruras enfrentadas pelos catadores de notícias nas ruas –os repórteres–, contingente a que ele próprio pertencia.

Gustavo de Lacerda foi um visionário, nutrindo idéias políticas que o estigmatizaram no interior da corporação jornalística. De tal modo era o preconceito por ele enfrentado junto aos seus colegas de profissão que sua iniciativa de fundar uma sociedade para a defesa da categoria quase não encontrou eco.

Foi justamente com a intenção de neutralizar o conflito profissional entre os “repórteres”, originários das classes médias, e os “redatores”, recrutados entre os intelectuais que possuíam raízes familiares nas classes superiores (fazendeiros e comerciantes), que Lacerda imagina a sua *Casa do Jornalista*, abrigando não apenas um *Clube de Repórteres*, mas principalmente uma *Escola de Jornalismo*. Esta última tem a finalidade precípua de oferecer oportunidades de crescimento intelectual aos jovens que labutavam nas ante-salas das repartições públicas ou nos becos e periferias urbanas, à cata de fatos noticiáveis, que tomavam forma jornalística através da pena aristocrática dos bacharéis-redatores.

Ele pretendia solucionar o descompasso entre as duas equipes –a do gabinete e a das ruas– assegurando aos repórteres um lugar onde pudessem crescer educacionalmente. E não esqueceu de incluir, entre os objetivos da associação fundada no dia 7 de abril de 1908, o compromisso de “habilitar, por meio de título de capacidade intelectual e moral, o pretendente a colocação no jornalismo”. (Morel, 1985: 23).

## Antecipações brasileiras

Gustavo de Lacerda faleceu precocemente, não testemunhando a germinação de suas idéias inovadoras. Ele, contudo, iria comprometer seus companheiros de geração, motivando-os a implementar as teses que partilhavam coletivamente. Essas teses foram fortalecidas, pouco a pouco, eclodindo no projeto de Escola de Jornalismo aprovado pelo Primeiro Congresso Brasileiro de Jornalistas, reunido na cidade do Rio de Janeiro, em 1918 (Dunshee, 1938).

Compulsando os documentos relacionados com aquele evento precursor, Victor de Sá (1955), um dos historiadores do associativismo jornalístico brasileiro, descreve o modelo concebido pelos sucessores de Gustavo de Lacerda:

A Escola de Jornalismo, que não queria ser oficial, que não faria doutores nem bacharéis, mas que se propunha unicamente a propinar a seus alunos o ensino das matérias julgadas essenciais à prática da profissão, cuidando da cabeça e das mãos dos estudantes, com a teoria da ciência necessária e a prática das artes de gravar. Ao lado do programa das aulas do curso teórico propriamente dito, a Escola ministraria o ensino prático. Seria, então, fundado o *jornal* para os alunos e na redação e nas oficinas dessa folha iriam os estudantes desenvolver praticamente a sua força na sintaxe e na ortografia da língua. O *jornal* seria a escola de aplicação, onde os alunos completariam os seus estudos, redigindo reportagens, que poderiam ser mundanas, artísticas, policiais ou sociais, escrevendo artigos de política e finanças, com orientação própria ou ditada pelo professor, fazendo crítica de música, pintura, teatro e letras, conforme o adiantamento no Curso regular da Escola.

Qual a inspiração educacional dos autores daquele projeto? Eles estavam embasados



em “idéias colhidas nas organizações norte-americanas”.

Revisando cuidadosamente as fontes intelectuais brasileiras a respeito da formação dos jornalistas percebe-se que a nossa vanguarda manteve-se sintonizada não apenas com os modelos norte-americanos, mas também acompanhou o desenvolvimento dos padrões europeus do ensino de jornalismo.

## Pioneirismo argentino

Tentativas semelhantes àquela ocorrida no Brasil, sob a égide da principal instituição corporativa dos jornalistas, certamente ocorreram em outros países da América Latina. Mas o fato é que o pioneirismo latino-americano na criação de cursos superiores de jornalismo sem dúvida coube à Argentina.

A ideia de criar uma Escola de Jornalismo foi lançada em 1901, durante o I Congresso da Imprensa Nacional, por estadistas do porte de Estanislao S. Zeballos e Manuel Carlés, apoiados pelos diretores dos principais jornais de Buenos Aires – *La Prensa* e *La Nación* (Valmaggia, 1958). Tal como iria acontecer com o projeto brasileiro, já referido, a iniciativa Argentina permaneceu letra morta durante três décadas.

Tanto num país como noutro as condições peculiares ao cenário sociocultural ainda não se mostravam favoráveis a inovações dessa natureza. Elas foram antecipadas por intelectuais vanguardistas, sem que as instituições existentes lhes atribuíssem legitimidade pública. Os fatores capazes de transformar as idéias em fatos concretos são aqueles resultantes da diversificação das indústrias culturais, alterando as rotinas produtivas e demandando profissionais capacitados para o exercício dos novos ofícios midiáticos. Isso somente viria a ocorrer no início da década de 30.

A ofensiva argentina tornou-se emblemática, mobilizando diferentes atores da sociedade civil, notadamente as entidades gremiais e a igreja católica.

O deslanchar do processo coube ao Círculo de Jornalistas da Província de Buenos Aires que celebra convênio com a Universidade Nacional de La Plata, em setembro de 1933, para ministrar “cursos e conferências de formação e aperfeiçoamento destinados aos jornalistas”. Deste acordo com a universidade pública nasceu a Escola Argentina de Jornalismo, inaugurada em 27 de abril de 1934, oferecendo cursos ministrados por eminentes jornalistas e humanistas, entre eles Manuel Eliçabe, Arturo Capdevila, Pedro Enrique Ureña, José Maria Ots, José Oría e Manuel Pinto. (Santamaria, 1947)

Quase simultaneamente, cria-se na cidade de Buenos Aires uma escola de jornalismo de inspiração católica, por iniciativa do abade Zacarias de Vizcarra. Inaugurada no dia 25 de maio de 1934, sob a denominação de Instituto Grafotécnico, essa instituição contaria com o respaldo da Obra de São Paulo, vindo a ser posteriormente reconhecida pelo Ministério da Educação, como parte de um complexo de ensino superior que inclui escolas de literatura, cinema e teatro. (Valmaggia, 1958)

Trata-se, portanto, das duas escolas pioneiras da América Latina: a de La Plata organizada segundo os padrões acadêmicos vigentes na época<sup>11</sup> e a de Buenos Aires caracterizando-se como modelo nitidamente profissional.

A terceira escola implanta-se na cidade do Rio de Janeiro, integrada à Universidade do Distrito Federal, sob a égide intelectual do jornalista Costa Rego, então redator-chefe do jornal *Correio da Manhã*. Desafortunadamente, a primeira escola brasileira teve duração efêmera, funcionando apenas de 1935 a 1939. Ela desapareceu com

a própria universidade que a abrigava academicamente, extinta pela ditadura de Getúlio Vargas, no auge do movimento autoritário que marcou aquela conjuntura da vida política brasileira. (Marques de Melo, 2003b). Somente em 1947, no auge da redemocratização nacional, que coincidiu com o fim da Segunda Grande Guerra, o Brasil teria sua primeira escola permanente de jornalismo, mantida pela Fundação Cásper Líbero, em convênio com a Pontifícia Universidade Católica de São Paulo.

Ainda na década de 30, cria-se no México uma escola destinada a abrir as portas da atividade jornalística às mulheres. Ela foi instituída em 1936 pela Universidade Feminina do México. (Valmaggia, 1958). Contudo, seu impacto foi neutralizado pela hegemonia masculina então predominante na sociedade mexicana. Como explica Baldívia (1981): o “peso e prestígio” dessa escola “nunca foram importantes”, pois “o jornalismo era visto naqueles anos como uma profissão facultada apenas a varões agressivos, com iniciativa e faro”, sendo inconcebível o “reconhecimento profissional de jornalistas diplomadas por uma universidade feminina privada”.

Depois da Argentina, Brasil e México, a educação superior dos jornalistas começa a ser desenvolvida em Cuba (1942), Equador e Peru (1945), Chile e Venezuela (1947), Colômbia (1949). Os demais países latino-americanos somente ingressariam nesse território, na segunda metade do século.

## Conjuntura histórica

Quais os traços definidores da conjuntura em que as universidades abrem suas portas ao campo da comunicação na América Latina?

O triunfo do cinema e o despertar do rádio ameaçavam usurpar a hegemonia que

a imprensa desfrutara durante todo o século XIX. A crise do capitalismo e o acirramento da luta de classes demarcavam o apogeu do jornalismo no interior da comunicação de massas.

Surgiam evidentemente atividades conexas, destinadas a corresponder às funções comunicacionais perfiladas pelos novos segmentos da sociedade de massas que se foi construindo durante o século XX.

A *cinematografia* preenchia o imaginário da classe média, que passava a dispor de momentos de ócio, antes privilégio da burguesia, desejando produtos ficcionais menos cifrados que as obras literárias. Tanto aquelas disseminadas sob a forma de livros quanto as difundidas em capítulos nas revistas especializadas ou nos suplementos culturais dos jornais diários.

O *radialismo* se convertia em câmara de eco das manifestações típicas da cultura popular urbana, potencializando a difusão da música produzida pelas nossas camadas subalternas, como o tango argentino, o samba brasileiro, o bolero cubano ou a guarânia paraguaia.

A *publicidade* deixava de ser mero instrumento do varejo mercadológico, convertendo-se em alavanca do consumo artificial. Os anunciantes pretendiam abocanhar a poupança doméstica, seduzindo fatias do proletariado que se deixavam iludir pela ascensão social através da posse de produtos industriais, duradouros ou descartáveis.

As *relações públicas* despontavam como artifício retórico capaz de persuadir os formadores de opinião pública no sentido de reter imagens positivas e conceitos abo-

nadores, tanto de personalidades e companhias, quanto de governos ou instituições sociais.

Se o *jornalismo* permanecia caudatário das aspirações informativas das elites cultas, os novos segmentos da comunicação massiva voltavam-se para as classes emergentes.

Talvez por isso mesmo é que a atividade noticiosa, ramo secular da comunicação pública, cultivada ainda sob a égide dos padrões literários, tenha encontrado mais facilidade para ser admitida no olimpo acadêmico. As modernas profissões midiáticas, então em sua fase embrionária, somente encontrariam abrigo no espaço universitário durante a segunda metade do século passado, mesmo assim enfrentando resistências e preconceitos.

## Expansão e ampliação

Nas últimas cinco décadas do século XX, verificou-se um crescimento acelerado nesse campo universitário. No início dos anos 50, já existiam 13 instituições dedicadas à formação de jornalistas. Esse número mais do que triplica, perfazendo o total de 44 escolas em 1960. Em tal conjuntura, que reflete a sedimentação das indústrias midiáticas na região, as pioneiras escolas de jornalismo são ampliadas para constituir faculdades de comunicação social. Essas novas instituições passam a abrigar também as novas carreiras de publicidade, relações públicas, cinema, rádio, televisão, editoração etc. A partir de então, o número de universidades que oferecem estudos comunicacionais cresce duas vezes em cada década: em 1970, já existiam 81; e em 1980 registrava-se o total de 163. (Nixon, 1981)

No final do século passado, as carreiras de comunicação, em todo o subcontinente sul-americano, aproximavam-se do milhar. Metade desses cursos localiza-se em território brasileiro. Em 2001, o Brasil registrava o funcionamento de 525 carreiras de graduação, sendo 40% de publicidade, 35% de jornalismo, 14% de audiovisual (rádio, TV, cinema e vídeo), 8% de relações públicas e 3% de produção editorial/cultural. (Caldas, 2003)

Mas o sistema educacional não se limita à formação profissionalizante, em nível de graduação, incluindo, a partir dos anos 60, programas de pós-graduação. Estes passaram a diplomar mestres e doutores, vocacionados tanto para o exercício da docência universitária quanto para as tarefas de investigação científica, valorizadas pouco a pouco.

Se durante as décadas de 40-50-60, as nossas instituições de ensino superior recrutam docentes para as carreiras de comunicação no mundo do trabalho, valorizando o potencial acadêmico daqueles profissionais experientes que tivessem capacidade de reflexão sobre os ofícios praticados, nas três últimas décadas vem prevalecendo o fluxo *interna corporis*. Os jovens professores de comunicação são geralmente os egressados das próprias carreiras em que estudaram, muitos deles habilitados à docência através de cursos de pós-graduação.

Como conseqüência, foi-se instituindo uma espécie de “gueto acadêmico”, representando o distanciamento das nossas escolas de comunicação em relação às demandas do mercado de trabalho. É verdade que vários docentes tiveram prévias experiências em organizações comunicacionais, públicas ou privadas, como profissionais ou estagiários. Dispunham-se naturalmente a regressar à academia para socializar o conhecimento acumulado na prática e as reflexões teóricas geradas no embate entre

o saber e o fazer. Mas é também verdade que vem se impondo, em muitos países, o recrutamento puro e simples de novos professores no exército de reserva dos recém-formados. Estes geralmente reproduzem em sala de aula conteúdos assimilados de forma abstrata, sem a preocupação de confrontá-los com a realidade cotidiana dos ofícios midiáticos, em constante mudança e transformação.

Tal deficiência cognitiva poderia ser compensada se os novos professores tivessem a chance de vislumbrar o universo comunicacional onde deverão atuar seus educandos, através dos estudos e pesquisas prescritos nos programas de pós-graduação em que devem compulsoriamente se engajar para adquirir titulação reconhecida. Contudo, a maioria se vem frustrando na expectativa de recuperar o horizonte perdido, pois os programas de mestrado e doutorado da nossa área de conhecimento, com raras exceções, estão impregnados por uma lógica extra-comunicacional, quando não se revela anti-comunicacional. Isso decorre do reboquismo teórico e metodológico neles imperante, subordinando-se à agenda acadêmica das ciências sociais, campo em torno do qual temos gravitado acriticamente nos últimos decênios.

Venho insistindo nessa problemática, ao longo das minhas intervenções nos congressos latino-americanos de comunicação, compartilhando as angústias acumuladas no diálogo com as novas gerações, que demonstram fascínio pelo *fazer* midiático, mas que se revelam descontentes em face do antagonismo ou do descompasso que identificam no *saber* midiático disseminado pela academia.

Volto a bater nessa tecla justamente pela expectativa de superação dos impasses que nos atrapalham e nos fazem patinar em terreno pantanoso.

Não vejo alternativa senão nos debruçarmos sobre o ideário daqueles que construí-

ram o nosso campo, ao longo do século XX, nutrindo projetos utópicos, que foram sendo mutilados por conjunturas desfavoráveis, mas que permanecem válidos, podendo ser revigorados em função das demandas dos tempos presentes, arejados pela democracia.

## Referências bibliográficas

ABRANCHES, DUNSHEE. (1938). *A Fundação Gustavo de Lacerda: reminiscências dos primeiros dias*. Da Associação Brasileira de Imprensa Rodrigues & Cia, Rio de Janeiro.

BALDIVIA, JOSÉ. (1981). “La formación de los periodistas en México”. Em CEES-TEM- *La formación de los periodistas en América Latina*. Nueva Imagen, México.

BARBOSA, MARIALVA. (2000). *Os Donos do Rio: imprensa, poder e público*. Vício de Leitura, Rio de Janeiro.

CALDAS, GRAÇA. (2003). “Ensino de Comunicação no Brasil: panorama e perspectivas”. Em PERUZZO CICILIA; SILVA, ROBSON BASTOS DA SILVA. *Retrato do Ensino em Comunicação no Brasil*. INTERCOM, São Paulo.

CASASÚS, JOSEP MARIA. (1990). “Estudi introductoris a la primera tesi doctoral sobre Periodisme”. *Periodística*, 3. Societat Catalana de Comunicació, Barcelona. p. 9-29.

DENNIS, EVERETTE; WARTELLA, ELLEN. (1996). *American Communication Research: The Remembered History*. LEA, Mahwah, New Jersey.



EMERY, EDWIN. (1954). *The Press and America*. Prentice Hall, Inc, Englewood Cliffs. (Tradução brasileira: *História da Imprensa nos Estados Unidos*. Editora Lida-dor, Rio de Janeiro, 1965, Vide o capítulo 19. Jornalismo Sensacionalista. pp. 447-482).

GUILLERMO, GUADALUPE; PAMELA VESTFRID. (2004). “Los setenta años de la Facultad de Periodismo y Comunicación Social de la Universidad Nacional de La Plata”. Em *Ofícios Terrestres*, n. 15/16. Facultad de Periodismo y Comunicación So-cial de la Universidad Nacional de la Plata. pp. 195-203.

KUHN, THOMAS S. (1962). *The Sctructure of Scientific Revolution*. University of Chicago Press, Chicago.

MARCOS, LUIS HUMBERTO. (1987). “Portugal, primeiro a inovar, último a for-mar”. Em *Revista Brasileira de Ciências da Comunicação*, 57. INTERCOM, São Pau-lo. pp. 115-118.

MARQUES DE MELO, JOSÉ. (1971). *Comunicação Social: Teoria e Pesquisa*. Vozes, Petrópolis.

(1973). “Pós-graduação nos Estados Unidos: experiências aplicáveis às escolas de jornalismo e comunicação da América Latina”. Em *Revista da ABEPEC*, 2. pp. 11-36.

(1998). *Teoria da Comunicação: Paradigmas Latino-Americanos*. Vozes, Petrópolis.

(2003). “Descompasso histórico”. Em *Jornalismo Brasileiro*. Sulina, Porto Alegre.

(2003b). *História do Pensamento Comunicacional*. Paulus, São Paulo.

MATTELART, ARMAND; MICHELE MATTELART. (1995). *Histoire des Théories de la Communication*. La Decouverte, Paris.

MCLUHAN, MARHSALL. (1962). *The Gutenberg Galaxy – the making of the typographic man*. University of Toronto Press, Toronto (tradução brasileira: *A Galáxia de Gutenberg*, São Paulo, Nacional, 1972).

MOREL, EDMAR. (1985). *Trincheira da liberdade: História da ABI*. Record, Rio de Janeiro.

NIXON, RAYMOND. (1963a). *Análisis sobre Periodismo*. CIESPAL, Quito.

(1963b). *Investigaciones sobre Comunicación Colectiva*. CIESPAL, Quito.

(1981). *Education for Journalism in Latin America*. Minnesota Journalism Center, Minneapolis.

PEUCER, TOBIAS. [1690]. “Os relatos jornalísticos” (tradução brasileira de Paulo da Rocha Dias). Em *Comunicação & Sociedade* (2000), 33. Editora UMESP, São Bernardo do Campo.

QUINTERO, ALEJANDRO P. (1994). “A Revolução da Impressão”. Em *História da Imprensa*. Planeta, Lisboa.

RIZZINI, CARLOS. (1953). *O ensino de jornalismo*. MEC, Rio de Janeiro.

SÁ, VICTOR DE. (1955). *Um repórter na ABI*. Editora A Noite, Rio de Janeiro.

SANTAMARIA, CLEMENTE. (1947). *Manual de Periodismo*. Editorial Pan Americana, Buenos Aires.

SCHULZE, INGRID. (1994). “A imprensa na Alemanha”. Em QUINTERO, ALJANDRO P, *História da Imprensa*, Planeta Editora, Lisboa.

VALMAGGIA, JUAN. (1958). *Amérique Latine, La formation des journalistes*. UNESCO, Paris.

WAINBERG, JACQUES. (1997). *O Império das Palavras—Estudo comparado dos Diários Associados de Assis Chateaubriand e Hearst Corporation, de William Handolph Hearst*. Edipucrs, Porto Alegre.

WERNECK SODRÉ, NELSON. (1966). *História da Imprensa no Brasil*. Editora Civilização Brasileira, Rio de Janeiro.

# I INVESTIGAR LA COMUNICACIÓN Y FORMAR COMUNICADORES EN AMÉRICA LATINA HOY

## Una conversación con Jesús Martín Barbero

I William Fernando Torres

A sus 75, Jesús Martín Barbero sigue en la batalla. En el pasado 2012, insistió primero en que los colombianos necesitábamos “un Museo Nacional en el que fuera posible la experiencia del duelo colectivo sin la que este país no podrá tener paz”. Poco después, en el Congreso Colombiano de Historiadores, añadió: “lo que estamos necesitando no es un pasado en el que refugiarnos nostálgicamente sino un pasado que

desestabilice el presente resignificándolo”, un pasado que rompa su autismo. Por esta razón propuso que su enseñanza pusiera “el presente en historia”.

Para practicar esa consigna, en 2013, asistió al juicio que la Procuraduría de la Nación abrió contra Hollman Morris, el director del Canal Capital -la televisora pública de Bogotá-, por el detrimento del patrimonio colectivo en que habría incurrido al autorizar transmitir en vivo y en directo el único concierto que el *beatle* MacCartney ha dado en Colombia, con el fin de que lo disfrutaran los habitantes de las diversas regiones del país adonde llega su señal.

En este debate, el profesor argumentó que los medios públicos deben comunicar a todos los colombianos, garantizarles acceso –en este caso- a las expresiones artísticas del planeta para propiciar sus nuevos modos de estar juntos y de integrarse al país y al mundo. Además, consideró a estos modos de estar juntos como un patrimonio democratizador. Pero uno que no cabe en la contabilidad de quienes usan su poder para cobrar diferencias ideológicas.

Conversar con él es seguirlo en una exploración en la que se interna en las selvas y ríos de su vasta memoria y de la que a menudo regresa con un brillante pescado que ilumina el sentido del relato que viene tejiendo. A veces, de pronto calla –como si estuviera armando una compleja conexión mental-, se para repentinamente de su silla para sacar de los estantes de su biblioteca uno de los últimos textos que lo han entusiasmado. Luego, comparte algunos párrafos con voz enfática, conmovida. El viejo profesor revela así nuevas percepciones, plantea preguntas, incita a intervenir. Cuando se sale de su casa, muchos tenemos la sensación de que debemos volver a rearmar el rompecabezas con el que hemos intentado comprender y transformar el mundo.

Por fortuna, al lado de sus batallas por la memoria, la historia y el acceso a la información, ahora Jesús Martín Barbero habla más de sí. En ocasiones narra la infancia en la España franquista, habla de su pasión por el fútbol y el Atlético de Madrid, y –cómo no- de los anarquistas con los que compartió la adolescencia y que todavía le envían mensajes por los “caminos del agua”.

También recuerda la movilización cultural de los tempranos sesentas en Colombia que le quitó toda solemnidad a la poesía y la puso a hablar en cotidiano. Pero que, además, aprendió de Marta Traba las posibilidades expresivas de la vanguardia artística, descubrió el desigual país que revelaba Camilo Torres, y se movilizó con la teología de la liberación o las insurgencias armadas que daban sus primeros pasos. A veces menciona su trabajo, a finales de los años sesenta, con exiliados brasileños en Europa. En suma, habla de sus militancias vitales, aquellas en las que andaba antes de pasar “de la filosofía a toparse con la aventura de la comunicación”.

El propósito de esta entrevista fue el de explorar sus militancias desde entonces. Por esto tocamos algunas de las transformaciones del continente durante el último medio siglo y los debates sobre comunicación que se dieron durante el periodo, para acercarnos al proyecto intelectual que ha ido construyendo y escuchar sus reflexiones actuales<sup>12</sup>.

*Estás a punto de cumplir cincuenta años recorriendo y cartografiando a América Latina, ¿cómo viniste a parar aquí y te quedaste medio siglo?*

Es una larga historia. En la primera venida, en el 63, en realidad era un españolito aburrido con el tipo de vida que podía llevar en la España franquista y, por tanto,

estaba buscando horizontes distintos. Mientras esperaba una beca para realizar un postgrado en filosofía en París, un amigo me propuso que viniera, que en Colombia estaban necesitando profesores de filosofía. Me vine sin tener para nada conciencia de lo que significaba abandonar una España encerrada en sí misma y llegar a un país que hacía parte de un mundo que, descubriría después, se llamaba, sonaba y sabía a Macondo. Por supuesto, Macondo no habla de todo el mundo que es América Latina pero tiene mucho que ver con la América Latina que yo encontré *desde* Colombia.

Claramente escogí América Latina, no tanto Colombia. Colombia fue el país que me sirvió para arrancar. Por eso el día en que la Cancillería me dio la nacionalidad dije en mi discurso: “¡Gracias Colombia, por haberme hecho latinoamericano!”. A mí Colombia me abrió a este mundo -que en realidad ha sido el horizonte de mi vida y mi pensamiento-, pero en el que de alguna manera no me fue fácil abrirme camino; ni en el primer viaje ni en el segundo.

A finales del 68, marché a Bruselas a trabajar con una asociación que habían organizado los brasileños exiliados en Europa y en la que querían agrupar a los estudiantes latinoamericanos que estaban en Europa para que hicieran las tesis sobre sus países y no sobre los temas de sus profesores franceses, alemanes, italianos, españoles, etc.

En este segundo viaje, no me quedé en París –donde estaba escribiendo la tesis de mi doctorado-, sino que regresé a América Latina, para asombro de mis amigos franceses. Ellos me hicieron la pregunta del millón: por qué me volvía a Colombia teniendo posibilidades de quedarme en Europa. Les dije: porque dicen aquí que los europeos los descubrieron, pero es allí donde siguen descubriendo y, sobre todo, siguen inventando. Allí se puede crear de cero, aquí está todo hecho; porque para cambiar cualquier cosa, como quitar un ladrillo, significa tumbar todo el edificio.

Allá no, allá todavía se puede soñar.

Estaba muy marcado por la lectura de *Cien años de soledad*, que tardé en leerlo como un libro que tenía que ver con la historia de Colombia, porque para mí fue la historia de América Latina que era otra cosa. Entonces te diría que vine a parar aquí, en primera medida, buscando escapar del franquismo, de la estrechez mental, cultural, religiosa... Luego, cuando me di cuenta de que quería regresar a Colombia, descubrí que estaba América Latina... y una mujer.

*¿Qué planes tenías en América Latina?*

Nunca les había dado forma porque la forma del deseo es muy extraña. En realidad yo volvía con un proyecto de hacer filosofía “desde América Latina”. Pero en los primeros meses de mi vuelta, en el primer semestre del 73, no hubo universidad, ni pública ni privada, donde pudiera contar a Merleau-Ponty y Paul Ricoeur, que eran los dos ejes con los que quería arrancar. En el fondo, era una concepción de enseñanza de filosofía que venía, por un lado, de Merleau Ponty -que fue el primer filósofo moderno que puso en serio el cuerpo en el eje de la mirada filosófica: el cuerpo propio, la expresión, la mirada, el gesto-, y por otro lado, venía de Paul Ricoeur que puso el relato.

No pude enseñar lo que quería pero Macondo apareció ahí mismo en una facultad de comunicación de una universidad privada (que no había sacado su primer egresado todavía, y que -según su rector de entonces- era una universidad para clase media, mediana y mediocre). Allí estaban juntas gentes de izquierda, de menos de izquierda y hasta de derecha. Allí, por ejemplo, un ex jesuita enseñaba filosofía oriental –filosofía oriental Krishnamurti-, y había otra serie de gente rara que ense-



ñaba epistemología con textos de Stalin.

Ellos no tenían casi bibliografía para lo que querían hacer, y yo llegaba con unos cuantos baúles donde estaban libros de Barthes, Morin, Eco, Foucault, Metz, que eran una novedad, y con los que organicé el primer curso de semiótica que se hizo en Colombia (al poco tiempo llegó Giorgio Antei a enseñar semiótica del teatro en la Nacional). Allí se me abrió un horizonte que ya estaba en mi tesis. Ella trataba sobre las relaciones entre el lenguaje y la acción; su primera parte era sobre el sentido de la acción en el lenguaje; la segunda se centraba en la comunicación y la tercera, en la emergencia del sujeto actor en el lenguaje. En la segunda parte integré los actores básicos del momento: Chomsky, por el lado de la lingüística, con su concepción de la gramática generativa -y no de la palabra y el habla como Saussure-, sino de la propuesta que asume el habla como performance; y por otro, Eliseo Verón, porque tenía amigos argentinos que me hicieron conocer su primer ensayo sobre una visión bastante sociopsicoanalítica de la comunicación.

Esta facultad quería formar comunicadores, pero no como en Estados Unidos, aunque sus profesores más preparados hubieran estudiado allá. Una profesora era antropóloga, otro era historiador. Y aquí apareció la apertura de América Latina: me dejaron hacer lo que quisiera. Es decir, no sólo me nombraron profesor sino que se pusieron a estudiar conmigo para que abriéramos un área de investigación; entonces les propuse que ella tuviera dos semestres de lingüística, dos de semiótica y dos de estética.

Esta área me abrió la posibilidad de investigar -no los medios- sino los procesos de comunicación en las plazas de mercado, en los cementerios, en la carrera séptima entre la plaza de Bolívar y la calle 19, en el centro de Bogotá, y después en la carrera

15 entre la calle 72 y la 100, en el norte rico, para ver cómo la gente usaba la comunicación, para ver su proxemia. Fueron muy tolerantes: me aguantaron que hiciera unos cursos terriblemente filosófico-existenciales, pero sobre todo que la investigación no fuera sobre radio, prensa, o televisión, sino sobre procesos y prácticas cotidianas de comunicación de la gente. Este fue mi aterrizaje en el campo de la comunicación. En este primer trabajo hice una clara toma de posición: señalé el carácter que los medios tenían tanto para los funcionalistas gringos como para los marxistas franceses: el de ser aparatos de estado. Para ambos, los medios eran un superpoder.

Por aquellos tiempos, vino un investigador norteamericano a dar unas charlas en la Universidad de los Andes, en Bogotá, y alguien me comentó que valía la pena conocerlo. Este norteamericano, bastante joven, me dijo algo que se me quedó por toda la vida: “Todos los que crean en el poder omnímodo de los medios, son de derecha, por más izquierda que se crean”.

*Luego te vas de Bogotá a Cali a fundar la primera carrera de comunicación –no de periodismo- en una universidad pública colombiana, en 1977, en la Universidad del Valle. Allá te atraviesa un escalofrío epistemológico cuando descubres las perspectivas de la mirada popular en un cine de barrio donde pasaban La ley del monte un melodramonón mexicano con Vicente Fernandez de protagonista.*

Es muy curioso, pocos meses antes del escalofrío epistemológico, la periodista que dirigía el suplemento literario de *El Pueblo* me hizo una larga entrevista. En ella me salió que el cine fue -en medio del franquismo horroroso-, el único agujero por el que veíamos el mundo. Por el que escapábamos, en el sentido fuerte de la palabra,

pero también en el sentido de liberar la imaginación, la sensualidad. El cine fue para mí realmente ese lugar estratégico de la formación de mi sensibilidad, de la formación incluso de un cierto poeta: me formé con el neorrealismo italiano, aunque viéramos también a Bergman -más filosófico que nadie-, y a la nueva ola francesa que parieron Truffaut y Godard llamándolo “cine de autor”.

En Cali me encuentro una ciudad enamorada del cine. Una ciudad con muchos cineclubes, especialmente el que coordinaba Andrés Caicedo con toda la pandilla de creadores que no eran sólo Luis Ospina y Mayolo. Y esta atmósfera marcó de una manera fuertísima el plan de estudios que estaba organizando. Porque me di cuenta que los muchachos que iban a entrar a comunicación no leían la prensa por insulsa e incapaz, pero, además, porque estaba muy mal, realmente mal escrita, y donde no cabían más que los politiqueros y el morbo. Los muchachos oían mucha radio, pero música, salsa y fútbol.

Lo primero que hice fue trabajar el lenguaje maravilloso de los partidos de fútbol donde un señor narraba la jugada, hacía análisis de los momentos claves e inventaba la publicidad en vivo y directo, diferenciando y mezclando los lenguajes de cada género de manera genial. Ahí me quedó claro que lo que le interesaba a esos jóvenes era el cine y la música. Por eso hice un plan de estudios para que estudiaran los procesos, las prácticas y los medios desde las ciencias sociales, con todo lo que eso significaba: sabía que era muy duro, muy fuerte, pero estaba convencido de que más de la mitad no tenía ni idea de a qué se apuntaba. Los primeros semestres exigían mucho por economía, semiótica y epistemología; pero, después, la otra mitad de la carrera era realmente cine y radio. El cine como medio, como lenguaje, como espacio de liberación y práctica creativa, parió ese plan de estudios.

*Esos jóvenes terminaron contando Cali en Rostros y Rastrros, el primer programa de televisión hecho por una universidad pública en Colombia que tuvo una larga continuidad, entre 1985 y 2000, y una enorme resonancia nacional. ¿Esto tuvo alguna continuidad?*

Sí. De hecho, yo llevaba los programas de *Rostros y rastros* cuando viajaba al extranjero y disfrutaba mucho viendo las caras que ponían europeos y gringos al verlos. Nuestro primer inceso, el primer egresado que recibimos en el programa de comunicación fue Oscar Campo, que se graduó en 1980. Él fue quien puso tanto el nombre como el proyecto e ideó que había que experimentar el documental desde los grandes documentalistas ingleses, desde la memoria del documental en la historia, hasta el surrealismo de Buñuel. Otro egresado de 1984 que vinculamos fue Antonio Dorado que le hizo una gran entrevista a Estanislao Zuleta, el intelectual antioqueño que se asentó en Cali, y que ahora acaba de pasar con éxito en los cines comerciales su documental *Apaporis. Secretos de la selva*.

Hace poco he escrito sobre ellos en una revista muy sui generis de jóvenes caleños que le dedicaron un número a Cali audiovisual. Estos jóvenes me pusieron a hacer un poco de historia sobre nuestro programa de estudios, al porqué estuvo dedicado a la vida cotidiana de Cali desde las plazas, los manicomios, la cárcel, los artistas, la gente que vive en la calle.

Desde entonces siempre le dije a la gente que mirara el contraste y la fusión entre los aspectos más cotidianos de la vida de una ciudad contados en el lenguaje cinematográfico más elaborado del mundo. Esta gente estaba muy adelantada, ya en esos años

había estudiado el cine de Yasugiro Ozu, y mezclaba los lenguajes para contar la vida de una Cali que estaban “reformando” los arquitectos –en la que a veces conservaban alguna pared que les parecía histórica, mientras desaparecían los “viejos” barrios obreros.

*Este proyecto abrió troneras en la concepción del comunicador que tenían las universidades privadas colombianas. ¿Qué había entonces en ellas?*

¡Periodismo, publicidad y relaciones públicas! Esto era adueñarse de dos carreras que ya existían por su cuenta: publicidad y relaciones públicas. El negocio era endosarle a periodismo dos carreras más.

*¿Cómo hiciste para que, a finales de los setenta, te aprobaran una carrera de comunicación en una universidad pública donde las ciencias sociales la desdeñaban y, además, en un país en el que funcionaba un Estatuto de Seguridad que replicaba la doctrina de seguridad nacional norteamericana ya aplicada por los Videla y Pinochet? ¿Cuál fue la reacción de las universidades privadas?*

Esto forma parte del Macondo más Macondo. Un día me llama por teléfono el director del Instituto Colombiano para el Fomento de la Educación Superior, un tipo joven, y me dice que ha leído nuestra propuesta de plan de estudios, que está convencido de que es por ahí, pero que no entiende ni la mitad de lo que escribo, que le escoja tres o cuatro textos claves para que él pudiera defender el proyecto. Estaba muy interesado en que se abriera el programa de comunicación porque la del Valle

era una universidad pública donde estaba convergiendo mucha gente de punta en ciencias sociales del país, como Germán Colmenares, Estanislao Zuleta, Jorge Orlando Melo o Edgar Vázquez, y donde además se enseñaba semiótica literaria y funcionaba la primera maestría en lingüística. Y también me invitó a que estuviera en su oficina por si necesitaba llamarme a defender el plan cuando se reuniera la junta directiva a discutirlo, pero él lo defendió tan bien que salí con el plan de estudios aprobado.

La otra cara fue la de la reacción de las universidades privadas. Ocurrió en el segundo Encuentro Latinoamericano de Escuelas de Comunicación que convocó la Universidad de Lima en 1978 (pues el primero lo hicieron en 1977, en Xochimilco, Héctor Schmucler y un grupo de exiliados con el apoyo de mexicanos). Allá fui a dictar un par de conferencias, y los decanos de periodismo de Colombia se indignaron contra mí porque qué pintaba un extranjero que no tenía ni idea de periodismo, ni representaba al país, hablando en ese encuentro. Me defendió Joaquín Sánchez al decirles que no me habían invitado porque fuera de una escuela de periodismo de Colombia, sino que me habían invitado de manera personal, con nombre y apellido, a dictar las conferencias.

Ellos estaban resentidos conmigo porque había evaluado la propuesta de José de Recassens para la carrera de comunicación de la Universidad Externado de Colombia (con todo el respeto que le tenía porque había participado en la experiencia de radio Sutatenza y, además, por haber sido un maravilloso pedagogo en televisión), y le había dicho que su plan de estudios merecía aprobarse pero no para dar el título de comunicador sino el de administrador de empresas de comunicación, pues era de lo más instrumental. Recuerdo que Recassens respondió entonces: “Nosotros sabemos muy bien qué comunicador hay que formar pues le hemos hecho una encuesta a los

empresarios preguntándoles por el comunicador que necesitan”.

*Estas dos líneas –la instrumental y la experimental, por llamarlas de alguna manera- han continuado enfrentadas en el debate sobre la formación de comunicadores en algunos países de América Latina. Sin embargo, ¿cómo dieron el salto hacia la investigación? ¿Cómo surgió ALAIC?*

La mayoría de la gente que acabó reuniéndose en ALAIC provenía de escuelas de comunicación que, a su manera, habían roto con la visión instrumental (de izquierda o de derecha), aunque quizás no fueran tan explícitos en su plan de estudios y todavía no estuviera claro su objetivo y su sentido. Pues existe producción de sentido cuando hay solidaridad, colectividad, cotidianidad, y no simplemente el acto de estar mirando imágenes, el acto de estar oyendo música o noticias, el acto de estar leyendo.

ALAIC nació en Caracas en 1977 y unos meses después se formó FELAFACS en Lima. En ese momento los exiliados de las dictaduras del sur hicieron un gran aporte. La cantidad de trasplantados que llegaron a diversos países del continente nos dieron muchas lecciones. (En Cali, por ejemplo, conformaron un grupo espléndido: la gente de sociología aprendió con argentinos a hacer sociología política de las elecciones; tuvimos gente clave de sociología de la educación, entre ellos Emilio Tenti, que es hoy uno de los grandes investigadores sobre el tema en Buenos Aires; Lelio Fernández creó la maestría de filosofía política que fue clave para que la hoy universidad ICESI se transformara de un politécnico en una universidad en serio, con una innovadora facultad de ciencias sociales, transdisciplinar en pregrado, y en la que

trabajan en conjunto sociología, antropología y psicología).

En este clima creamos ALAIC. Una organización sin fondos pero que tuvo un pequeño apoyo de la UNESCO para hacer un balance de las investigaciones en Argentina, Chile, Colombia, México, Venezuela a comienzos de los años 80s. Este primer trabajo indagó el papel que los medios habían jugado en el *desarrollismo*. Entonces empezamos a mirar América Latina en su conjunto.

Mi trabajo y mis herramientas se beneficiaron enormemente de lo que ALAIC hizo posible: un permanente encuentro latinoamericano que empezó a madurar un nuevo pensamiento desde diversas disciplinas y desde las más diversas posiciones políticas. El que venía de embriones, como el primero y básico de la teoría de la dependencia, y en la que Paulo Freire fue el que metió la cultura. Él fue realmente la cara filosófico-cultural, fenomenológico-cultural, de la teoría de la dependencia, desde la dimensión menos dependiente y más creativa, porque nos permitió no sólo pensar sino también, en cierta forma, contar América Latina en música, en literatura, en cine. ¡Ojalá hubiéramos tenido tanta creatividad en términos de inventos industriales y tecnológicos!

ALAIC y FELAFACS son complementarios históricamente: surgieron en un momento de exilio y de redescubrimiento de la democracia en América Latina en su mejor sentido, con todas sus variantes. ALAIC hizo posible y sirvió de enlace y puente a todo un movimiento de renovación de las ciencias sociales y de su *mestizaje* con la crítica cultural y estética. En el último periodo, Marques de Melo y Brasil han dado un aporte muy grande: hicieron la revista y lograron que un montón de gente joven pensara en el proyecto social y político de la comunicación en un período en que las escuelas de comunicación entraban en crisis.



*En 1987 propones la categoría mediaciones para posibilitar el salto del análisis de la ideología en los contenidos de los medios, que se venía haciendo, al análisis de lo que hace la gente con ellos. Hoy es un lugar común afirmar que De los medios a las mediaciones produjo un terremoto en la investigación en comunicación y en ciencias sociales en América Latina. ¿Cómo fue ganando resonancia el libro?*

Fue muy complicado, porque durante largos años lo que ese libro me produjo, en Colombia, fueron malentendidos y sinsabores. En Colombia no se hizo ni una sola reseña del libro en alguna revista de Comunicación o Ciencias Sociales. Y además chocó fuertemente con algunos sesudos investigadores que lo tachaban en sus clases de un galimatías diletante. Pasaron más diez años en los que me invitaron de universidades y organizaciones sociales de toda América Latina, de Alemania, España, Inglaterra... pero no de alguna universidad colombiana.

Claro que ese libro estaba escrito más para lectores provenientes de las ciencias sociales que para periodistas o profesores de periodismo y, en todo caso, buscaba poner a los medios en la multiplicidad y complejidad de sus contextos. Entonces, si tú hablabas con un politólogo de aquí, el único medio que existía para él era la prensa; o sea, la cultura escrita. Esto lastró mucho la posibilidad de que los interlocutores colombianos de *De los medios* fueran historiadores, sociólogos o politólogos.

Es un libro con una fuerte carga filosófica, lo que lo colocaba fuera del alcance inmediato de muchos de los profesores de comunicación en América Latina, que por lo general eran periodistas de prensa o radio. Me tocó sufrir la sordera de las ciencias sociales colombianas, con la excepción de dos investigadores de la talla del lógi-

co-matemático Fernando Zalamea, en la Universidad Nacional de Bogotá, y de Germán Rey, el investigador colombiano más reconocido en el campo de las industrias culturales.

*¿Qué carrera hizo la categoría mediaciones?*

Los primeros que la entienden y que me invitan son los historiadores de Buenos Aires, Luis Alberto Romero y Leandro Gutiérrez que, cuando leen ese libro –con una gran sorpresa, como me diría después Luis Alberto– encuentran que lo que ellos venían trabajado sobre cultura obrera del Buenos Aires de los años treinta y cuarenta, estaba ahí. Y estaba la cultura obrera en serio: analizando las formas de comunicación obrera. Recuerdo que la reflexión de estos historiadores fue: “¡quién nos iba a decir a nosotros que alguien del campo de los medios iba a trabajar la mediación histórica de las culturas populares!”

Esto es curioso porque *Latinoamérica: las ciudades y las ideas*, el libro de José Luis Romero –y padre de Luis Alberto–, tuvo una importancia estratégica para *De los medios a las mediaciones* porque me ayudó a pensar su estructura. Es lindo, porque ahora que *Nueva Sociedad* cumple cuarenta años –la revista que tiene una de las memorias más largas sobre América Latina y que está hecha de punta a punta por investigadores latinoamericanos– nos pidió a quince de nosotros que eligiéramos el libro que más o mejor nos había permitido comprender el continente; y yo escogí el de José Luis Romero y lo volví a leer por tercera vez.

Este fue el libro que más me ayudó a pensar *latinoamericanamente* la conformación de las masas urbanas, cómo es que ellas son a la vez conservadoras y revolucionarias, pues lo que quieren no es revolucionar la sociedad en el sentido en que querían los

izquierdistas sino que se les reconozcan los derechos básicos a un trabajo, una vivienda digna, una educación valiosa, y el derecho a sus culturas del fútbol, el tango y el cine. ¡Lo que llamaba pioneramente J.L. Romero “el folclore aluvial”! Y, al ir escribiendo el artículo para *Nueva Sociedad*, descubrí lo avanzados que andan los argentinos que ya han metido en la web un montón de periódicos de los años cuarenta, en los que encontré artículos semanales de José Luis Romero en los que quiere formar a los socialistas en un socialismo no maniqueo, en un socialismo denso de mediaciones. ¡Increíble!

Por estas razones, la primera vez que tuvo resonancia la palabra *mediaciones* como una categoría de pensamiento fue en estos historiadores. La segunda, fue en Barcelona, donde se publicó mi libro en Gustavo Gili, en 1987, en una colección donde la inmensa mayoría de autores eran europeos. Allá fui como catedrático UNESCO a la Autónoma de Barcelona en 1992, y pasó otra cosa muy curiosa: la norma era que el catedrático hiciera un seminario con alumnos de doctorado, pero a mí me llegaron también un buen número de profesores jóvenes y me pidieron hacer un seminario con ellos los lunes de 10 a 1. Incluso venían al seminario profesores de dos Departamentos que se peleaban entre sí todo el tiempo. Entonces me vi al revés: no con la gente que descubre esa categoría sino con gente que la conoce y reconoce pero debatiéndola, porque ya estaba muy influenciada por lo que venía del mundo anglosajón, tanto inglés como norteamericano, en donde las categorías son menos filosóficas y más operativas. El debate fue denso y muy fecundo, me hizo entender qué tipo de contradicciones se generan cuando en una escuela de comunicación hay tanto buenos periodistas como buenos pensadores e investigadores sociales.

La tercera fue unos años después, en el 99 y en Cochabamba, en el primer Encuentro Nacional de Investigadores de la Comunicación en Bolivia, que convocó y coordinó

Erick Torrico. Ahí viví uno de los momentos más gratificantes de mi vida: una generación nueva de profesores que presentaba la *mediación* como la categoría que les permitía pensar latinoamericanamente la comunicación. Una generación joven, no la mía ni la siguiente, sino otra ¡mucho más joven!, y además con una presencia de indígenas enorme, no sólo de Bolivia, sino de Perú y Paraguay.

Fue una especie de declaratoria afirmando que esa categoría permitía construir un pensamiento latinoamericano sobre comunicación, y hecha por una generación con la que no había tenido mucho contacto, lo que me sorprendió aún más. Ese momento en Cochabamba tuvo algo de mágico, que iba mucho más allá de lo meramente personal, y fue el encontrar una generación nueva que, en su propio vocabulario, enunciaba el sentido a la vez más denso y operativo de *mediaciones*. Lo que a su vez les permitía dar cabida a procesos y dimensiones que yo no había pensado a la hora de enunciar esa idea. Y ¡toda esa experiencia fue oral! Pues hubo algunos que lo dijeron en sus ponencias –pero de las que no tuve texto escrito-, y muchos otros en conversaciones conmigo en pequeños grupos en los entretiempos; grupos en los que se mezclaban profesores y alumnos.

*Luego, pasaste de ser constante lector, comentador y prologuista de libros sobre cultura y comunicación en América Latina, de evaluar la investigación sobre el tema y de proponer agendas para cada década, a publicar *Oficio de cartógrafo. Travesías latinoamericanas de la comunicación en la cultura*, en 2002. ¿Para qué hiciste ese libro?*

Hice *Oficio de cartógrafo* para mapear una memoria de la construcción del pensa-

miento latinoamericano en comunicación reconstruyéndola desde la teoría de la dependencia y la lectura ideológica –de Verón y Mattelard- hasta el tránsito al siglo XXI. Sin embargo, no me parece que en las escuelas de comunicación se esté buscando ese sentido “histórico” de los procesos de pensamiento. Qué es lo que buscaba ese libro: ayudar a darnos cuenta de que estábamos pasando no sólo a otro siglo sino a *otro tiempo*, en el que íbamos a necesitar más mapas que nunca antes.

Y ello porque estábamos entrando en un mundo social -globalizado e hiperconectado- en el que las incertidumbres ya no son solamente mentales sino laborales, profesionales, de pareja, de autoridad en la familia y en la escuela. De veras que las incertidumbres son hoy en día tan grandes y fuertes que lo que yo creía que era una necesidad de *mapa* está resultando ser necesidad de un *papá*, o de un *gran papá* ¡ya sea del tamaño del presidente Uribe en Colombia o del Papa católico para esta parte del mundo!

*Si en este momento los mapas con memoria no cuentan mucho en las escuelas de comunicación ¿qué es entonces lo que tiene mayor peso en ellas?*

La tecnología. La hipóstasis de la técnica como el único y verdadero actor. Ya no son los medios. Ahora es otra cosa: la tecnología como clave de la innovación. Pero en la proyección ensoñadora y no en la práctica de muchos comunicadores que es repetitiva e inercial. La técnica parece como hipóstasis de lo más nuevo, de lo innovador por sí mismo, y eso es mentira, pues el computador no opera sólo sino en su *aleación de un cerebro y una información*. En este contexto, las escuelas de comunicación siguen atrapadas por la trampa que me tendió mi buen amigo Recassens: “Nosotros

ya sabemos el comunicador que hay que formar: uno que sepa venderle su oficio a un empresario. Y para eso hoy el saber vital del comunicador es *saber de tecnología*". Punto. O lo que me dijo hace un par de años un estudiante de la Universidad Nacional: "Ya no venimos a estudiar la sociedad colombiana, ahora venimos a estudiar sociología que es una profesión".

Estamos en un momento muy oscuro, muy incierto: el del descaro del capitalismo. Recuerdo la frase que dijo Manuel Castells en la Universidad Nacional, a finales de los noventa, cuando presentamos su libro sobre la era de la información: "Ahora es que vamos a saber qué es el capitalismo. Ahora que se quedó solo en el mundo porque, como bien dijo Marx, el único modo de producción que nació con vocación global, mundial en serio, es el capitalismo".

En las actuales carreras de comunicación no se recuerda a ALAIC y lo que ella significó: que el pensamiento propio sobre comunicación no se formó aisladamente en unos países por separado, sino que ese pensamiento se gestó *latinoamericanamente*, juntando investigadores y estudiosos de muchos países y muchas disciplinas. Y estuvo profundamente ligado a un momento histórico: el momento de recuperación de la memoria, como lo hicieron las madres de la Plaza de Mayo y toda la *literatura* testimonial sobre las dictaduras del sur.

*Sigamos con las carreras de comunicación. De la universidad excluyente pero que le apostaba a leer con rigor los procesos sociales pasamos a otra supuestamente incluyente pero laxa e instrumental. En este último contexto, en muchas de las carreras de comunicación se perdió el horizonte, pues ahora están dedicadas a formar en*

*oficios -como se hacía hace casi ochenta años, cuando se llamaba periodismo-, y a trabajar en islas o feudos académicos. Ahora, cuando sabemos más de los procesos del continente, cuando vivimos la política latinoamericana todos los días, un buen número de escuelas de comunicación forman productores de contenidos atemporales y acríticos y gestores de proyectos sociales que a menudo castran la capacidad de iniciativa política de las comunidades. ¿Qué está pasando?*

Creo que ahora más que nunca los procesos de comunicación están en el ojo de la tormenta, pero de una tormenta que no es tecnológica en términos de aparatos sino de lo que Michel Serres ha llamado *mutación cultural*. Una mutación que tiene su más desconcertante figura en el *mapa genético*: por primera vez en la historia de la humanidad, la evolución, tanto de plantas y animales como de personas, está en manos de los seres humanos, y ello a partir de la emergencia de *otra racionalidad*, de otro tipo de conocimiento al que tenemos que pensar desde la comunicación, una comunicación cada día más ligada a los procesos político-culturales de *reconocimiento*.

*Sobre esto último, ¿cuáles son tus retos ahora que estás pensando sobre la memoria en los museos nacionales?*

Acabo de empezar un seminario atípico en la Universidad Nacional con profesores y alumnos de doctorado en Ciencias Sociales y de las maestrías en Estudios culturales y en Comunicación y medios. Son unas veinticinco personas de tres generaciones con las que estoy tratando de investigar la formación de la cultura nacional en Colombia *en términos de relato nacional*. Pienso que es clave re-pensar qué tipo de me-

moria da lugar a una *cultura común*, como llaman los ingleses, a la cultura nacional. ¿Qué es lo que tenemos en común -como se preguntaba Raymond Williams-, ricos y pobres, letrados e iletrados? Es cada día más importante planteárnoslo porque acabamos de ver a dónde nos está llevando en Colombia el patriotismo nacionalista o el hacer pasar por nacionalismo emancipador un manejo tramposo de la cultura nacional.

En este momento mi papel es el de un viejo que *necesita* hacer memoria, pero sabiendo bien lo mucho que se olvida para poder recordar. Lo que le importa a Colombia ahora es construir una memoria incluyente pero esa sólo puede emerger de una penosa reconstrucción de unas largas memorias excluyentes. Ese es el desafío: hacer memoria incluyente -en el sentido propuesto por Daniel Pécaut-, puesto que lo que este país más necesita no es un mito fundacional sino un relato nacional.

Y ahí resulta metodológicamente estratégica *la polifonía*, porque en la polifonía muchas voces se juntan para hacer algo *en conjunto*, para que se oigan unidas sin que se pierda o aplaste ninguna voz. La polifonía es el milagro de muchas voces construyendo entre todas otro tipo de voz, una voz que emerge de la puesta común de una pluralidad muy diversa. Se pueden convocar memorias muy diversas e integrarlas de manera polifónica; o sea, sin suplantadas o fagocitarlas para acomodarlas al relato oficial. Es lo que ha hecho un valiente libro al que le acabo de hacer el prólogo: *Palabras de mujeres: proyectos de vida y memoria colectiva*, que reúne las experiencias de mujeres ex guerrilleras, ex militares, militantes de muy diversas ideologías y creencias en los recientes procesos colombianos.

Creo que nuestras naciones-estados están viviendo un momento en el que tienen que repensar a fondo eso que hemos llamado nación y cultura nacional. Colombia lo



vivió muy a fondo cuando lo discutió para hacer la Constitución de 1991, metiéndonos, por fin, en la modernidad; esto es, en la doble diversidad de lugares de memoria y de memorias.

Necesitamos de memoria para asumir el momento actual: en el que América Latina -Brasil, Venezuela, Ecuador, Bolivia, Argentina- vive el retorno de la política al primer plano de la escena nacional. Con montones de contradicciones y variedades pero al menos con una circunstancia común: la de la redistribución de la riqueza contra la enorme desigualdad social, y ello no sólo en el publicitado caso de Brasil.

Ahora hay que dialectizar *memoria* con *agenda*. Aquello de lo que vengo y estoy hecho con aquello que voy a hacer mañana y pasado mañana, con el país futuro que queremos tener y debemos, entre todos, hacer. Este es mi reto: tensionar las memorias para que aporten a la construcción de futuro y no quedarnos en la nostalgia quejumbrosa o en la celebratoria. Pues la memoria que se limita a celebrar el pasado, cualquier pasado, resulta catastrófica para construir futuro.

# I TEORÍA Y METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN EN COMUNICACIÓN EN AMÉRICA LATINA:

## ALAIC Y EL DESAFÍO DE LA FRAGMENTACIÓN

I Raúl Fuentes Navarro

La investigación de la comunicación no solo investiga la diversidad, sino que ella misma es sujeto de esta diversidad. Por eso concluimos que a la investigación de la comunicación, a sus autores y autoras, a sus instituciones, a sus asociaciones, les corresponde la responsabilidad moral de abrir fronteras, continuamente, para inter-

pretar la comunicación y, por tanto, la sociedad de nuestro tiempo (Moragas, 2011: 303).

Esta frase, con la que concluye Miquel de Moragas el libro en el que reescribió treinta años después su revisión de las *Teorías de la comunicación. Investigaciones sobre medios en América y Europa* (Moragas, 1981), es claramente consistente con la perspectiva que el investigador catalán adoptó con esa reescritura, proveniente de una dedicada relectura y orientada hacia su trabajo docente: se trata de *interpretar una historia*, no de la comunicación sino de su estudio, que más que una sucesión lineal de avances consiste en un “intertexto”, en un trayecto múltiple en el que “unas teorías se han ido desarrollando por oposición a las otras” y que concibe a las teorías como productos necesariamente *situados*, porque “en cada época histórica, en cada país y en cada región, la investigación recibe demandas sociales distintas, dependientes de los centros de decisión política, económica y cultural” (Moragas, 2011: 11-15).

En esa línea, y a pesar del reconocimiento de una obvia tendencia creciente hacia la “mundialización” y homogeneización de las influencias científicas, impulsada “por la articulación de las estructuras del mundo académico más desarrollado con la industria editorial”, entre otras regiones donde se encuentran excepciones, Moragas subraya que en América Latina “la influencia dominante internacional es contrarrestada con la colaboración dentro del propio continente” (2011: 302), lo cual difícilmente sucede en Europa. La experiencia de intercambio y cooperación con Latinoamérica, cultivada por Moragas durante más de tres décadas, lo convierte en un testigo privilegiado, cuya interpretación conviene considerar como clave hipotética inicial de

este texto:

No es raro escuchar conferencias, leer ponencias de autores latinoamericanos que se refieren con gran naturalidad a múltiples ejemplos de sus respectivos y numerosos países. La investigación de la comunicación en América Latina no es homogénea, pero se basa en algo muy particular: compartir la diversidad y de-construir los aparatos teóricos sobre comunicación basados en la experiencia ajena de las grandes metrópolis del mundo occidental desarrollado (Moragas, 2011: 302).

La teoría y la metodología de investigación en comunicación son objeto de atención limitada, pero constante en América Latina desde hace al menos cinco décadas. Y como ingredientes indispensables de la *práctica* de producción científica, están condicionados por tres grandes contextos: uno *discursivo*, referido a los recursos intelectuales con que se va constituyendo como campo<sup>13</sup>; un contexto *institucional*, relacionado con la organización de la comunidad científica que actúa en ese campo; y un contexto *social* o *histórico-cultural*, que determina los “modos de inserción de la ciencia y de la comunidad científica dentro de un país o en el ámbito internacional”. Maria Immacolata Vassallo de Lopes ha afirmado que la preocupación por esos diversos contextos de producción en el campo de la comunicación en América Latina se ha traducido en “un enorme interés por el contexto macrosocial de la producción científica, un escaso interés por el contexto institucional y un creciente interés por el contexto discursivo” (1999: 15).

Siguiendo esa consideración, este texto tiene como propósito recuperar, “desde

adentro”, algunas de las referencias principales en los procesos históricos de constitución del campo de la investigación de la comunicación en América Latina, situarlas en esos tres contextos, y subrayar el lugar que puede reconocerse a la Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación (ALAIC), -y especialmente a su grupo temático o de trabajo (GT) de Teoría y Metodología de Investigación en Comunicación<sup>14</sup>- en esos procesos académicos y socioculturales. Fundada en 1978 y reconstituida en 1989, ALAIC es uno de esos “espacios de convergencia”, quizá el principal, en que los investigadores latinoamericanos nos apoyamos para identificarlos precisamente como latinoamericanos, además de la nacionalidad particular que nos distinga, en esa inacabable tarea de “compartir la diversidad y de-construir los aparatos teóricos sobre comunicación basados en la experiencia ajena de las grandes metrópolis del mundo occidental desarrollado”, según la aguda fórmula de Moragas. Secundariamente, este texto tiene también el propósito de aportar elementos para matizar los alcances académicos –heurísticos y políticos– y la vigencia de una pretendida “Escuela Latinoamericana” de Comunicación. En el único texto originado en esta región incluido en *The Future of the Field*, el debate reflexivo organizado por la ICA<sup>15</sup> sobre el campo y publicado en su emblemática revista *Journal of Communication* en dos números de 1993, José Marques de Melo sintetizó admirablemente los antecedentes de una propuesta interpretativa y práctica que ha desarrollado e impulsado incansablemente desde entonces:

Los investigadores latinoamericanos continuarán respondiendo a las demandas del subdesarrollo con una dinámica modalidad de investigación propia de la región, una marca distintiva de trabajo académico en comunicación que no se parece a las raíces norteamericana y europea de las que se originó. La investigación de los fenó-

menos de comunicación en Latinoamérica preserva su actitud crítica en la formulación de hipótesis teóricas y en la delimitación de premisas analíticas. Sin embargo, intensifica el empleo de procedimientos empíricos (cuantitativos y cualitativos) para describir y diagnosticar situaciones. Esta postura corresponde a un sentimiento consensual de que la investigación científica representa un instrumento vital para la construcción de sociedades democráticas prósperas y pluralistas, una utopía que moviliza a los científicos latinoamericanos de la comunicación ante el umbral del siglo XXI (Marques de Melo, 1993: 186-187. Trad: RFN).

Esta es la tesis, formulada sobre todo para los colegas angloparlantes, de la “Escuela Latinoamericana” o del “Pensamiento Latinoamericano” en Comunicación, que en una versión más reciente, escrita para los colegas hispanoamericanos, el investigador brasileño parece decantar con mayor radicalidad:

*La afirmación de la mirada latinoamericana, reivindicando la identidad sociocultural de los estudios e investigaciones que hace medio siglo están en proceso de desarrollo en nuestra mega-región, corresponde al propósito de enfrentar el tradicional complejo del colonizado. Reflejando un tipo de dependencia congénita, esa distorsión de personalidad respalda la producción de marcos teóricos generados en ecologías que están distanciadas de nuestros modos de ser, pensar y actuar. Frente a retos de esa naturaleza el segmento académico de la comunicación en América Latina no siempre reacciona positivamente, adoptando una conducta defensiva en lugar de ocupar el espacio que le compete en la vanguardia de la comunidad científica mundial (Marques de Melo,*

2007: 16-17).

Sin necesidad de asumir el papel de “colonizado”, ni el aparente destino manifiesto de la investigación latinoamericana en “la vanguardia de la comunidad científica mundial”, se puede compartir la conveniencia de *historizar* (Marques de Melo, 2011) y fortalecer ciertos procesos de institucionalización (cognoscitiva y organizacional) y, sobre todo, de participación reflexiva y colaborativa en la interpretación de los sentidos *múltiples* de la producción y reproducción críticas de la investigación y la identidad y legitimidad de los estudios latinoamericanos de comunicación<sup>16</sup>. Es decir, en el más estricto sentido de la “crítica”, es estratégico reconocer y contrarrestar otro ingrediente típicamente presente en la cultura política y académica latinoamericana: el *dogmatismo* (Sánchez Ruiz, 2011).

## Comunicación, política y cultura

En *Interpretar la comunicación* (Moragas, 2011), el capítulo correspondiente a América Latina, que por cierto es tan extenso como el dedicado por el autor a su propia región, la Europa Latina, Moragas despliega una bien documentada y finamente enfocada *actualización* de lo que ya treinta años atrás él mismo había subrayado: que “en Latinoamérica, por la viveza del cambio social y las transformaciones comunicativas, aparecieron más claramente que en ningún otro contexto las implicaciones políticas de la investigación sobre la comunicación”. Pero ahora,

La investigación en Latinoamérica se encarna, plenamente, en la historia de los logros y las dificultades de los procesos de lucha contra la dictadura, la pobreza y la dominación. Con el paso de los años, superando dificultades, también irá liberándose de las influencias teóricas dominantes, construyendo su propia intertextualidad teórica, discutiendo, renovando, descartando teorías (Moragas, 2011: 178).

Al mismo tiempo que esta constante articulación política, para Moragas “una de las características más singulares de la investigación sobre comunicación a finales de siglo en América Latina es su convergencia con los estudios sobre cultura”, sin que eso coincida plenamente con lo que en el mundo anglosajón se conoce como “estudios culturales”<sup>17</sup> (2011: 189). De ahí que más de la mitad de la extensión del capítulo esté dedicada a “la mirada cultural a la comunicación” de Martín Barbero y a “la hibridación: identidad y diálogo” de García Canclini, para concluir con “los nuevos estudios culturales de la comunicación”, incluyendo las “críticas a los nuevos enfoques” (2011: 190, 206 y 211). Las articulaciones política y cultural son, ahí, claves principales para *interpretar* la historia de la teoría y la investigación de la comunicación en América Latina, como precisamente lo señaló Jesús Martín Barbero en su propuesta “paradigmática” en *De los Medios a las Mediaciones* en 1987:

Esa es la apuesta y el objetivo de este libro: cambiar el lugar de las preguntas, para hacer investigables los procesos de constitución de lo masivo por fuera del chantaje culturalista que los convierte inevitablemente en procesos de degradación cultural. Y para ello investigarlos desde las mediaciones y los sujetos, esto es, desde la articula-



ción entre prácticas de comunicación y movimientos sociales (Martín Barbero, 1987: 11).

Para Martín Barbero, la reflexión histórica se integra en ese libro considerando a “América Latina como espacio a la vez de debate y combate” (1987: 163) y definiendo la empresa teórica como el imperativo de “investigar los procesos de constitución de lo masivo desde las transformaciones en las culturas subalternas”, por lo que “la comunicación se está convirtiendo en un espacio estratégico desde el que pensar los bloqueos y las contradicciones que dinamizan estas sociedades-encrucijada, a medio camino entre un subdesarrollo acelerado y una modernización compulsiva” (1987: 203). *De los Medios a las Mediaciones*, a pesar de no haber sido siempre bien leído, contiene una verdadera propuesta “re-fundacional” de la investigación latinoamericana:

*Se abre así el debate a un horizonte de problemas nuevo en el que lo redefinido es tanto el sentido de la cultura como el de la política, y en el que la problemática de la comunicación entra no solamente a título temático y cuantitativo –los enormes intereses económicos que mueven las empresas de comunicación–, sino cualitativo: en la redefinición de la cultura es clave la comprensión de su naturaleza comunicativa. Esto es, su carácter de proceso productor de significaciones y no de mera circulación de informaciones y por tanto, en el que el receptor no es un mero decodificador de lo que en el mensaje puso el emisor, sino un productor también. Es en el cruce de esas dos líneas de renovación –la que viene de inscribir la cuestión cultural al interior de lo político y la comunicación en la cultura– donde aparece en todo su espesor el desafío que representa*

*la industria cultural (Martín Barbero, 1987: 228).*

Más de un cuarto de siglo separa ya la actualidad de la publicación de la primera edición del denso y emblemático texto de Martín Barbero, pero cuando éste se publicó había transcurrido prácticamente el mismo número de años desde que Antonio Pasquali publicó en Venezuela *Comunicación y Cultura de Masas* (1963), formulación pionera de una teoría de la comunicación elaborada desde una perspectiva latinoamericana, y en la cual también son centrales las articulaciones cultural y política:

*Nuestra preocupación fundamental no es tanto la de analizar dialécticamente a una cultura como eflorescencia de un plexo socioeconómico determinado, sino la de fijar menos genéricamente, y desde una perspectiva aparentemente antagónica, las implicaciones culturales capaces de tipificar a una sociedad; concretamente, la implicación comunicacional. [... Partimos de...] la proposición axiomática que establece una mutua implicación dialéctica entre formas del con-saber (o saber uno de otro) y tipos del convivir (referido a estructuras sociales globales), y que define al con-vivir en función del con-saber. Un análisis de dicha función básica, del con-saber como problema eminentemente comunicacional y en todos sus modos y formas inaugura, pues, la novedosa posibilidad metodológica de acceder a una tipificación social por vías culturales o, más propiamente, comunicacionales (Pasquali, 1963: 39-43).*

Desde esa primera edición, la obra de Pasquali está llena por igual de ácidos ataques a los representantes del *establishment* intelectual conservador como a la forma y criterios con que eran manejados los medios masivos en Venezuela; incluye formulaciones teóricas y argumentaciones filosóficas del más alto nivel de abstracción al igual que diagnósticos empíricos extremadamente detallados sobre la “oferta cultural” de los medios; propone al mismo tiempo, como punto de partida, un sistema categorial (kantiano) para definir la comunicación como una relación esencialmente distinta de la información y del conocimiento, y en términos de “conclusiones nacionales”, como punto de llegada, proposiciones concretas “por una política de planificación de las comunicaciones masivas, como factor resolutorio del subdesarrollo cultural”. El proyecto teórico-social así formulado expresa con claridad una tensión que habría, al menos desde hace medio siglo, de caracterizar al estudio de la comunicación en América Latina en sus afanes críticos. Porque el trabajo intelectual sobre la comunicación latinoamericana ha debido fincarse en relación con el *desarrollo* en una permanente y multidimensional tensión con la *dependencia* y el avance hacia la *democracia* (Fuentes, 1992, 2005, 2011)<sup>18</sup>. Pero también, al hacerlo críticamente, en una no menos compleja y quizá más evidente tensión entre el rigor científico y la pertinencia social.

Cabe señalar que la fundación de la ALAIC, formalizada en Caracas en noviembre de 1978, con la participación de investigadores de la comunicación que representaban instituciones de diversos tipos (universitarias, gremiales, de investigación, interinstitucionales, no gubernamentales, internacionales), continuó el impulso de reuniones latinoamericanas previas, como las convocadas por CIESPAL<sup>19</sup>, sobre la investigación de la comunicación en 1973 y sobre las políticas nacionales de comunicación en 1976, ambas en Costa Rica. En el libro conmemorativo del 30 aniversario de la ALAIC, una especie de “historia oficial” porque fue elaborada sobre la base

de los archivos documentales de la propia asociación y la supervisión de sus ex-presidentes brasileños (Margarida K. Kunsch y José Marques de Melo), Maria Cristina Gobbi atribuye a Jesús Martín Barbero la siguiente afirmación:

*La ALAIC surgió inicialmente para ser una asociación académica, con un proyecto científico. Pero a medida que la institución intentaba consolidarse y realizaba reuniones preparatorias en Lima, Acapulco, Anáhuac [universidad situada en la ciudad de México] y Bogotá, ya era posible vislumbrar que se trató, desde el inicio, de un proyecto político. Más que la tarea de investigar, la ALAIC ha buscado reunir investigadores latinoamericanos en torno a temas comunes y necesarios para la comprensión de nuestra situación económico-político-social, dentro de los escenarios comunicativos (Gobbi, 2008: 63. Trad: RFN).*

En una frase resume Moragas, por otra parte, la importancia de la UNESCO<sup>20</sup> en el contexto mundial y latinoamericano de desarrollo de los estudios de comunicación, cuya historia “a escala internacional, no se entendería sin una referencia al estímulo y a la controversia que significaron los programas de la UNESCO a lo largo de las últimas décadas” (2011: 167). Las controversias desatadas a propósito del Informe de la “Comisión MacBride”<sup>21</sup> (UNESCO, 1980), fueron determinantes para el cambio de las políticas globales y la “resolución” de la Guerra Fría, así como para la orientación de los estudios sobre la comunicación (Mattelart, 1993). Según Moragas, el documento, “por su carácter descriptivo y de denuncia de los desequilibrios, por su compromiso humanista con el derecho a la información y por su referencia explícita

al Nuevo Orden Mundial de la Comunicación (NOMIC)”, se alineaba con las voces críticas de la comunicación, sobre todo las provenientes de América Latina<sup>22</sup>, por lo que fue identificado como contrario al “libre flujo de la información” y otros valores de los “grandes intereses industriales del sector”, apoyados por gobiernos como los de Estados Unidos y el Reino Unido, que se retiraron por ello algunos años de la UNESCO (Moragas, 2011: 170). Precisamente en ese ambiente de controversia y pugna, y de crisis económica generalizada en América Latina, la organización de la ALAIC declinó con rapidez desde principios de los años ochenta, hasta caer en una especie de estado de “hibernación”, por lo cual fue necesario que, en 1988, académicos y asociaciones brasileñas y mexicanas emprendieran su “reconstitución”, con José Marques de Melo a la cabeza (Gobbi, 2008: 79-88). Probablemente así se marcó el comienzo de una época sustancialmente diferente de la anterior para la ALAIC y para lo que hasta entonces había sido la investigación latinoamericana de la comunicación<sup>23</sup>, pues contextualmente las dictaduras militares fueron cediendo el poder a gobiernos elegidos democráticamente, la investigación adoptó patrones más académicos y diversificados y menos “militantes”, y el campo de estudio de la comunicación creció desmesuradamente en las universidades de toda la región.

## **La investigación con anteojeras**

En septiembre de 1974 Luis Ramiro Beltrán presentó en Leipzig, en una reunión de la IAMCR<sup>24</sup>, su célebre recuento sobre “La investigación de la comunicación en América Latina ¿indagación con anteojeras?”. Con base sobre todo en la documentación compilada por CIESPAL, Beltrán enumeraba las principales áreas de concentra-

ción temática, subrayaba las tendencias en cuanto a tópicos investigados y a resultados obtenidos en “los últimos quince años” (es decir, a partir de 1959), y constataba que es obvio que la investigación de la comunicación en América Latina ha seguido las orientaciones conceptuales y metodológicas establecidas por los investigadores en Europa y los Estados Unidos. El efecto de esto, en esencia, ha significado que algunos estudios han enfatizado la comprensión conceptual por encima de la producción de evidencias empíricas, mientras que otros estudios han hecho exactamente lo opuesto (Beltrán, 1974: 23 Trad: RFN).

*La influencia predominante y más duradera era la que Beltrán llamaba “orientación europea clásica” (caracterizada como histórica, intuitiva, filosófica, especulativa y escolástica), presente sobre todo en los estudios de historia del periodismo y legislación de la comunicación. En segundo lugar quedaba la influencia de la “orientación norteamericana” (positivista, empirista, sistemática y funcionalista), especialmente en los trabajos de difusión de innovaciones agrícolas, estructura y funciones de los medios y comunicación educativa, es decir, televisión, radio y audiovisuales grupales. Finalmente, la influencia de la “orientación europea moderna” (semiótica, estructuralista) era la más reciente y menos fuerte, concentrada en los análisis de contenido. Se detectaban “influencias mixtas” en las áreas de análisis de contenido y efectos de la programación televisiva, y sobre el flujo de noticias y las influencias extra-regionales sobre los sistemas de medios. En cuanto a los enfoques metodológicos, Beltrán observaba que “si los estudios existentes se clasificaran en descriptivos, explicativos y predictivos, probablemente la mayoría quedaría dentro de la primera categoría, algunos en la segunda y los menos en la tercera” (Beltrán, 1974: 24-25).*

Aunque las “áreas temáticas” han variado sustancialmente, no puede decirse que en su estructura fundamental la producción académica del campo haya cambiado demasiado en cuatro décadas, sobre todo en sus alcances teórico-metodológicos. Pero desde entonces está claro que la investigación de la comunicación como práctica social se explica también en otras dimensiones, además de la propiamente científica. Aquel documento de Beltrán termina significativamente con comentarios sobre la “mitología de una ciencia exenta de valores” y sobre el “riesgo del dogmatismo”. La oposición, en muchos sentidos maniquea, entre el rigor de la ciencia y el compromiso político con la transformación social, referida directamente por Beltrán a la polémica entablada<sup>25</sup> poco tiempo antes entre dos grupos dedicados al análisis ideológico de los productos de la cultura de masas a partir de diversas interpretaciones del marxismo en Argentina y en Chile, da lugar a una pregunta crucial, con la que el investigador boliviano remata su recuento:

*¿Podrá esto significar que la investigación latinoamericana de la comunicación estará algún día en riesgo de sustituir el funcionalismo ideológicamente conservador y metodológicamente riguroso por un radicalismo no riguroso? Sea tan amable el paciente lector de responder a esa pregunta. Y ojalá esa respuesta nos dé lúcidas claves sobre si la investigación latinoamericana de la comunicación dejará de ser la búsqueda con anteojeras que a veces parece haber sido... independientemente del color de las anteojeras (Beltrán, 1974: 40. Trad: RFN).*

Ante una evidente multiplicación de los colores, modelos, tamaños y orígenes de las

*anteojeras* en uso, y no sólo en la investigación realizada en América Latina, conviene seguir el ejemplo de Beltrán y recuperar y sistematizar la mayor cantidad de datos y documentos sobre la producción y elaborar, con base en estos referentes, las hipótesis interpretativas que mejor sitúen las tendencias en los variados contextos en que se han producido y reproducido, en que se han entretelado a lo largo de los años los *intertextos* que, más que a una homologación tienden a la fragmentación<sup>26</sup>. Pero también cabe actualizar la pregunta por el aparente abandono de las premisas críticas, sea ante la adopción de la “inevitable vigencia” de las leyes del mercado no sólo en las “industrias culturales” sino también en el ámbito de la investigación<sup>27</sup>, sea ante la dispersión de enfoques sobre las múltiples “mediaciones” culturales de las prácticas sociales<sup>28</sup>, sea en otras direcciones, sin que predomine ciertamente el rigor metodológico ni haya vuelto a priorizarse el funcionalismo ideológicamente conservador y metodológicamente riguroso (Cimadevilla, 2004). Es decir, sin que hayan desaparecido el maniqueísmo o el dualismo que en otras épocas organizaban el pensamiento, el discurso y la acción sobre la comunicación, desde mediados de los años ochenta parecen haberse multiplicado en tal medida las posturas y las posiciones desde las cuales se puede investigar la comunicación, que el debate es cada vez más difícil de establecer y sostener, al haber menos referentes comunes. Lo mismo, o algo muy parecido, sucede en otros ámbitos de las ciencias sociales y en los estudios sobre la comunicación en todo el mundo<sup>29</sup>.

Además, la dispersión temática y teórico-metodológica coexiste con una creciente *concentración* de la producción y la distribución científicas, sin que esto signifique una paradoja o una contradicción. A manera de ilustración (y quizá como sugerencia de análisis que deberían realizarse), pueden tomarse por ejemplo los datos expuestos por Ángela María Godoy (2004), quien sistematizó y analizó los orígenes de



447 artículos publicados en 51 ediciones de la revista *Diálogos de la Comunicación*, entre 1987 y 2003<sup>30</sup>. La distribución por adscripción de los autores indica una concentración del 64% en los cinco países con mayores frecuencias (México, 17%; Argentina, 12.8%; Colombia, 12.3%; Brasil, 11.2% y Perú, 10.7%), mientras que otros 10 países latinoamericanos dan cuenta del 18.8% de los artículos y otros 12 países de otras regiones, del 17.2% restante. Comparativamente, en las 16 ediciones de la *Revista Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación*, publicadas entre 2004 y 2012, los cinco países con mayores frecuencias concentran el 81.9% de los 176 artículos (Brasil, 47.2%; México, 14.8%; Argentina, 10.2%; España, 5.7% y Chile, 4%). Restan un 9.6% para otros ocho países latinoamericanos y un 8.5% para cinco países de otras regiones<sup>31</sup>. Y si se sumaran los artículos, a pesar de las diferencias entre las dos revistas<sup>32</sup>, el 21.3% correspondería a autores brasileños, el 16.4% a mexicanos, y el 12% a argentinos, es decir, el 49.7% del total para sólo tres países<sup>33</sup>. Sin que resulte sorprendente, estos tres países concentran también, en 2012, el 60% de los programas de posgrado (maestrías y doctorados) en comunicación ofrecidos en las universidades latinoamericanas, que suman 287 en 19 países (Vassallo de Lopes, coord., 2012)<sup>34</sup>. Pero la cobertura temática y teórico-metodológica de la producción académica progresivamente concentrada en estos países e instituciones, presenta grados cada vez mayores, al mismo tiempo, de *fragmentación*, tendencia que desde muy diversos ángulos parece prevalecer en el estudio de la comunicación en todo el mundo.

## Diversidad y dispersión teórico-metodológica

A partir de 2008, un grupo encabezado por el profesor español José Luis Piñuel aplicó una encuesta “con versiones en inglés, francés, alemán, italiano, portugués y español”, sobre los “perfiles de la enseñanza de la Teoría de la Comunicación” en universidades europeas y latinoamericanas, que fue respondida por más de 350 profesores de más de 200 instituciones en más de 40 países (Piñuel, 2009) y en 2011, otra encuesta “del mismo alcance, con el objetivo de estudiar las condiciones y desarrollos más relevantes de la investigación básica y aplicada en los últimos cinco años sobre Comunicación/Información en las universidades europeas y latinoamericanas” (Piñuel, 2011: 4). Esta segunda encuesta tuvo mayor número de respuestas que la primera: más de 500 profesores de 360 universidades en más de 60 países. Aunque estas encuestas no tienen representatividad estadística, en ambos casos abarcan un número alto de posiciones, y de los resultados se pueden destacar algunas tendencias dignas de discutirse<sup>35</sup>, que se resumen en seguida:

*En América Latina y en España, en mayor proporción que en otras regiones, “Teoría de la Comunicación” refiere a objetos de estudio de la comunicación de masas, y no interpersonal, grupal u organizacional, por ejemplo. El enfoque predominante es el “interdisciplinario”, y en América Latina es mayoritaria una perspectiva “histórica y transdisciplinar”, a diferencia de otras regiones, donde la dispersión es más amplia. Piñuel comenta al respecto que “en conjunto, en la expresión de un paradigma disciplinar dominante en los programas de Teoría de la Comunicación, estos rasgos apuntan la tendencia progresiva a abandonar vasallajes disciplinares” (2011: 20). Llama la atención, en el análisis de los datos de la encuesta, que tanto en América Latina como en España y en el resto de Europa, alrededor de la mitad de las respuestas con respecto*

*a los “modelos teóricos que dominan epistemológicamente la docencia de Teoría de la Comunicación”, corresponde a “ningún modelo predominante”, con los “modelos críticos (Escuela de Frankfurt)” en un lejano segundo lugar (Piñuel, 2011: 22).*

A la vista de estos datos, no es de extrañar una cierta preocupación por la conveniencia epistemológica de plantear si se justifica, o no se puede justificar, el encarar los estudios de comunicación como una nueva disciplina, o si se debe formular un paradigma epistemológico capaz de integrar y estructurar los objetos de estudio del universo de la comunicación, los campos disciplinares donde la comunicación se hace presente, y los modelos epistemológicos capaces de explicarla, de forma que recíprocamente se puedan enriquecer, progresar y reproducirse como una ciencia (Piñuel, 2011: 23).

A diferencia sólo de las respuestas en alemán e italiano, en el resto de las regiones la formación predominante de origen entre los investigadores es “Comunicación Social” y en segundo término, “Profesional” o “Sociología”, aunque un alto porcentaje de los sujetos no responde la pregunta. Para Piñuel, “los datos muestran que en España y América Latina, así como entre las respuestas de habla inglesa, alemana, italiana y portuguesa, aproximadamente siete de cada diez investigadores comparten docencia universitaria y dedicación parcial a la investigación”, lo cual confirma que “la investigación en torno a la Comunicación como objeto de estudio es todavía una actividad francamente secundaria en relación a la docencia” (2011: 28).

La distribución de preferencias con respecto a ámbitos-objeto de investigación en

América Latina es elocuente: como en todas partes, la mayor proporción es para “comunicación de masas”, pero hay también porcentajes altos para “comunicación educativa”, “grupala”, “interpersonal”, “organizacional” y “otras”. En términos metodológicos, a diferencia de otras regiones, en América Latina “casi cuatro de cada diez investigadores prefieren técnicas de conversación para la elaboración y registro de datos y, en segundo lugar, técnicas documentales para análisis de discursos, que son elegidas por tres de cada diez investigadores”. Finalmente,

*En la encuesta centrada sobre la investigación (...) se preguntó también por los modelos epistemológicos de referencia en el diseño de proyectos (...) Pues bien, los investigadores españoles, latinoamericanos y de habla portuguesa se decantan por responder que no existen modelos epistemológicos dominantes en sus trabajos, y de nombrar alguno, dos de cada diez citan modelos críticos en sus diseños de investigación, lo que comparado con la elección de modelos dominantes en la docencia guarda similares proporciones (Piñuel, 2011: 39).*

A manera de conclusión, Piñuel se pregunta si “¿la docencia y la investigación universitarias en torno a la Comunicación como objeto de estudio, pueden haber llegado ya en Europa y América Latina a merecer la institucionalización a que aspiran como campo de conocimiento?” y responde que no, debido a que este proceso ha sido “precedido por la presión social de crear antes docentes que investigadores, que consiguientemente se ha reclamado la legitimidad del campo de conocimiento sosteniéndola más por la creación de centros docentes, que por la productividad de cen-

tros y proyectos de investigación” (Piñuel, 2011: 45). Sin embargo, los propios datos de Piñuel y colaboradores indican que los estudios (docencia e investigación) sobre la comunicación pueden muy bien interpretarse en todo el mundo como extremadamente dispersos (o fragmentarios) en sus fundamentos epistemológicos y teórico-metodológicos, después de al menos medio siglo de su establecimiento como especialidad universitaria, y que “la institucionalización a que aspiran como campo de conocimiento” o “disciplina científica” está todavía muy lejos de consolidarse<sup>36</sup>.

Ante la fragmentación imperante, el presidente del *Social Science Research Council*, Craig Calhoun (2011), propuso en otro foro internacional reciente que “en este heterogéneo campo lo que se necesita no es presión hacia la conformidad sino la producción de más y mejores conexiones entre diferentes líneas de trabajo”, precisamente lo que otro autor estadounidense ha llamado “conversación entre disciplinas” (Craig, 2008). Y la concepción de *campo académico* adquiere así la mayor pertinencia, pues “la teoría tiene un papel especial que desempeñar en esto, pero hacer las grandes preguntas que conecten diferentes líneas de trabajo es algo que rebasa por mucho el dominio de la teoría” (Calhoun, 2011: 1495). Desde esta clave puede leerse, para terminar este trabajo, lo que se ha manifestado e impulsado desde el GT de Teoría y Metodología de Investigación de la Comunicación de ALAIC, a partir de 1998, siguiendo los esfuerzos de documentación y análisis del mexicano Gustavo León Duarte (2006b, 2006c) y la brasileña María Cristina Gobbi (2008).

Como parte sustancial de su análisis de las “contribuciones de la ALAIC” en su 30 aniversario, Gobbi recopiló 1576 textos (“ponencias” o “papers”) presentados en alguno de los 22 GT de ALAIC en los congresos correspondientes a 1998 (Recife), 2000 (Santiago), 2002 (Santa Cruz de la Sierra), 2004 (La Plata) y 2006 (São Leopoldo). 84 de esos textos (5.3%), corresponden al GT de Teoría y Metodología de In-

vestigación de la Comunicación, cuando el promedio por GT se sitúa en 71 (4.5%). Los únicos tres países de donde provinieron más de 100 textos en ese periodo fueron Brasil (786, 49.9%), Argentina (350, 22.2%) y México (113, 7.2%) (Gobbi, 2008: 218), es decir, una concentración del 79.3% (mayor aún que las detectadas para los artículos de revistas y los programas de posgrado)<sup>37</sup>.

En cuanto a los “temas discutidos”, a pesar de la evidente dificultad metodológica para categorizar las contribuciones, Gobbi encontró una “preferencia” por reflexiones sobre dos “medios” (televisión, 12% e internet, 9%), “además de las teorías y metodologías de investigación” (8%), aunque la mayor parte (57%) de los textos quedó temáticamente clasificado en “otros”, puesto que “las temáticas estaban tan diluidas que sería prácticamente imposible” agregarlas de otra manera (2008: 220-221). La hipótesis con que Gobbi se explica la alta presencia de la teoría y metodología es interesante, y no corrobora la idea de una “Escuela Latinoamericana”<sup>38</sup>:

Parte significativa de las reflexiones presentadas trataba sobre el campo comunicativo [sic], en un intento de probar que ya estamos consolidados como ciencia de conocimiento [sic] y que el área ya adquirió una fisonomía propia, con métodos y técnicas capaces de dar cuenta de la variedad de temáticas tratadas en las investigaciones. Observamos además que nuestra cuestión central, en un número expresivo de los textos, camina por ciencias ya consolidadas, y no descubrimos las fronteras reales de nuestro campo de conocimiento –o no conseguimos responder cuál es, de hecho, la preocupación central de la Comunicación Social (Gobbi, 2008: 222. Trad: RFN).

Por su parte, León Duarte dedicó una parte de los análisis en los que fundamentó su tesis doctoral (2006a) al GT de Teoría y Metodología de Investigación de la Comunicación, con el objeto de “conocer e identificar las características estructurales que definen a la producción de conocimiento en comunicación” (2006c: 134). Analizó 59 ponencias, presentadas en los congresos de ALAIC de 1998 a 2004, con base en cinco categorías o “constructos teórico-conceptuales”<sup>39</sup>. Aun sin adoptar el complejo aparato teórico-metodológico o los objetivos y supuestos de justificación de León Duarte, el contexto de este trabajo hace conveniente retomar sus datos y algunas de sus primeras aproximaciones descriptivas a este *corpus*, para actualizarlo en la medida de lo posible, aunque se pierda eventualmente profundidad interpretativa.

Se integraron, entonces, a la base de datos de León Duarte, las referencias de otras 88 ponencias, presentadas en los cuatro congresos más recientes de ALAIC: São Leopoldo (2006), México (2008), Bogotá (2010) y Montevideo (2012), para alcanzar las 147 unidades textuales (“ponencias” o “papers”). Con esta adición, la *concentración* geográfica de origen de los autores disminuyó un poco, al pasar de la presencia de autores de ocho países entre 1998 y 2004 a once entre 2006 y 2012, con porcentajes sumados de 88.3% (Brasil, 40%; México, 20% y Argentina, 18.3%) en el primer periodo, a un 78.4% (Brasil, 43.2%; México, 25% y Argentina, 10.2%) en el segundo. En el conjunto de los ocho congresos, la concentración así medida acaba siendo del 82.6% (Brasil, 46.4%; México, 23.9% y Argentina, 12.3%), con los demás países representados en proporciones muy menores o nulas.

Al clasificar las ponencias en referencia a ciertas “líneas de investigación” diseñadas por León Duarte a partir de las temáticas definidas por el propio GT, se encuentra

una dispersión de enfoques difícil de explicar desde una hipótesis de “homogeneidad discursiva”:

### Tabla No 1:

Líneas de investigación de 147 ponencias (1998-2012)

presentadas en el GT Teoría y Metodología de la Investigación de ALAIC

<b>Actualización disciplinar (teórica-metodológica) de la comunicación</b>	<b>30 (20.4%)</b>
<b>Sentido y construcción de objetos de investigación en comunicación</b>	<b>30 (20.4%)</b>
<b>Perspectivas, balances y retos de la comunicación</b>	<b>25 (17%)</b>
<b>Institucionalización y crítica al estado de conocimiento</b>	<b>23 (15.6%)</b>
<b>Relatos de experiencias metodológicas aplicadas a casos de estudio</b>	<b>22 (15%)</b>
<b>Otros</b>	<b>17 (11.6%)</b>

Para León Duarte, finalmente, “una característica estructural” distintiva en la producción del GT de ALAIC “es la premisa de que las cuestiones centrales que patentiza el campo académico de la comunicación, y los desafíos que en la actualidad se le presentan a su investigación, tienen que ver fundamentalmente con su estatuto disciplinario” (2006c:143), a diferencia de otro de los conjuntos textuales que analizó



(los libros de CELACOM<sup>40</sup>). Por su propia constitución, al no contar el GT con una membresía fija o permanente (pues apenas 11 personas han participado en 3 o más de los ocho congresos analizados), las constantes discursivas o las preocupaciones predominantes detectadas pueden, en todo caso, atribuirse al liderazgo de figuras que convocan (como parece sugerirlo León Duarte) o bien a condiciones interpretativas más generalizadas. Siendo la fragmentación, aparentemente, una condición o “característica estructural” del campo académico de la comunicación, el “desafío”<sup>41</sup> de enfrentarla desde la ALAIC es una opción crítica que no puede eludirse. Como lo ha señalado la colega Delia Covi,

*En sus 30 años de vida ALAIC ha enfrentado cambios fundamentales en las sociedades latinoamericanas, los que han repercutido de manera notoria en el campo de conocimiento de la comunicación. Y aunque no ha sido fácil, el reto le permitió ir reconociendo, construyendo y defendiendo el lugar que ocupa el investigador de la comunicación en nuestra sociedad. (...) el reto es reunir el trabajo de investigación realizado, aún muy disperso. (...) Es necesario hilvanar una historia latinoamericana de la comunicación que examine sus medios, sus corporaciones, sus legislaciones, sus prácticas sociales, sus programas y políticas generales o específicas. Como Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación debemos construir nuestro propio relato, que es el relato del campo científico de la comunicación en Latinoamérica (Covi, 2008: 99).*

## Referencias bibliográficas

ALMENGOR, MANUEL; J. ARAUZ, I.GOLCHER Y M. A. TUÑÓN. (1992). *La investigación en comunicación social en Panamá*. Instituto Nacional de Cultura, Panamá.

ANZOLA, PATRICIA Y P. COOPER. (1985). *La investigación en comunicación social en Colombia*. DESCO, Lima.

BELTRÁN S., LUIS RAMIRO. (1974). “Communication research in Latin America: the blindfolded inquiry?”. Paper presented to the *International Scientific Conference on Mass Communication and Social Consciousness in a Changing World*. IAMCR, Leipzig.

(1975): “Forms of Cultural Dependency. Research Ideologies in Conflict”. En *Journal of Communication* Vol. 25, No. 1. pp. 187-193.

BELTRÁN, LUIS RAMIRO; C. SUÁREZ Y G. ISAZA. (1990). *Bibliografía de estudios sobre comunicación en Bolivia*. PROINSA/IDRC, La Paz.

BOLAÑO, CÉSAR. (2012). “La centralidad de la Economía Política de la Comunicación (EPC) en la construcción del campo académico de la Comunicación: una contribución crítica”. En BOLAÑO (org.), *Comunicación y la Crítica de la Economía Política: perspectivas teóricas y epistemológicas*. CIESPAL, Quito. pp. 109-125.

BRYANT, JENNINGS AND D.MIRON. (2004). “Theory and Research in Mass Communication”. En *Journal of Communication*. Vol. 54 No. 4. pp. 662-704.

CALHOUN, CRAIG. (2011). “Communication as Social Science (and More)”. En *In-*

*ternational Journal of Communication* 5. Feature 1479–1496.

CHAFFEE, STEVEN H.; C. GOMEZ-PALACIO AND E. M. ROGERS. (1990). “Mass Communication Research in Latin America: Views from Here and There”. En *Journalism & Mass Communication Quarterly*. Vol. 67, No. 4. pp. 1015-1024.

CICALESE, GABRIELA. (2008). *Tensiones políticas y teóricas en la institucionalización de las carreras de Comunicación en la Argentina*. Tesis de Doctorado, Universidad Nacional de La Plata, La Plata, Argentina.

CIMADEVILLA, GUSTAVO. (2004). *Dominios: crítica a la razón intervencionista, la comunicación y el desarrollo sustentable*. Prometeo, Buenos Aires.

CRAIG, ROBERT T. (1999). “Communication Theory as a Field”. En *Communication Theory*. Vol. 9 No. 2. pp.119-161.

(2008): “Communication in the Conversation of Disciplines”. En *Russian Journal of Communication*. Vol. 1, No. 1. pp. 7-23.

CROVI DRUETTA, DELIA. (2008). “Elementos para hilvanar nuestra propia historia”. En *Revista Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación*. Año V, No. 8-9. ALAIC, São Paulo. pp. 88-99.

DORFMAN, ARIEL Y A. MATTELART. (1972). *Para leer al Pato Donald. Comunicación de Masa y Colonialismo*. Ediciones Universitarias de Valparaíso, Valparaíso, Chile. (Segunda y Tercera ediciones, Buenos Aires: Siglo XXI).

FUENTES NAVARRO, RAÚL. (1988). *La Investigación de comunicación en México. Sistematización documental 1956-1986*. Ediciones de Comunicación, México.

(1992). *Un campo cargado de futuro. El estudio de la comunicación en América Latina*. CONEICC / FELAFACS, México.

(1998). *La emergencia de un campo académico: continuidad utópica y estructuración científica de la investigación de la comunicación en México*. ITESO/Universidad de Guadalajara, Guadalajara.

(2005). “Everett M. Rogers (1931-2004) y la investigación latinoamericana de la comunicación”. En *Comunicación y Sociedad*, Nueva Época, No. 4. Guadalajara: Universidad de Guadalajara. pp. 93-125.

(2011). “Pensamiento comunicacional latinoamericano y convergencia digital. Retos epistemológicos y académicos”. En DEL VALLE, MORENO Y SIERRA (eds.), *Cultura latina y revolución digital. Matrices para pensar el espacio iberoamericano de comunicación*. Gedisa, Barcelona. pp. 41-68.

GOBBI, MARIA CRISTINA. (2008). *A batalha pela hegemonia comunicacional na América Latina*. Cátedra UNESCO Universidade Metodista de São Paulo, São Bernardo do Campo, SP.

GODOY FAJARDO, ÁNGELA MARÍA. (2004). *El caleidoscopio de Darwin y Zapata. Un análisis de las redes del campo académico a través de la revista Diálogos de la Comunicación*. Tesis de Maestría en Comunicación con especialidad en difusión de la ciencia y la cultura. ITESO, Guadalajara.

GÓMEZ-PALACIO, CARLOS. (1989). *The Origins and Growth of Mass Communication Research in Latin America*. PhD dissertation Institute for Communication Research, Stanford University, California.

GROSS, LARRY. (2012). “Fastening Our Seatbelts: Turning Crisis Into Opportunity”. En *Journal of Communication*. Vol. 62. pp. 919-931.

GUMUCIO-DAGRÓN, ALFONSO AND T. TUFTE (eds.). (2006). *Communication for Social Change. Anthology: Historical and Contemporary Readings*. Communication for Social Change Consortium (CFSC), South Orange NJ.

HUESCA, ROBERT & B. DERVIN (1994): “Theory and Practice in Latin American Alternative Communication Research”. En *Journal of Communication* Vol. 44 No.4. pp. 53-73.

KOIVISTO, JUHA & P. THOMAS. (2008). *Mapping Communication and Media Research: Paradigms, Institutions, Challenges*. Communication Research Center, University of Helsinki, Helsinki.

LANG, ANNIE. (2013). “Discipline in Crisis? The Shifting Paradigm of Mass Communication Research”. En *Communication Theory*. Vol. 23 No. 1. pp. 10-24.

LEÓN DUARTE, GUSTAVO ADOLFO. (2006a). *Sobre la institucionalización del campo académico de la comunicación en América Latina. Una aproximación a las características estructurales de la investigación latinoamericana en comunicación*. Tesis doctoral. Universidad Autónoma de Barcelona, Barcelona.

(2006b). *Sobre la investigación de la comunicación en América Latina. Estrategias y prácticas científicas de la Comunicación hoy*. Universidad de Sonora, Hermosillo.

(2006c). “Características estructurales de la producción ALAIC. Una aproximación al conocimiento comunicativo del GT-17”. En *Comunicación y Sociedad*, Nueva Época, No. 6, Universidad de Guadalajara, Guadalajara. pp. 131-158.

LÖBLICH, MARIA & A. M. SCHEU. (2011). "Writing the History of Communication Studies: A Sociology of Science Approach". En *Communication Theory* Vol. 21 No. 1. pp. 1-22.

MARQUES DE MELO, JOSÉ (Coord.). (1984). *Inventário da pesquisa em Comunicação no Brasil 1883-1983*. INTERCOM/ALAIC, São Paulo.

(1993). "Communication Research: New Challenges of the Latin American School". En *Journal of Communication* Vol. 43 No. 4. pp. 182-190.

(2007). *Entre el saber y el poder. Pensamiento comunicacional latinoamericano*. Comité Regional Norte de Cooperación con la UNESCO, Monterrey.

(2008). "La reinención del compromiso". Entrevista con Mario Nieves. En *Chasqui* No. 104. CIESPAL, Quito.

(2011). "Política y ciencia de la comunicación en Iberoamérica. El reto de la comunidad académica". En DEL VALLE, MORENO Y SIERRA (eds.), *Cultura latina y revolución digital. Matrices para pensar el espacio iberoamericano de comunicación*. Gedisa, Barcelona. pp. 17-40.

MARTÍN BARBERO, JESÚS. (1987). *De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía*. Gustavo Gili, México.

(1996). "Comunicación fin de siglo, ¿para dónde va nuestra investigación?". En *Telos* No. 47. FUNDESCO, Madrid. pp. 58-64.

MATTELART, ARMAND. (1993). *La Comunicación-Mundo: historia de las ideas y de las estrategias*. FUNDESCO, Madrid.

MORAGAS, MIQUEL DE. (1981). *Teorías de la comunicación. Investigaciones sobre medios en América y Europa*. Gustavo Gili, Barcelona.

(2011). *Interpretar la comunicación. Estudios sobre medios en América y Europa*. Gedisa, Barcelona.

MUNIZAGA, GISELLE Y A. RIVERA. (1983). *La investigación en Comunicación Social en Chile*. DESCO/Ceneca, Lima.

NORDENSTRENG, KAARLE. (2007). “Discipline or Field? Soul-searching in Communication Research”. En *Nordicom Review*, Jubilee Issue. pp. 211-222.

OROZCO GÓMEZ, GUILLERMO. (1997). *La investigación de la comunicación dentro y fuera de América Latina. Tendencias, perspectivas y desafíos del estudio de los medios*. Universidad Nacional de La Plata, La Plata, Argentina.

PASQUALI, ANTONIO. (1963). *Comunicación y Cultura de Masas*. Monte Ávila, Caracas.

PEIRANO, LUIS Y T.KUDO. (1982). *La investigación en comunicación social en el Perú*. DESCO, Lima.

PIETILÄ, VEIKKO. (2008). “How Does a Discipline Become Institutionalized?”. En PARK & POOLEY (eds.), *The History of Media and Communication Research. Contested Memories*. Peter Lang, New York. pp. 205-223.

PIÑUEL RAYGADA, JOSÉ LUIS (2009). “Resultados de la encuesta sobre docencia universitaria de Teoría de la Comunicación en Europa y América Latina”. En *Diálogos de la Comunicación*. No. 78, Lima: FELAFACS.

(2011). *La docencia y la investigación universitarias en torno a la Comunicación como objeto de estudio en Europa y América Latina*. Universidad Complutense de Madrid, Madrid (Colección Cuadernos Artesanos de Latina/15).

RIVERA, JORGE B. (1986). *La investigación en comunicación social en Argentina*. DESCO/ASAICC, Lima.

ROMANCINI, RICHARD. (2006). *O campo científico da Comunicação no Brasil: institucionalização e capital científico*. Tesis de Doctorado. ECA Universidade de São Paulo, São Paulo.

ROSENGREN, KARL ERIK. (1994). "From Field to Frog Ponds". En LEVY AND GUREVITCH, *Defining Media Studies. Reflections on the Future of the Field*. Oxford University Press, New York/Oxford. pp. 14-25.

SÁNCHEZ RUIZ, ENRIQUE E. (2011). "Recuperar la crítica. Algunas reflexiones personales en torno al estudio de las industrias culturales en Iberoamérica en los últimos decenios". En FUENTES, TREJO Y SÁNCHEZ, *Qué pasa con el estudio de los medios. Diálogo con las ciencias sociales en Iberoamérica*. Comunicación Social ediciones y publicaciones, Zamora. pp.121-175.

SCHMUCLER, HÉCTOR. (1975). "La investigación sobre comunicación masiva". En *Comunicación y Cultura*. No. 4. Ed. Galerna, Buenos Aires. pp. 3-14.

(1996). "Lo que va de ayer a hoy, de la política al mercado". En *Telos* No. 47. FUNDESCO, Madrid. pp. 65-72.

STANFILL, MEL. (2012). "Finding Birds of a Feather: Multiple Memberships and Diversity Without Divisiveness in Communication Research". En *Communication*



*Theory*. Vol. 22. pp. 1-24.

TORRICO VILLANUEVA, ERICK R. (2005). “Acercamiento a la comunicación como *cultura académica* y a sus proposiciones teóricas generales”. Em *Conexão–Comunicação e Cultura* Vol. 4 No. 8, Caxias do Sul, Brasil: UCS. pp. 39-49.

UNESCO. (1980). *Un solo mundo, voces múltiples. Informe de la Comisión Internacional sobre Problemas de la Comunicación*. Fondo de Cultura Económica, París: UNESCO/México.

VASSALLO DE LOPES, MARIA IMMACOLATA. (1999). “La investigación de la comunicación: cuestiones epistemológicas, teóricas y metodológicas”. En *Diálogos de la Comunicación*. No. 56. FELAFACS, Lima. pp.12-27.

(coord.). (2012). *Posgrados en Comunicación en Iberoamérica. Políticas nacionales e internacionales*. PPG ECA USP/CONFIBERCOM, São Paulo.

VERÓN, ELISEO. (1974). “Acerca de la producción social del conocimiento: el ‘estructuralismo’ y la semiología en Argentina y Chile”. En *Lenguajes* No. 1. Nueva Visión, Buenos Aires. pp. 96-125.

WAJSMAN, PAULA. (1974). “Una historia de fantasmas”. En *Lenguajes* No. 1. Nueva Visión, Buenos Aires. pp. 127-132.

114



# **I DESARROLLO DEL CAMPO**

## **I Medios y Culturalidad**

# CLAVES Y TIEMPOS DEL ANÁLISIS DEL DISCURSO Y LA SEMIÓTICA EN AMÉRICA LATINA

| **Eliseo R. Colón Zayas**

Intentar trazar un panorama del análisis del discurso y su abordaje a temas y problemas de la comunicación y los medios masivos en América Latina es una tarea emprendedora capaz de llenar varios tomos. En lo que respecta a la Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación, ALAIC, en 1994, durante el II Congreso de ALAIC en Guadalajara, México, se constituyó el grupo de trabajo, Discurso y Comunicación. Dos años más tarde, en Caracas, se reunió por primera vez el grupo de trabajo durante el III Congreso de ALAIC. Casi veinte años han pasado desde la constitución del grupo. Su convocatoria a cada congreso bianual de

ALAIC contó entre 1996 y 2012 con un nutrido grupo de investigadores inmersos en el análisis discursivo de la comunicación y la semiótica. La trayectoria del grupo de trabajo de Discurso y Comunicación de ALAIC ha sido encomiable. Sin embargo, no podemos limitar las investigaciones y el estudio de la comunicación y los medios masivos de la comunicación desde el análisis del discurso a la trayectoria de este grupo de trabajo. Ello sería reducir la riqueza y amplitud de este tipo de quehacer científico e intelectual en Latinoamérica. Quiero armar este ensayo tejiendo la relación que se opera entre saber académico y la teoría, y la práctica del análisis de las discursividades, encaminado desde un recuento panorámico que no pretende ser exhaustivo. Trazaré lo que podrían ser momentos claves para el desarrollo de la investigación en discurso y comunicación y semiótica en América Latina. En la primera parte, haremos una sucinta periodización histórica de las últimas cuatro décadas del siglo veinte para delinear algunos aspectos que podríamos considerar importantes para el desarrollo de la semiótica, del análisis del discurso y de las ciencias del lenguaje en la región, tales como los proyectos vinculados a la producción editorial y a la difusión de las ideas y los textos fundamentales del campo. En una segunda parte se presentarán algunos debates importantes para el desarrollo del campo en las primeras décadas del siglo veintiuno.

## **Abordajes de fin de siglo**

No cabe la menor duda de que las teorías del signo se desarrollan exponencialmente a partir del estructuralismo iniciado con los trabajos de Ferdinand de Saussure, Roman Jakobson y Claude Lévy Strauss, y con las teorías elaboradas por Charles Sanders Peirce. Sin embargo, será a través del estudio de las construcciones simbó-

licas como aquellas que se encuentran en los mitos culturales, las imágenes de todo tipo, los textos, las reglas, etc. etc., donde el estudio del signo tomó importancia en el campo de la comunicación. Estas construcciones simbólicas son las que devienen tema de estudio del campo de la comunicación.

El abordaje transversal de las ciencias del lenguaje, concretamente de la semiótica, permitió el desarrollo de un campo científico fascinado por la lectura de diversas formaciones textuales de la comunicación de masas y cuyo propósito ha sido comprender y analizar la producción de sentido y su articulación en torno a los problemas de la región. Los grandes temas de estas investigaciones han abordado los mitos, las narraciones, la comunicación, los medios masivos de la comunicación, los espacios, las ciudades, la arquitectura, la política, entre muchos otros temas que conforman las experiencias de sentido en América Latina. A grandes rasgos, las propuestas de investigación analizan una gama de enunciados con significados cambiantes y sometidos a una constante inestabilidad de sentidos, y a una resemantización dependiente, entre otros factores, de los diversos contextos de producción y recepción. Estas investigaciones proponen la participación en unos proyectos que invocan tiempos y espacios cuya hibridez y reformulación de fronteras textuales redefinen, en algunos casos, lo que una parte de la intelectualidad latinoamericana adscrita a los programas críticos y teóricos de la más reciente teoría semiótica entiende por análisis de discurso.

Las décadas del siglo veinte en que se consolidan los proyectos y propuestas de la semiótica y del análisis del discurso en América Latina corresponden a aquellas que van de la crisis de los modelos económicos de la modernización y las teorías de la dependencia hasta la implantación de las economías neoliberales. Son las décadas de años atravesados por las dictaduras militares, los tiempos de la hiperinflación, las

guerras sucias de la Agencia Central de Inteligencia de EEUU, los exilios forzados y otros tantos escenarios que llevaron al desarrollo de una intelectualidad latinoamericana plural y diversa marcada por los desgarres y las heridas de esos acontecimientos. En gran medida, muchos de los promotores de las agendas teóricas de la semiótica y las ciencias del lenguaje en América Latina pensaron sus proyectos de investigación desde estas especificidades históricas y culturales.

Hubo proyectos como, por ejemplo, la serie dirigida por Beatriz Sarlo y Carlos Altamirano para el Centro Editor de América Latina en Argentina. El Centro Editor, empresa editorial que nació en 1966, cuyo fundador, Boris Spivacow, se colocó desde los márgenes del ámbito privado para fugarse del equilibrio de las disciplinas, las sistematizaciones y las regulaciones impuestas sobre la Universidad de Buenos Aires por la dictadura de Juan Carlos Onganía. La colección Biblioteca Total, dirigida por Sarlo y Altamirano, dio a conocer a través de América Latina a muchos de los autores que sirvieron para la construcción metodológica del estudio e investigación de los signos en el entorno social latinoamericano. Algunos de los best-sellers de la colección fueron *Saussure y los fundamentos de la lingüística*, *El análisis estructural; Literatura y sociedad* y *Léxico de lingüística y semiología*. A este proyecto tenemos que agregar el acuerdo de la Editorial Tiempo Contemporáneo en la Argentina con *Editions du Seuil* de París para publicar a partir de 1969 los número monográficos de la revista *Communications* sobre temas de semiótica y comunicación en la colección Biblioteca de Ciencias Sociales. La serie Comunicaciones de Tiempo Contemporáneo estuvo a cargo de Eliseo Verón y se tradujeron los números *La semiología*, Barthes, Bremond y otros; *Lo verosímil*, Metz, Genette y otros; *Análisis estructural del relato*, Barthes, Greimas y otros; *Los objetos*, Moles, Baudrillard y otros y *Análisis de la imágenes*, Metz, Eco y otros. En Brasil, Jacó Guinsburg fundó la Editora Pers-

pectiva en 1965. Con las colecciones Debates y Estudios, esta editorial llevó al mundo académico brasileño las obras de Charles S. Peirce, Roman Jakobson, Umberto Eco, Tzvetan Todorov y cientos de autores fundamentales para el desarrollo del campo académico de la semiótica y el análisis del discurso.

Junto a estas casas editoriales, la actividad de muchos académicos alrededor de otros proyectos editoriales, como el de las revistas, sirvió para consolidar la intelectualidad del campo semiótico y del análisis del discurso. Armando Sercovich, Eliseo Verón, Óscar Steimberg y Óscar Traversa en la Argentina, Adrián Gimete Welsh en México, José Enrique Fino en Venezuela, Lisa Block de Behar en Uruguay, Haroldo de Campos en Brasil y Rafael del Villa Muñoz en Chile son algunos ejemplos de intelectuales cuyo quehacer se vincula al desarrollo de estas empresas intelectuales. En los programas editoriales que estos intelectuales coordinaron o desarrollaron se publicaron los trabajos más importantes de la teoría semiótica, discursiva y lingüística que ayudó a conformar el campo académico de estos saberes en la región latinoamericana. La heterogeneidad en la formación de estos investigadores del análisis discursivo y semiótico ofreció una espacialidad y una temporalidad reflexiva para analizar incisivamente las formaciones textuales y los acontecimientos apremiantes de la región. Su obra abordó de forma teórica y con profundidad las transformaciones culturales que señalaban una gran erosión de los fundamentos de la modernidad y propusieron una deconstrucción de la homogeneidad central de muchos textos y discursos. Esta deconstrucción de formaciones culturales y textuales colocó en la arena del debate sobre las ciencias del lenguaje la necesidad de pensar una semiótica desde la propia periferia académica latinoamericana, pero asumiendo unas tradiciones semióticas y del análisis discursivo europeo y estadounidense que se convertían en espacios compartidos, donde se intentaban construir unos discursos académicos y

teóricos de la semiótica abiertos hacia la heterogeneidad y marcados por la diferencia y la pluralidad. En muchos aspectos, la teoría semiótica y discursiva que aparecía en los proyectos editoriales iba acompañada de una relectura de textos claves para explorar las nuevas relaciones socioeconómicas de la región.

Por otro lado, estos trabajos editoriales fueron desarrollándose y evolucionando, en general, a partir de la transformación teórico-metodológica de las Ciencias Humanas. Hubo muchas tangencias no sólo con las teorías y conceptos de los llamados Estudios Culturales sajones, sino también con otros territorios como el del psicoanálisis, la antropología y la sociología. No cabe duda de que hay un tránsito por parte de los intelectuales de la semiótica latinoamericana por los discursos de la teoría cultural. Sin embargo, los discursos teóricos se mantienen dentro de la espacialidad y la temporalidad canónica de la semiótica y de las ciencias del lenguaje, como es el caso de las continuas relecturas a la obra de Charles Sanders Peirce por semióticos latinoamericanos.

Cabe puntualizar también la manera en que desde América Latina se elaboró un proyecto semiótico y de las ciencias del lenguaje que rindió cuenta efectiva de los sistemas de comunicación. El trabajo de Eliseo Verón en la Argentina proporcionó el aspecto comunicativo necesario que trascendía la simple estructura del signo y la ilusoria autonomía del sistema que había concebido la lingüística estructural. Al igual que había hecho Roland Barthes, Verón mostró cómo en el segundo orden del lenguaje, el de las connotaciones, quedan impresos los presupuestos, valoraciones y aspectos implícitos e inconscientes de la cultura. Reconoció con Barthes que los signos, además de cargar la doble estructura del significante y significado, también portan dentro de sí, por debajo de su plano inicial primario de comunicación, las connotaciones o significaciones secundarias de la estructura profunda, aspecto que dota



al signo de su intrínseco valor social y lo vincula a la ideología de la cultura, a la vez que reconoce que las connotaciones de un signo son elaboradas a través de la práctica social y cultural de los hablantes.

Los seguidores de esta sociosemiótica abierta por Eliseo Verón en América Latina habrán de destacar la manera en que las connotaciones portan una mayor y más compleja carga de comunicación que las denotaciones. Junto a tales consideraciones destacarán, además, la capacidad del signo para emerger del contexto histórico-social para relacionarse significativamente con la vida cotidiana de los hablantes. Los textos teóricos que escribió Verón durante la década de 1970 y que fueron recogidos en 1987 bajo el título de *La semiosis social, fragmentos de una teoría de la discursividad* examinan la forma en que las representaciones colectivas se estructuran y articulan no como lo hace la sociología convencional, sino desde la estructura profunda del discurso. Muestra Verón que la posible semiosis se deposita más en la descripción (en el texto, en el significante) que en el objeto o referencialidad al cual apunta.

La obra de Eliseo Verón sirvió para mostrar los límites y el alcance del estructuralismo lingüístico en los estudios del discurso y el texto, a la vez que mostró el impacto que tuvo la noción de signo de Saussure y abrió a una semiótica del interpretante peirciano. Verón se ocupó, más allá del signo, del sujeto que articula, a niveles altamente simbólicos, desde la contingencia histórica y escritural. Verón comparte con pensadores como Barthes, Kristeva y Derrida su interés de hurgar en los significantes por medio del juego transgresor del interpretante. Cuando se buscan los límites que le ofrecen sentido final a un significante, sólo se encuentran otros significantes ocultos e implícitos que han adquirido su autoridad de manera arbitraria pese a que sostienen un estatus trascendental obtenido en algún momento inicial.

Verón se plantea romper con muchos de los atolladeros del estructuralismo lingüístico al considerar el lenguaje como un fenómeno de la comunicación que se explica más allá de su propia forma y estructura. Al igual que para el filósofo del lenguaje, Mijail Bajtín, en Verón el discurso es unitario y concreto, se reconoce como la expresión de un individuo en particular dentro de sus fuerzas supra-personales y de dialogicidades que conllevan aspectos socio-ideológicos de la cultura. Se entiende en Verón cómo la actividad del receptor no es la de un lineal descodificador, pues su ejercicio se muestra mediado por una intervención dinámica y problemática que procede de la cultura. El sentido polisémico y multívoco no transcurre en el signo mismo sino en la capacidad de posicionarse en relaciones dialógicas humanas. En esto, el contexto le parece determinante en el sentido que podrían adquirir las proposiciones, porque este contexto suple los juegos de multiplicidad de significados implícitamente inmiscuidos. De esta forma Verón dice: “la lengua es el medio que asegura, gracias a los elementos y a las reglas de un código común al destinador y al destinatario, el intercambio de significaciones” (Verón, 1987: 78).

En las últimas décadas del siglo veinte se abrió una serie de debates en el campo de la semiótica y del análisis discursivo principalmente en México, Chile, Argentina y Brasil en torno a las teorías de autores como Greimas, Bajtín, Lotman, Todorov, Derrida, Foucault, Eco, Benjamin y Lacan, entre otros. Veamos la aportación de tres de estos autores a la discusión en América Latina de los temas centrales de las ciencias del lenguaje durante las décadas de 1980 y 1970: Greimas, Derrida y Eco.

Las ideas de Greimas mostraron que el signo por sí solo no es capaz de significar si no ingresa en el ensamblaje de estructuras de significación (semántica estructural) con un código de distribuciones binarias. Greimas busca el origen de la producción del significado dentro del lenguaje o sistema binario mismos. Para Greimas, quie-

nes articulan el discurso son los actantes, como lo es en el caso de dos esposos que al hablar se comprometen con el discurso propio de los casados. Los aspectos particulares extra-discursivos de las significaciones de los dos esposos no sería materia relevante para Greimas, sino las significaciones particulares, el discurso que este tipo de relación ya de por sí reclama. En este sentido, no habría un sujeto empírico localizable dentro de la producción del sistema mismo en lo que se refiere a esta modalidad analítica; la ubicación de este sujeto ulterior pertenecería a una ontología.

En lo que se refiere a Jacques Derrida, la discusión acerca de su obra *De la Gramatología* giró en torno a la manera en que el filósofo francés acepta los conceptos saussureanos de significado/significante, lengua y habla y diferencia pero rechaza el que se privilegie uno sobre el otro. El habla y la escritura (parte del campo de la lengua) aparecen como dos sistemas distintos de signos y la escritura se concibe con el sólo propósito de representar la primera. Derrida critica la preferencia que la cultura occidental ha depositado en el lenguaje hablado y la creencia de que existen signos que aparecen relacionados con un origen y con un espacio primordial y natural en que se manifiesta el habla en su supuesta pureza. Para Derrida, el signo no transporta a un referente contextual fijo (no apunta a algo que está ahí o estuvo allí en la realidad), ni aparece conectado con un origen metafísico, siempre presente o divino. El signo en su inestabilidad, antes que a un contexto refiere más bien a otro signo, sustituye un significante por otro significante, y porta dentro de sí huellas de otros signos que ha excluido, desplazado u olvidado. Frente a la cultura que tiende a ubicarse en el espacio de uno de los polos de la diferencia (el bien, la justicia, el alma, el sujeto), Derrida considera que se debe subvertir las oposiciones de los signos y reconocer que uno aparece y existe precisamente mediante el otro.

La obra de Umberto Eco había comenzado a circular desde la década de 1960 en

América Latina. Cuatro de sus libros, *Obra Abierta*, *Apocalípticos e integrados*, *La estructura ausente* y *Tratado de Semiótica General*, marcaron muchos programas y proyectos de comunicación en la región. Eco demuestra cómo Saussure no tuvo en cuenta los objetos de la referencia y cómo Peirce sólo tomó en consideración los objetos referenciales cuando discutió las señales y los íconos. Si como referente se toma lo nombrado o designado por una expresión (signo), hay que suponer que esta expresión o signo antes que designar un objeto de la realidad, se refiere a un contenido cultura en la conciencia del hablante. De ahí que entidades inexistentes en el espacio de lo real-empírico como el unicornio o la sirena, puedan entenderse como categorías portadoras de valor y significación en la cultura. El significado de un signo o término viene de ese modo a ser la unidad que la cultura ha definido como algo distinto a otra persona (persona, localidad, sentimiento, idea, alucinación). De acuerdo con Eco, para comprender el signo y su posición dentro de un orden más amplio (el sistema, el contenido cultural), se requiere tener en cuenta el campo semántico en su totalidad como estructura capaz de conectar los signos entre sí y conferirles organización y sentido. La competencia adquirida por el usuario de la lengua resulta aquí clave y de importancia porque ese campo semántico pertenece a la lengua de la cultura y se adquiere por insumo preconsciente.

## Reflexiones del siglo veintiuno

Las tensiones teóricas y culturales de finales del siglo veinte pasaron al nuevo siglo. El comienzo del siglo veintiuno estuvo marcado por los encuentros y desencuentros entre muchos postulados teóricos y filosóficos de la semiótica, las ciencias del lenguaje y la teoría cultural, en general. En algunos autores encontramos un escepti-

cismo y muchas veces un nihilismo atado a ciertas concepciones del lenguaje como las propuestas por Derrida. Estos autores llegarán a considerar, entre muchas otras cosas, y en contra de los más esenciales principios de la modernidad, que la libertad y la verdad no se alcanzan meramente a través del auto-conocimiento y la reflexión (contra el señalamiento hegeliano). Consideran que incluso en la búsqueda de la reflexión misma el sujeto se enfrenta a una construcción condenada por la negatividad y la tautología. Entienden que el análisis último que se podría realizar con un discurso no se alcanza porque el objeto en cuestión es el sujeto mismo constituido en el lenguaje, en el discurso bajo investigación (Barthes, sobre todo, lo reconoce así). Muchos críticos como Frederic Jameson, Jürgen Habermas y Terry Eagleton reprocharon a Derrida el haberse sumergido en un juego metafórico propio de la sociedad capitalista del consumo (juego) ilimitado y de la producción desbordante y excesiva de mercancía.

Muchos autores se propusieron salir del cerco nihilista y narcisista que les podría imponer el subjetivismo del discurso y la intra-textualidad. Se propusieron escapar de las sincronías de la significación, recuperando el concepto del sujeto humano en el devenir. Hay pensadores que siguiendo a Foucault reconocen la sub-consciencia invisible y subliminal y el poder del símbolo o de los significantes imaginarios que resaltan Lacan y Althusser. Se fijan en el deseo y la fuerza del cuerpo que señalan Deleuze, Guattari y Baudrillard y toman en cuenta la acción inter-comunicativa que propone Habermas. Muchos superan de esa manera la estructura aislada e inmanente que suele inmovilizar al estructuralismo, y de la cual muchos no se liberan al seguir pensando que no hay nada fuera del texto.

Muchos estudiosos de la semiótica y del análisis del discurso en América Latina han perseguido los aspectos psicoanalíticos y socio-culturales que agencian al sujeto me-

diatizado por el lenguaje y el símbolo comercial del consumo. Se trata de críticos que se colocan más allá de la propuesta del paradigma simple de la modernidad y consideran al capitalismo como una fuerza englobante, un significante de violencia. Los contextos de estas nuevas discusiones se dan dentro de los nuevos derroteros de la comunicación inmersos en la amplia gama de culturas audiovisuales y la tecno-información. El mundo escritural que legó Gutenberg se ha mudado hacia la galaxia digital e iconográfica del oído, la mirada y recientemente el tacto sin requerimientos conceptuales verticales y profundos, sólo sentidos superficiales y horizontales. De ahí que la semiótica y el análisis del discurso reflexionen sobre el mundo de la imagen y las investigaciones profundicen en los modos de sentir y percibir lo visual-auditivo-táctil. En unos tiempos dominados por la guerra, el complejo militar industrial y la organización del espacio citadino, emerge la noción del perpetuo accidente y la búsqueda de velocidades que dependen de juegos destructores. Las nuevas tecnologías de comunicación de masas convierten la industria cultural en el medio de mayor influencia en la restructuración de valores y conductas de los sujetos en sociedades creadoras de nuevas fronteras y de juegos virtuales y reales. En estos nuevos contextos, la semiótica y el análisis del discurso proponen estudiar tres estadios de la comunicación que se transmiten en los tiempos tardomodernos y ciberinformáticos. Primeramente la comunicación cara a cara, en la cual los intercambios de signos operan mediante la oralidad y correspondencias simbólicas. Luego la comunicación realizada por medio de textos escritos y que había iniciado la tecnología de la imprenta moderna. Finalmente se lanza a estudiar y a investigar el intercambio semiótico de las tecnologías mediáticas de estímulos informáticos que organizan al sujeto en la cultura y la sociedad, donde los primeros dos estadios se articulan de manera acelerada y espectacular, y corresponden al presente de la cultura cibernética.

Mucha de la semiótica en la era de la micro-electrónica de la globalización y de las interacciones tecno-semióticas con sujetos más maquinales y ciber-dirigidos investiga la forma en que los sujetos se reajustan al inhumano mundo técnico, en el cual en muchas ocasiones lo único que le espera es ser un ciborg más al servicio del nuevo comando electrónico, cada vez de mayor apoderamiento virtual. La semiótica y el análisis del discurso observan una estética tecno-informática que, antes que comunicativa, tiende a fundamentarse en lo eficaz y en la inmediatez del instante. Las investigaciones se orientan a escudriñar la red ideológica de lo atractivo para el consumo a nivel local y global. La semiótica y el análisis del discurso confrontan unos objetos de estudio donde la memoria, el sentimiento y los símbolos complejos y tridimensionales tienen menos protagonismo y validez.

Dentro de estos nuevos contextos de la semiótica y el análisis del discurso, nace con el nuevo siglo el proyecto editorial *deSignis*, a cargo de Lucrecia Escudero Chauvel. Este proyecto que comenzó en septiembre de 2001 propone una semiótica histórico-social de los discursos, identidades, subjetividades en el contexto de nuevas posiciones ante unos textos que plantean con urgencia y pasión la problemática política y sociocultural que el nuevo siglo trajo para América Latina. Tal vez este sea el aspecto diferenciador de los ensayos *deSignis*, los cuales, proponen unos acercamientos semióticos y discursivos por los espacios complejos y múltiples del quehacer cultural del nuevo siglo. Los artículos de cada número de la revista *deSignis* muestran un trabajo intelectual semiótico desde el entrecruzamiento arriesgado y peligroso de saberes encontrados, desde la reflexión sobre las complejas relaciones entre lenguaje y poder. Por más de una década y más que ningún otro proyecto semiótico reciente de la región Latinoamericana, encontramos en *deSignis* una intelectualidad que aborda las tensiones político-culturales entre saber, discurso, lengua, conocimiento y

sociedad. La elaboración teórica que *deSignis* expone en sus páginas configura un espacio teórico y enunciativo semiótico para el análisis de los espacios que surgen con las nuevas significaciones y experiencias de sentidos del nuevo siglo. El proyecto *deSignis* trabaja los temas de la contemporaneidad latinoamericana desde una semiótica inscrita en el espacio de la crítica cultural, como práctica coyuntural y como torsión estética. Se acentúa en algunos números la pulsión indisciplinada de la estética, y nos propone en su programa una revista de teoría semiótica y crítica que recorre unos territorios porosos, elásticos y heterodoxos. Hay en *deSignis* una preocupación por el discurso estético a la vez que por los grandes temas de la semiótica contemporánea. Es por ello que sus páginas son un territorio habilitado y habitado por las posiciones en movimiento de los propios textos que publica: ensayos de investigación científica, reseñas, documentos, entrevistas, obras gráficas, performances escriturales y arte conceptual. En un momento en que la capacidad científica del lenguaje se banaliza ante el discurso massmediático, *deSignis* es capaz de reclamar una investigación semiótica inquieta que conmociona al interior mismo del quehacer científico. *deSignis* asume que hacer investigación semiótica y análisis discursivo implica permutar, transitar o viajar entre espacios inciertos y a veces efímeros.

Los temas de cada número de *deSignis* se plantean como unos espacios inestables, atravesados y contaminados por múltiples formaciones discursivas. Los debates y posturas de los ensayos de *deSignis* nos muestran que los espacios tradicionales de la semiótica y el análisis discursivo pierden su sentido unívoco y estallan en diversos quehaceres y formaciones discursivas. Esto hace que la mirada hacia la semiótica se dé desde la multiplicidad de espacios teóricos que convergen y dialogan entre sí.

A pesar de que la revista exalta la condición del intelectual semiótico ante los nuevos retos de la cultura contemporánea, es capaz de mantenerse dentro de la referencia-



lidad latinoamericana para problematizarla. Esto es lo que permite que las investigaciones presentadas en los números de la revista guarden entre sí la comunidad de la diferencia cuestionadora, dislocadora, deconstructora, que posibilita que cada número obre su itinerario a la vez que hable desde la experiencia global y latinoamericana. Este sentido de América Latina permite la problematización del espacio de la experiencia vivencial, sin caer en la frustración o crisis de legitimación, como sería el caso de muchos intelectuales que hablan desde su experiencia de la diáspora o del exilio, y que circulan por las universidades metropolitanas europeas y estadounidenses.

El grupo de trabajo se organizó a partir de una convocatoria donde se argumentaba que las diversas orientaciones dentro del ámbito comunicacional de la noción de discurso perfilaban una pluralidad de intereses e investigaciones. En gran medida, como se observaba a través de la bibliografía existente en aquel momento, estas investigaciones comprendían una gama de temas e intereses, desde el análisis textual hasta el estudio de los intercambios comunicativos de la conversación. Ocupaba un lugar preferencial al referirnos a la categoría “discurso”, la noción de sentido discursivo, es decir, la relación entre discurso y producción de sentido cobraba fuerza en la producción investigativa.

## **GT Discurso y Comunicación, Conclusión**

Culminamos esta reflexión en torno a la investigación sobre la semiótica y el análisis discursivo en comunicación retomando las palabras con las que comenzamos. Es decir, convocando el Grupo de Trabajo sobre Discurso y Comunicación de la Asociación Latinoamericana de Investigadores de Comunicación, ALAIC. En el mun-

do moderno en que surgen nuevos modos de comunicar, uno de los campos más fértiles y más privilegiado por los investigadores siempre fue el del análisis textual. ALAIC ha reconocido y promovido estos estudios a través del Grupo de Trabajo Discurso y Comunicación. Los investigadores que se incorporaron a este grupo de trabajo se dieron a la tarea de innovar las propuestas teórico-metodológicas de este tipo de investigación. Sus marcos referenciales y propuestas estaban muy lejos de las diversas vertientes de las ciencias del lenguaje de las décadas de 1960 y 70, cuyos esfuerzos hoy en día nos parecen simples ejercicios metodológicos encerrados en una hermenéutica estéril.

El énfasis en investigar, entre otros, los procesos de la recepción textual y la producción simbólica llevó a replantear la necesidad de reorientar las investigaciones del análisis discursivo. Por ejemplo, la incorporación de los postulados de antropólogos como Clifford Gertz, padre de la llamada nueva antropología estadounidense, sirvió en muchas instancias para problematizar la manera en que estudiaban la diversidad de procesos culturales, tal como los procesos de producción, recepción y reproducción simbólica. Con estos nuevos derroteros teóricos y metodológicos con que cerraba el siglo veinte y despuntaba el veintiuno, el grupo de trabajo de Discurso y Comunicación se propuso trabajar el tejido textual como el lugar de producción semiótica, en donde texto y discurso representan perspectivas complementarias, que se colocan en un mismo nivel al momento de la producción de sentido.

A partir de esta reorientación y de los nuevos derroteros en la investigación reciente en la comunicación social, las investigaciones que se han presentado en los diversos congresos de ALAIC por parte del grupo de trabajo de discurso y comunicación muestran los hallazgos y proponen investigaciones donde la noción de discurso se presenta como el lugar de manifestación de los procesos de significación, produc-

ción simbólica y construcción de sentido. Estas manifestaciones discursivas se articulan a través de unas formaciones textuales donde convergen e interactúan diversidades y pluralidades de sujetos.

Desde esta perspectiva, el grupo de trabajo Discurso y Comunicación siempre concibió la noción de discurso como una categoría social. En general, los hallazgos y conclusiones de las investigaciones a través de todos estos años siempre mostraron la noción de discurso como el lugar de embate entre las formas de organización social y los sistemas de signos para la producción y su reproducción. Por lo tanto, mostraban estos trabajos que el discurso produce, reproduce o transforma los conjuntos de significados o valores que organizan al grupo cultural, es decir, queda constituido a partir de la interacción entre un conjunto de enunciados y un conjunto de acciones. Esta reorientación en la noción de discurso llevó a que las propuestas del grupo se abrieran hacia la discusión y problematización de los procesos sociales inscritos en la multiplicidad de discursos que son articulados mediante la interacción comunicativa llevada a cabo entre diversos sectores culturales y la variedad de formaciones textuales que se generan a través de las diferentes tecnologías y procesos de la comunicación e intercambios comunicativos.

A grandes rasgos, podríamos ubicar a la mayoría de los trabajos que han sido presentados en dieciséis años y nueve congresos en cuatro grandes ejes transversales: 1) el estudio de las estructuras textuales y el trazado de recorridos narrativos; 2) la reflexión filosófico-semiótica; 3) la investigación semiótica de trazado sociocultural; y 4) las lecturas de textos/discursos y sus matrices culturales. La diversidad del mundo académico hace que existan diferentes enfoques al análisis semiótico y discursivo. Sin embargo, no cabe la menor duda de que la riqueza y la aportación del intelectual latinoamericano que trabaja e investiga desde la semiótica y el análisis del discurso

han sido fundamentales para el desarrollo teórico de la disciplina y de las ciencias del lenguaje en general.

## Bibliografía Mínima

ALTHUSSER, LOUIS. (1970). *Freud y Lacan*. Anagrama, Barcelona.

BARTHES, ROLAND, ET. AL. (1970). *La semiología*. Editorial Tiempo Contemporáneo, Buenos Aires.

BARTHES, ROLAND, ET. AL. (1970). *Análisis estructural del relato*. Editorial Tiempo Contemporáneo, Buenos Aires.

BAUDRILLARD, JEAN. (1979). *El sistema de los objetos*. Siglo XXI, México.

BENVENISTE, ÉMILE (1973). *Problemas de lingüística general*. Siglo XXI, México.

DELEUZE, GILLES Y FÉLIZ GUATTARI. (1974). *El antiedipo: capitalismo y esquizofrenia*. Seix Barral, Barcelona.

DERRIDA, JACQUES. (1971). *De la gramatología*. Siglo XXI, México.

EAGLETON, TERRY. (1976). *Marxism and Literary Criticism*. Methuen, London.

ECO, UMBERTO. (1968). *Apocalípticos e Integrados*. Editorial Lumen, Barcelona.

(1974) *La estructura ausente: Introducción a la semiótica*. Editorial Lumen, Barcelona.

(1976) *Tratado de semiótica general*. Editorial Lumen, Barcelona.

FOUCAULT, MICHEL. (1970). *La arqueología del saber*. Siglo XXI, México.

GEERTZ, CLIFFORD. (1973). *The Interpretation of Culture*. Basic Books, New York.

GREIMAS, ALCIDES JULIEN. (1971). *Semántica Estructural: Investigación Metodológica*. Editorial Gredos, Madrid.

HABERMAS, JÜRGEN. (1987). *Teoría de la acción comunicativa*. Taurus, Madrid.

JAMESON, FREDERIC. (1972). *The Prison House of Language: A Critical Account of Structuralism and Russian Formalism*. Princeton University Press, Princeton.

LACAN, JACQUES. (1972, 1980). *Escritos I y II*. Siglo XXI, México.

LOTMAN, JURI. (1979). *Semiótica de la cultura*. Cátedra, Madrid.

LYOTARD, JEAN FRANÇOIS. (1979). *Discurso y figura*. Gustavo Gili, Barcelona.

METZ, CHRISTIAN, ET. AL. (1972). *Análisis de las imágenes*. Editorial Tiempo Contemporáneo, Buenos Aires.

PEIRCE, CHARLES SANDERS. (1974). *La ciencia de la semiótica*. Ediciones Nueva Visión, Buenos Aires.

VERÓN, ELISEO. (1987). *La semiosis social: Fragmentos de una teoría de la discursividad*. Editorial Gedisa, Buenos Aires.

# INVESTIGACIÓN LATINOAMERICANA DE RECEPCIÓN: UN LARGO CAMINO ANDADO, UNA HISTORIA VIVA PARA CONTAR

| **Nilda Jacks**

| **Guillermo Orozco Gómez\***

## **1 Historia del sub-campo en América Latina**

Los llamados “análisis de recepción” o “estudios cualitativos de audiencia” en América Latina constituyen un subcampo de investigación fértil que se ha desarrollado

a lo largo de más de cuatro décadas con altibajos, como suele suceder con la investigación académica. No obstante, ha sobrevivido y sobrevive aún a los más recientes y feroces desafíos por parte de sus mismas audiencias, cada vez más migrantes y móviles, así como por parte de algunos investigadores que quisieran desconocerlas y asumirlas con nombres como usuarios o prosumidores. Pero también y debido a la siempre anunciada muerte de la televisión, pantalla preferente de la mayoría de los estudios específicos de recepción.

A diferencia de otros subcampos, éste de los estudios de recepción, ha sufrido también de falta de legitimidad a lo largo de su historia, ya que tradicionalmente otros objetos como los mismos medios y sus mensajes detentaban mayor peso específico para la investigación científica. A su vez, la investigación de la recepción ha sido objeto de confusiones ya que, en muchos de los abordajes académicos iniciales, ha quedado constreñida a “preferencias programáticas”, mientras que, desde las empresas mediáticas y la industria de la publicidad, el foco de atención se ha concentrado en mediciones del visionado de los televidentes, eclipsando con la obtención de los *rating* todo el tema de la recepción y sus audiencias.

Durante las primeras dos décadas, desde la mitad de los 60s, cuando se publicaron los primeros estudios de recepción de los que se tiene noticia -en México y en Colombia<sup>42</sup>- hasta mediados de los 80s aproximadamente, las “mediciones de *rating*” se apropiaron del nombre: *estudios de audiencia*. Fue hasta fines de la década de los 80s, entonces, que se dio la pelea a nivel internacional dentro de la IAMCR -*International Association for Media and Communication Research*- para establecer la categoría de “*Estudios Críticos de Audiencia*”, diferenciando así otros estudios realizados con metodología cualitativa, que un grupo de investigadores habían iniciado desde la academia misma y con una perspectiva crítica de investigación<sup>43</sup>.

Así, desde los años 80 se marcaron dos rutas paralelas: estudios críticos de audiencia y estudios “administrativos” principalmente de *rating*, que siguieron su propio camino en los estudios de recepción –y de comunicación en general- y que sólo en excepcionales circunstancias se han retroalimentado mutuamente. Fenómeno que no ha sido gratuito sino consecuencia de formaciones académicas y socioculturales distintas. La comunidad latinoamericana de estas primeras décadas de investigación de la recepción por lo general despreciaba la perspectiva cuantitativa que sustentaba las mediciones de audiencia, lo cual tuvo consecuencias ideológicamente muy impactantes en el discurso, pero metodológicamente negativas al impedir a una buena parte de los investigadores latinos hacer uso de los hallazgos y propuestas para el estudio de la recepción procedentes del mundo anglosajón y, sobre todo, de los Estados Unidos. El caso paradigmático es el del clásico libro *Personal Influence*, de Katz y Lazarsfeld, publicado en 1955 y que causó un gran debate en Norteamérica, pero que sólo hasta hace unos pocos años se tradujo al español, mostrando con ello la falta de interés de los académicos latinoamericanos por las contribuciones norteamericanas a los fenómenos de la recepción y sus audiencias. Lo mismo puede decirse del libro de Williams *Television: technology and cultural form*, de 1973, que resultó un caso similar ya que apenas hasta hace poco se llevó a cabo su traducción al español. Ninguno de los dos está traducido al portugués.

## Un contexto sociopolítico en ebullición

La trayectoria de los estudios latinoamericanos en el ámbito de la recepción de medios arranca entonces no sólo con el desinterés hacia lo norteamericano y lo cuantitativo, sino también con el enfrentamiento entre la perspectiva funcionalista y la



formación de un pensamiento crítico emergente en algunas partes del continente. Pensamiento este que rebasaba el área específica de la comunicación, por supuesto, pero en el cual la comunicación, en tanto disciplina y campo de análisis, también participaba de manera protagónica. La vertiente funcionalista entendía a los medios de comunicación como instrumentos de transformación social, con una apuesta en la comunicación para el desarrollo. La otra vertiente operó con una comprensión de los medios de comunicación como aparatos ideológicos del Estado, que reproducen la ideología que mantiene los principios de dominación.

En la primera perspectiva la audiencia era pensada a través de la noción de efectos y sujetos pasivos, vulnerables y manipulables fácilmente, en la segunda, de diversas maneras, entre sujetos activos, pensantes y negociadores susceptibles de convertirse en audiencias críticas. La primera línea de investigación se apoyaba principalmente en el análisis de contenido y cambios de opinión entre sectores de audiencia, la segunda, de carácter más crítico, en la economía política (Lozano y Frankenberg, 2008).

Como corolario de este nuevo rumbo en los estudios de recepción, durante la década siguiente aparece un fuerte componente vinculando poder e ideología, lo que interesó a los estudios de mensajes en la búsqueda de su estructura de significación y a los estudios de los medios en la búsqueda de las estructuras de poder.

En los mismos años 70, bajo una serie de dictaduras que ocurren en algunos países latinoamericanos, se atestigua la emergencia de diversos movimientos de resistencia a los gobiernos autoritarios, lo que engendró, a su vez, prácticas de comunicación alternativa y popular. En esta perspectiva, emisores y receptores ganan otro estatuto, ya no como simples partes del proceso de comunicación, sino como agentes histó-

ricos que se relacionan en un intercambio horizontal y democrático, como ciudadanos.

El *mediacentrismo*, concepto atribuido a Jesús Martín Barbero, cede un espacio para otro tipo de análisis que le concede a los procesos de comunicación énfasis en el ámbito de la recepción y del consumo cultural, donde los trabajos de García Canclini y el mismo Martín Barbero marcaron la configuración de una perspectiva más abierta a los contextos culturales. Ya estamos hablando de la década de los 80, y esto fue un paso para hablar de mediaciones, lo que sirvió para ampliar el debate sobre los estudios de recepción y consumo cultural en América Latina.

Desde la mitad de esta década el estudio empírico de “lo comunicativo” y, en especial de la recepción, cobró un auge importante en algunos países tales como Chile, (Fuenzalida y Edwards, 1984), Colombia (Martín Barbero, 1987), México (Montoya y Rebeil, 1984; Orozco, 1988) y Brasil (Fisher, 1984, Silva, 1984) donde se hicieron propuestas y análisis vinculados a la cultura, la política y, en especial, a la educación de las audiencias. Así, “la combinación de circunstancias histórico-políticas y culturales con la renovación de las teorías en circulación, da lugar a las condiciones para que el espacio de recepción pueda ser problematizado de una forma diferente a la que se había planteado hasta ese momento” (Clua, Escosteguy, Jacks, 2010).

En la década de los 90 se observa un crecimiento de la investigación empírica en varios países latinoamericanos. Ésta es quizá la etapa de consolidación de los estudios de recepción y audiencias en el continente. En estos años creció el interés de los investigadores, y de las universidades también, por la recepción de medios, y por auspiciar equipos de investigación y hasta programas institucionales para ubicar diferentes proyectos de investigación, tales como fueron en México los casos del

*Programa Institucional de Investigación en Comunicación y Prácticas Sociales (PROI-COM)*, de la Universidad Iberoamericana, y el *Programa Cultura*, de la Universidad de Colima. En ambos se generó lo que podría ser comparable a una incipiente escuela de estudios de la recepción, tanto por las publicaciones generadas<sup>44</sup> en cada uno de estos programas como por la conjunción de equipos de investigadores muy calificados trabajando ejes en común: *Los Frentes Culturales*, en el caso del programa de Colima, y las “*Mediaciones múltiples*” en el de la Universidad Iberoamericana (Orozco *et al.* 2011). Entretanto, de acuerdo con Maria Immacolata Vassallo de Lopes (2002: 30), el caso brasileño contrasta con el resto del continente, pues no se conformaron equipos de investigación para trabajar en proyectos integrados o multidisciplinares, tal como sí sucedió en los casos de la telenovela en Colombia (Martín Barbero y Muñoz, 1992), el de la relación entre niños y televisión y otros varios en México (González, 1991, Orozco, 1992), los de educación para la recepción activa en Chile (Fuenzalida, 1987), entre otros.

En todo caso, los análisis de recepción y audiencias si bien han sobrevivido y hoy, en el siglo XXI, se fortalecen ampliando su espectro, no han estado exentos de problemas conceptuales, sobre todo de deficiencias estratégicas y metodológicas (Lozano y Frankenberg, 2008) y han sido objeto de ideologizaciones y reduccionismos. Dos grandes tipos de problemas saltan a la vista. Por una parte, una sobreimposición ideológica a muchos de los análisis empíricos, pues se tuvo en América Latina la idea compartida de que los efectos de los medios sobre sus audiencias eran siempre negativos. O para decirlo de otra manera, la influencia de los medios masivos, especialmente de la televisión, predominantemente comercial, privada, no podía ser una influencia positiva. Esto no sólo sesgó algunos estudios, sino que casi nunca tuvimos “efectos positivos” de los medios en sus audiencias, ya que no “saltaron a la vis-

ta!” como resultado de investigaciones empíricas. Por otra parte, y aún sin buscarlo intencionalmente los investigadores, el “sujeto audiencia” fue analizado sólo como audiencia o sólo en su papel de audiencia, no como sujeto. Esto provocó la descontextualización histórica, sociocultural y política de las audiencias en muchas de sus investigaciones.

A su vez, la veta de estudios de recepción de telenovelas iniciada en tres países -Colombia con Martín Barbero y Muñoz (1991), México con Jorge González (1991) y Brasil con Ondina Fachel Leal (1986), Nilda Jacks (1993) y Maria Immacolata Vassallo de Lopes (1997; 2002)- permitió salir de esa tendencia pesada ya que mostraron una manera distinta de abordar la relación medios-audiencias, la cual permitió reconocer el producto mediático por parte de las audiencias en un clima donde la cultura era el escenario de la recepción.

Así, entre otros avances más recientes, hacia el final del siglo se destaca el que tiene que ver con ese personaje central que es “el sujeto” –que ya no fue ni es más “el lado oscuro de la recepción” (Wilton de Souza, 1995)- tal como lo era hasta los años 80. Este “eterno sujeto receptor”, en singular, y las “siempre audiencias”, en plural, se han ido haciendo visibles y van transitando y tomando forma y presencia diversificada en distintas publicaciones, y se los puede reconocer como tales en sus múltiples procesos, perfiles y roles nuevos, viejos y reciclados.

Las audiencias y los procesos varios de “audienciación” en América Latina continúan en el siglo XXI de manera diversificada, con cambios y mutaciones, pero también con resistencias. Al igual que las etapas o estadios comprobados en el proceso latinoamericano de la modernidad tardía (Martín Barbero, 2009), los modos de estar siendo audiencias no se agotan con lo nuevo, en este caso con las nuevas pan-

tallas, ni con otras formas de estar conectados a los dispositivos tecnológicos, ni se hacen obsoletos unos a otros con la era digital. Sus convergencias e interactividades coexisten.

Ni los medios de comunicación tradicionales tales como cine, radio y televisión están enfilándose hacia la muerte (Carlón y Scolari, 2009), como algunos deslumbrados autores han querido profetizar, ni los viejos modos de interactuar se terminaron. Conviven también con los nuevos, para bien o para mal, se reacomodan y se descubren en la investigación, a veces más fuertes que nunca (Winocur, 2009 y Repoll, 2010). Ni siquiera la interacción creciente con la Internet aniquila o extirpa los tradicionales y tan cuestionados roles de “espectadores” (pasivos) entre sus usuarios, ni mucho menos Internet es garantía de una verdadera participación horizontal (Orozco, 2011; White, 2006).

## 2 La inserción al debate internacional

Varios autores, entre ellos Moragas (2011), reconocen que la aportación de la academia latinoamericana de investigadores de la comunicación, en general, y de la recepción, en particular, al entendimiento de estos fenómenos comunicativos, se centra en la dimensión cultural en la que proponen inscribir las problemáticas abordadas. Esto ha significado un abandono del determinismo tecnológico que Mattelart (2005) ha atribuido a muchos autores, entre ellos al mismo McLuhan. Asimismo, otra contribución latinoamericana a la investigación internacional ha estado en el concepto de “prácticas sociales” como “prácticas de comunicación” (Martín Barbero, 2000), lo cual ha contribuido a eliminar el individualismo y el funcionalismo de algunos modelos como el de “Usos y Gratificaciones”, centrado en lo íntimo e irreplicable de

audiencias -individuos, átomos enfrentados a sus necesidades comunicativas como motivación para vincularse con los medios masivos (Orozco, 2012).

Desde la academia europea, Philip Schlesinger y Nancy Morris (1997) identifican las propuestas de Martín Barbero, Jorge González y García Canclini como innovadoras, en la medida en que ellos “ponen de manifiesto la forma en que la cultura popular escapa al poder de las industrias de los medios de comunicación internacional y dan rienda suelta a las demandas y los intereses populares”, (1997: 61), tal como también lo hace Robert White (1994), quien distingue el exitoso trabajo de Martín Barbero en su conocida propuesta de las mediaciones. La reconoce inserta en el marco de una “hegemonía negociada” y, por lo tanto, vinculada al pensamiento de Antonio Gramsci. Por otra parte, destaca también la importancia para el análisis cultural de otra categoría barberiana que es el “mestizaje cultural”. White (1994) cita la obra de Jorge González, en el mismo prisma de exploración y a la luz del concepto de hegemonía, que a su vez sustenta la idea de los frentes culturales, y también la labor de Guillermo Orozco, porque empíricamente explora las interacciones entre los diferentes grupos que componen escenarios de recepción de TV. El danés Klaus Jensen (1998) resalta la contribución de algunos estudios latinoamericanos a una comprensión no dualista entre “estructura y agencia”, especialmente en la recepción comparativa de noticias internacionales, y su compatriota Thomas Tufte mantiene un largo diálogo con los estudios latinoamericanos desarrollando investigaciones empíricas que exploran realidades locales (Tufte, 2000; Jacks, Capparelli, 2006).

Estas mismas formulaciones teóricas fueron destacadas por el norteamericano Horace Newcomb (2000), quien vio al mundo latinoamericano a la vanguardia de la investigación en comunicación, citando tanto a Martín Barbero como a Néstor García Canclini pues considera que ambas reflexiones constituyen frentes de innovación,

contradiciendo con ello la idea de que la investigación fuera del “primer mundo” va siempre atrasada. También destacó que los investigadores de la región desafiaron la noción generalizada de que Latinoamérica está compuesta por un conjunto de países víctimas del sistema de comunicación global y, por lo tanto, están sujetos a la homogeneización y la subyugación, inclusive teórica.

También desde EEUU, James Lull (1994) destaca la aportación de estudios latinoamericanos de recepción específicamente para el entendimiento más integral de la relación de las familias con la TV y de la influencia de ésta en la formación y socialización de los hijos pequeños.

Además de estos importantes teóricos que reconocen, entre otros, la contribución y originalidad de los enfoques latinoamericanos, es relevante destacar las publicaciones latinoamericanas de circulación internacional que dan a conocer nuestra producción. Para citar algunas: Revista *Anthropos* número 219 publicada en Barcelona dedicada a Jesús Martín Barbero; el libro “Contemporaneidad Latinoamericana y Análisis Cultural” publicado en Madrid y Berlín sobre el encuentro con Martín Barbero para debatir la cultura del continente; el libro de Guillermo Orozco “Televisión y audiencias. Un enfoque cualitativo”, publicado en Madrid (1996) y la revista *Comunicar* publicada en Madrid cuyo número 30 fue coordinado por Guillermo Orozco (sobre Audiencias y Pantallas en América, 2011).

### **3 Los paradigmas teóricos, las metodologías y las tendencias de la investigación**

Un mapeo que englobe a todo el continente corre el riesgo de dejar fuera ciertas propuestas que han sido menos visibles tanto por motivos internos como externos al campo, y que no por esto son menos importantes. Es en este punto que se encuentra un cierto consenso entre los analistas del área sobre las principales corrientes (Jacks, 1996, 1996a; Lozano, 1996; Saintout, 1998; Grimson y Varela, 1999) que se desarrollaron y tuvieron un impacto en la investigación local, con reserva de que no todas en la misma proporción (algunas de ellas, más que corrientes ya firmadas, se constituyen más como proposiciones conceptuales y metodológicas).

Desde esta perspectiva podemos adelantar que las corrientes del “consumo cultural” (García Canclini) y de los “frentes culturales” (Jorge González) no se consolidaron como referencias teórico–metodológicas en el análisis específico de la recepción, pues se configuraron, más bien, como contribuciones comprensivas de la cultura contemporánea, donde se destaca la experiencia de los sujetos como un todo, más que a partir de su sola condición de receptores (Jacks, Escosteguy, 2005). También es destacable que las perspectivas de la “recepción activa” o la “educación para los medios” (Fuenzalida, 1988) y la “teoría de las multimediasiones” (Orozco, 1995) se configuraron en la articulación entre la educación y los estudios de audiencias, si bien pudieran ser formuladas desde otros contextos y no sólo desde el educacional. Es importante resaltar que el enfoque de Orozco se consolidó como el modelo metodológico más empleado de implementación de la teoría de las mediaciones, al menos en el campo de la comunicación. Entretanto, es reciente la crítica acerca de que existe un cierto desfase entre una y otra perspectiva teórica (Jacks, Escosteguy, 2005).

Dentro de las proposiciones que fueron ganando hegemonía en el contexto latinoamericano se encuentran las formulaciones de Martín Barbero sobre Mediaciones, que en gran medida protagonizaron la renovación de la investigación en recepción.



La perspectiva de las mediaciones y sus derivados, es quizá la “contribución latinoamericana más importante en la generación de conocimientos sobre comunicación y, al mismo tiempo, -fue en su momento- el principal punto de confluencia de varios autores de la región trabajando, empíricamente, en la relación de los medios con los sujetos sociales, con sus audiencias” (Orozco, 1997: 175).

Esta propuesta nace de la necesidad de comprender la inserción de las capas populares en el contexto del desarrollo latinoamericano, en un proceso acelerado de modernización que implica la aparición de nuevas identidades y nuevos sujetos sociales, forjados, en especial, por las nuevas tecnologías de la comunicación. Martín Barbero la concibe para entender la relación entre receptores y medios, partiendo de la articulación entre las prácticas de comunicación y los movimientos sociales y observando las diferentes temporalidades y la pluralidad de las matrices culturales latinoamericanas.

Así, como forma de captar las experiencias culturales donde ellas se concretan, o sea, en el día a día, Martín Barbero (1987) propuso el estudio de tres tipos de mediaciones: la cotidianidad familiar, las temporalidades sociales y las competencias culturales. Concepto fundamental para el autor, la mediación debe ser entendida como una forma de huir de la razón dualista, superar la bipolaridad o la dicotomía entre producción y consumo, ir más allá de las lógicas de producción y las lógicas de uso. Las mediaciones producen y reproducen los significados sociales, posibilitando la comprensión de las interacciones entre la producción y la recepción.

Ellas estructuran, organizan y reorganizan la percepción de la realidad en la que queda inserto el receptor, teniendo poder también para valorar implícita o explícitamente esta realidad. Ese es el espacio de las prácticas sociales, cuya estrategia de

incursión, para Martín Barbero (1990: 12), puede ser por la vía de la socialidad, la ritualidad y la tecnicidad, otras tres mediaciones adicionadas posteriormente.

De 1987 (cuando fue publicado *De los medios a las mediaciones*) en adelante, el autor ha ido reformulando su reflexión. Por ejemplo, a partir de aquello a lo que llamó “pistas para entrever medios y mediaciones”, propone observar las mediaciones que se establecen entre comunicación, cultura y política. De esa forma identifica, entre las matrices culturales y las competencias de recepción, la existencia de diversas formas de *socialidad*, constituidas en lo cotidiano y que remiten a los cambios en las sensibilidades y en la subjetividad de los actores; entre las matrices culturales y las lógicas de producción, la *institucionalidad*, lugar de enfrentamiento de intereses del Estado con los intereses de los ciudadanos; entre las lógicas de producción y los formatos industriales, la *tecnicidad*, y entre los formatos y las competencias, la *ritualidad*.

A su vez, la mediación institucional gana espacio en el nuevo modelo impulsado por el reciente panorama de los medios, que es un afluyente de los conglomerados de medios y la convergencia tecnológica. Aquí el deslocamiento va de las mediaciones culturales de la comunicación a las mediaciones comunicativas de la cultura.

De este modelo, recientemente Martín Barbero (2009), deriva otro al que llama “mapa de mutaciones”, diseñado para dar cabida a fenómenos como la migración y los flujos, lo que generaría otras dos mediaciones: la identidad y la cognición. Esta nueva propuesta, aún no consolidada, reemplazaría a la institucionalidad y la socialidad como mediaciones, dando más peso a la aparición del contexto mediático convergente.

Metodológicamente, a partir del modelo original, el estudio de la mediación implica la superación de los límites rígidos entre disciplinas y, por supuesto, la investigación centrada en los medios de comunicación. Las críticas actuales destacan, sin embargo, que el avance de las categorías analíticas no va acompañado, en la misma proporción, por las discusiones sobre estrategias y técnicas operativas.

El Modelo de la multimediación desarrollado por Guillermo Orozco tiene como pregunta clave “¿cómo se lleva a cabo la interacción entre la audiencia y la televisión?”, y cuya respuesta fue apoyada en parte por los estudios culturales británicos y por autores latinoamericanos vinculados a las áreas de comunicación y la educación. Investigar esta línea implica asumir que el público está compuesto por sujetos y está puesto en “situación” y, por lo tanto, condicionado individual y colectivamente. Implica verlo en la constitución de diversos procesos y en constante diferenciación.

La televisión, en este sentido, es también una mediación, como una institución social productora de significados que gana o no legitimidad frente a su audiencia. Además de ser un medio tecnológico de reproducción de la realidad, también produce, causando reacciones racionales y emocionales en los receptores. El receptor, por su parte, también es fuente de mediaciones, de carácter psicológico, constituidas por las de carácter sociocultural, en un proceso constante y dialéctico. En este ámbito, la mediación cognitiva es un conjunto de factores que afectan la percepción, el procesamiento y la apropiación de elementos/acontecimientos que están directamente relacionados con la adquisición de conocimientos (información, valores, creencias, emociones, etc.). La mediación estructural está formada por la edad, el sexo, la religión, la escolaridad, el nivel socioeconómico, el grupo étnico, etc. Son elementos de

identidad que sirven de referencia al receptor, conformando su forma de pensar y de actuar, o sea, son factores que también intervienen en el proceso de construcción del conocimiento y la producción de sentido. Actúan en el momento de recepción, de mediación situacional, cuyo estudio puede demostrar la forma y el significado de este acto, identificando cómo la emisión televisiva encuentra al receptor: solo o acompañado, con la atención exclusiva o dispersa, intercambiando puntos de vista con los otros espectadores o no, en el espacio social o íntimo de la casa, etc. Ellos son constituyentes de la relación del sujeto con el discurso televisivo, pues el sujeto interactúa con los productos mediáticos, y produce y reproduce sentido y significados. Por ser mucho más que un espectador, las instituciones a las que pertenece el receptor -escuela, empleo, iglesia, partido, familia, etc.- también son fundamentales para entender el proceso de recepción. Finalmente, la mediación videotecnológica, parte intrínseca del proceso de recepción televisiva, se refiere a las características específicas del medio y, como ya se ha dicho, es también una mediación institucional.

La mediación cultural, aunque tenga relevancia empírica, no se desarrolla metodológicamente en el modelo, sin embargo, categorías analíticas como “comunidad de referencia”, “comunidad de apropiación” o de “reapropiación” y “comunidades de interpretación y/o interpretativas” permiten la exploración analítica de esta mediación.

Orozco ofrece otro aporte conceptual que se forja en la expresión “televidencia”, la cual se refiere específicamente al proceso y la práctica activa de ver televisión ya que lo usual ha sido categorizarla, ya sea como lectura, o bien subsumida al concepto más amplio de consumo cultural (Orozco, 1996).

Finalmente, vale la pena señalar que el modelo de la multimediación se ha apoyado en la noción de mediación descrita por Martín Barbero, que es más amplia, lo que

resulta en su contrapartida como una forma de aterrizarlo en el plano empírico, proporcionando estrategias de operacionalización de diferentes mediaciones.

García Canclini propone la perspectiva conocida como el *consumo cultural* que tiene como objetivo construir una teoría sociocultural del consumo, entendida como “el conjunto de procesos socioculturales en los cuales se realiza la apropiación y uso de los productos” (García Canclini, 1993:24). Se podría decir que su visión ayuda a superar la idea de que el consumo es un acto individual, irracional, impulsado por el deseo y donde sólo se ejercen los gustos personales. El autor distingue el consumo en general del consumo cultural porque en este el “valor simbólico prevalece sobre el valor de uso o de cambio, o donde, al menos, éstos últimos se configuran subordinados a la dimensión simbólica” (ídem: 34). Tal distinción, para García Canclini, es el resultado de una relativa autonomía alcanzada por el campo artístico e intelectual en la modernidad.

En este recorte se incluye la relación con los medios de comunicación dado el énfasis en la dimensión simbólica del proceso de consumo, lo que no significa una total libertad de interpretación del sujeto consumidor; éste únicamente organiza las razones, condiciones y escenarios en los que el consumo es producido, revelando los sentidos que lo constituyen.

García Canclini (1991: 6) propone la articulación de seis teorías con el argumento de que ninguna es autosuficiente para explicar el consumo y advierte que ahí pueden incluirse procesos de comunicación y recepción de los bienes simbólicos. Ellas son: las teorías de naturaleza económica, que prevalecen entre autores marxistas que

privilegian la *racionalidad económica* y el consumo como “lugar de reproducción de la fuerza de trabajo y la expansión del capital”. Por su parte las corrientes que se vinculan a la sociología política y urbana se centran en la *racionalidad sociopolítica interactiva* del consumo por la cual el consumidor lo ve como consecuencia de sus demandas y el productor como la búsqueda de lucro y recuperación de su inversión, siendo el consumo “el lugar donde las clases y los grupos compiten por la apropiación del producto social”. En las corrientes que asumen la perspectiva de los estudios de Pierre Bourdieu y Jean Baudrillard, entre otros, cuya perspectiva es la *racionalidad simbólica y estética*, el consumo aparece como “el lugar en el que se constituyen las distinciones de clase”, lo que resulta en formas diferenciadas de uso y apropiación de bienes. En las corrientes que consideran el consumo como factor integrador de las clases, uniéndolas a través de productos transculturales como el fútbol, la telenovela, la samba etc., el consumo es visto como *racionalidad integrativa y comunicativa*, que actúa como elemento socializador aún cuando mantiene ciertas distinciones. Las corrientes que tienen una visión irracional del consumo lo conciben como fruto del deseo que no es saciable por ninguna institución social, *la racionalidad del deseo* debe ser considerada *no exclusivamente* como lo hacen los psicoanalistas y Baudrillard. Por último, la perspectiva antropológica, cuya *racionalidad es cultural* y que tiene una concepción ritual del consumo, ve al consumo como una práctica colectiva a través de la cual son seleccionados y fijados su significados sociales, más allá de la satisfacción de necesidades y deseos.

En este sentido, “esta perspectiva no se constituye exactamente en una corriente sino que se presenta como una formulación para analizar de forma más inclusiva los procesos de consumo, en especial lo cultural, que pasa a ser visto como espacio fundamental en la constitución de las identidades culturales de las diferentes clases

sociales” (Jacks, Escostesguy, 2005). El autor privilegia la experiencia de los sujetos en proceso de consumo cultural, lo que puede o no estar vinculado al ámbito de las audiencias mediáticas.

Es importante señalar que la contribución de este autor que repercute y es apropiada en los estudios que se enfocan en la audiencia se concentra en su libro *Culturas híbridas-Estrategias para entrar y salir de la modernidad* (1989). El concepto incrustado en el título sugiere la existencia de una fluida interconexión entre lo culto, lo popular y lo masivo como una combinación de lógicas que van tanto del mercado como de los públicos.

La teoría de los Frentes Culturales, propuesta por Jorge González, tiene como premisa básica la combinación del concepto gramsciano de hegemonía con aquel de “campo bourdiano” para explicar las coaliciones de poder de los grupos dominantes que ganan consenso entre los grupos subordinados a través de la incorporación de sus símbolos. Esto permite su identificación para entender la cultura como un sistema de fuerzas desarrolladas en la lucha por la hegemonía cultural.

González recomienda que en el caso de la industria cultural ésta sea siempre analizada desde una tensión variable que incluye un sistema jerárquico de fuerzas externas y que operan estructural y coyunturalmente a partir de la composición del campo nacional del espectáculo; en segunda instancia, con el mercado global de la comunicación y también con el campo de poder configurado en el espacio social global del país.

Un enfoque sociocultural de la identidad efectuada por esta vertiente considera a la

cultura como una arena de confrontación de los más diversos “frentes culturales”, cada uno compitiendo por el consentimiento/aprobación y el reconocimiento de su identidad cultural por otros “frentes”. En cuanto a los medios de comunicación, considerados imprescindibles para entender la cultura contemporánea, así en lo que concierne al ámbito de las culturas populares, lo es precisamente porque existe un punto en el que éstas se “tocan” con las industrias culturales.

Este es un aspecto relevante para el estudio de la recepción, pues repercute en la búsqueda de la definición o redefinición de las audiencias en cuanto a sus identidades socioculturales frente a la cultura de masas. Este movimiento, que tiene como objetivo mantener o lograr el reconocimiento público o de otros grupos, es importante para entender la relación de las audiencias con los medios de comunicación y el papel de éstas en la redefinición de las identidades contemporáneas, toda vez que la propuesta de González es más amplia que el mero estudio de audiencias.

Para él, el supuesto que orienta el estudio de audiencias es que “todo texto o discurso especializado que emana de los campos nunca es recibido por individuos aislados, porque siempre están insertos en las distintas redes ideológicas que constituyen las formas elementales de la convivencia social, desde donde se digiere, deconstruye, recicla y reconstruye el discurso de los campos todos los días, día tras día” (González, 1994: 265).

La propuesta metodológica es bastante compleja, una vez que abarca todo el proceso de comunicación y es llamada por González “polifónica”. Trabaja cuantitativa y cualitativamente mediante un variado instrumental que va desde las descripciones etnográficas al análisis estadístico multivariado, lo que requiere una base de datos y el análisis en computadora, ya que precisa trabajo de datos relativos a la producción



y la recepción de mensajes en varios niveles.

Para el estudio de la recepción propone dos tácticas complementarias: una extensiva para identificar los trazos sociodemográficos (quién, cómo, dónde, qué, etc.), y otra intensiva para conocer con mayor densidad los procesos de lectura social en la vida cotidiana. Por eso el núcleo de estudio es la familia, que es explorada en sus investigaciones mediante la técnica de historias de familia, a veces seguido de historias de vida. Para sintetizar e interpretar la gran cantidad de información que el modelo propone, hace uso de la “hermenéutica de integración profunda”, lo que significa poner en relación las tres áreas en un juego de seis pares: producción–lectura, producción–mensaje, lectura–producción, lectura–mensaje, mensaje–producción y mensaje–lectura.

González sostiene, por lo tanto, el compromiso con la interpretación de la cultura, reconociendo su especificidad semiótica, pero sin perder de vista su condición extrasemiótica, que según él podría ser llamada “parasemiótica”.

Por último, la Educación para los medios o la Recepción activa, propuesta desarrollada por el Centro de Indagación y Expresión Cultural y Artística (CENECA), fue resultado de la preocupación por la influencia de los intereses comerciales en la televisión chilena durante la década de 1970 (Saintout, 1998:141), cuando todavía era pública. La propuesta de esta ONG ha de entenderse, por lo tanto, en este movimiento de transformación del sistema televisivo chileno. Sus presupuestos teóricos –la influencia grupal en la construcción del sentido apropiado de la televisión y la heterodiscursividad de su mensaje- ayudaron a refutar el análisis de modelos linea-

les y de información y fueron probados empíricamente, explorando la relación entre mensajes y telespectadores.

Entre las hipótesis comprobadas sobre la influencia cultural de la TV están: un multirelacionamiento con el medio, establecido a través del tiempo y de la programación diversificada (recepción constructivista), relacionamiento emocional más que racional y analítico, determinado también por el género programático; la constatación de que la recepción doméstica requiere una estética propia (diferente de la del cine) determinada por otro tipo de fruición y por la relación con el medio. Y la importancia del contexto sociocultural (prácticas sociales), el cual sobrepone el referente y la intención del emisor en la relación de la audiencia con la televisión.

Los desplazamientos teóricos realizados por los investigadores del CENECA iluminaron áreas opacas del fenómeno de la recepción y pusieron en duda el poder omnipotente y monopólico de la TV. Rechazaron la visión del receptor como “contenedor” y del contexto como variables intervinientes, pues entendieron que la recepción y la influencia cultural de la televisión necesitan ser historizadas y que la recepción es un proceso constructivo, dialéctico y conflictivo.

Según Fuenzalida, entonces coordinador del proyecto, si no fuera así, seríamos llevados a comprender “al receptor como un producto o resultado que podría ser deducido de suposiciones causales-deterministas del emisor” (citado en Saintout 1998: 142). Desde el punto de vista de la metodología, las estrategias buscaban la exploración, la “relación concreta constituida por la interacción entre un texto televisivo (mensaje, programa) y los receptores, a lo que llamamos significado existencial” (Hermosilla, ND: 15). En este sentido, Fuenzalida agregó que “la metodología desarrollada fomenta la creatividad, la comprensión crítica de la realidad, la valoración

de la solidaridad y la participación social” (Saintout, 1998:143), al mismo tiempo que ofrece instrumentalización para captar la relación del receptor con los mensajes televisivos; la metodología utilizada desea intervenir pedagógicamente para construir una actitud reflexiva frente a los medios y los mensajes masivos.

Al fin y al cabo, la recepción activa ansía “en algunos casos, formar receptores más selectivos frente a la programación televisiva; en otras ocasiones, ‘alfabetizar’ sobre el lenguaje televisivo, y si fuese posible, manejar los equipamientos para desmitificar la tecnología; en otros casos desea reforzar ciertos valores considerados positivos y reconocer, conscientemente, contenidos televisivos indeseables o social y culturalmente alienantes” (Fuenzalida, 1988: 81).

Como fue diseñada para llevarse a cabo a través de talleres prácticos, lejos de la situación normal de la recepción y con el objetivo de educar para los medios, ahí es justamente donde reside el punto principal de las críticas dirigidas al modelo, dada la artificialidad de la situación investigada.

## **4 Distribución geográfica de la investigación en el sub-campo**

Derivados de los elementos estructurales y coyunturales que dieron forma a cada experiencia nacional se destacan las contribuciones de algunos países para la constitución de una producción de carácter y contenido latinoamericano sobre procesos de recepción. En este contexto tuvieron una fuerte influencia en casi todos los países, como ha sido ampliamente expuesto, las teorías propuestas por Martín Barbero, García Canclini y Guillermo Orozco, entre los más destacados. Por lo tanto,

es a través de Martín Barbero que Colombia se proyecta como país irradiador del debate sobre recepción y uso de los medios, sin embargo, también influyeron en su producción teóricos de Brasil, Chile y México, como señala el propio Martín Barbero (2006). Este último país también es responsable de insembrar diversos aspectos de la producción latinoamericana, toda vez que cuenta con muchos investigadores dedicados al tema y a un campo académico bien estructurado, así, como también es el caso de Brasil, lo que posibilita la producción y difusión de la investigación. En cuanto a la relación entre la comunicación y la educación se puede decir que Chile es también un polo irradiador, teniendo en cuenta la contribución de Valerio Fuenzalida y los miembros del equipo de CENECA en la educación para los medios, que aunque se ha desarrollado también en Brasil, Perú y México, no lo ha hecho con las mismas características.

Argentina desarrolla una reflexión que vincula los procesos de recepción con los del poder y la constitución de la subjetividad a partir de teorías de la comunicación (Saintout y Ferrante, 2006). Los abordajes de Eliseo Verón sobre las condiciones de reconocimiento han contribuido en gran medida a la comprensión de la relación entre la producción y la recepción. Este país se destaca también por la reflexión teórica y la crítica a los estudios de recepción, ya que la investigación empírica se realiza en menor medida, tanto como una repercusión de la tradición académica, como por escasez de recursos para el trabajo de campo. Por el contrario, el gran desarrollo de investigación empírica es la característica de la investigación realizada en Brasil y México, tal vez los dos lugares con mayor producción, lo que resulta en una fuerte contribución metodológica y de conocimiento de la realidad empírica sobre procesos de recepción de diversos medios en contextos socioculturales variados.

En el caso de Brasil es la Lectura Crítica de la Comunicación (LCC), basada en los

estudios de Paulo Freire, su contribución original al estudio de este subcampo. Producida en la década de 1980 fue criticada por su carácter eminentemente pedagógico e intervencionista. De otro lado, hay una producción posterior caracterizada por una diversidad de enfoques que dan riqueza a la experiencia brasileña, lo que permite muchas exploraciones teóricas y metodológicas a partir de las propuestas latinoamericanas articuladas a las tendencias internacionales y locales, que se caracteriza por su volumen.

Una de las experiencias que deberían ser aprovechadas por el resto de los países, procede de Perú. Ésta es la implementación de observatorios de audiencias con foco en las prácticas de los receptores, cuyo objetivo es observar el fenómeno de la ciudadanía mediática llamando la atención sobre la necesidad de integrar la investigación académica a las instituciones de la sociedad civil (Jacks, *et al*, 2011).

De México, como se ha visto, irradian diversas propuestas teórico-metodológicas a través de la contribución de García Canclini para estudiar el consumo cultural, de la teoría de la multimediación propuesta por Guillermo Orozco para analizar en particular la relación con la televisión, de la experiencia del Programa Cultura fundado y coordinado por largo tiempo por Jorge González y Jesús Galindo, los que se dedicaron al estudio de la telenovela en su articulación entre cultura popular y de masas.

## **5 Ejes, entrecruzamientos y tendencias: algunas consideraciones finales**

Con diferentes trayectorias e intereses investigativos, pero también con muchas convergencias, lo primero que resalta en los países latinoamericanos sobre la investigación de la recepción, esencialmente realizada desde la academia, es su permanencia de casi medio siglo como actividad importante y, a veces, sustantiva dentro del campo de los estudios de la comunicación.

Una segunda tendencia ha sido resaltada por Maria Immacolata Vassallo de Lopes (2002: 27-36), quien apunta los esfuerzos de experimentación metodológica desarrollados por equipos de investigación de la región para realizar investigaciones empíricas compatibles con la complejidad de las perspectivas teóricas antes señaladas. Para ella, ésta preocupación diferencia a la investigación latinoamericana de la internacional, la cual habría “autonomizado en exceso la esfera cultural y desestructuralizado el análisis”. Otros autores extienden esa misma crítica al conjunto de los estudios latinoamericanos (Calleti, 1992; Herrán, 1994).

Por otro lado, los principales entrecruzamientos, hechos por los investigadores, entre las vertientes desarrolladas en el continente, se dieron entre la teoría de las mediaciones, propuesta por Martín Barbero y la teoría de las multimediasiones, propuesta por Guillermo Orozco. Si bien tienen orígenes y objetivos diversos, y tal entrecruzamiento ha sido ya criticado desde la década de los 90 (Jacks y Escosteguy, 2005), se mantiene como tendencia mayoritaria, al menos en el escenario brasileño (Jacks et al, 2011).

Entrecruzamiento y tendencia también son las interfaces exploradas por los estudios de comunicación y educación, en este caso manteniendo la hegemonía del uso de las propuestas de los autores comentados más arriba, justificados sobre todo por la dedicación de Orozco a los estudios de las mediaciones escolares y familiares que im-

plican la relación de los niños con la televisión. Entretanto, Martín Barbero también dedica especial atención a la cuestión, tal como lo muestran varios textos donde esta relación ha sido explorada, siendo que el punto en común en su aproximación es la noción de mediaciones, tratada por ambos de forma similar y al mismo tiempo diversa, justamente por contener principios epistemológicos distintos.

Con menor frecuencia aparecen los estudios que permiten entrecruzar las propuestas de García Canclini y Martín Barbero, tratando, en general, el consumo cultural como antesala a los análisis de recepción. En este sentido casi siempre son estudios que parten de un tratamiento cuantitativo antecediendo un abordaje cualitativo sobre la relación de los sujetos con los medios o su contenido. Menos común son las articulaciones entre los tres autores más influyentes en el área -Martín Barbero, García Canclini y Orozco- sobre todo cuando la temática está alineada con las identidades culturales y a sus relaciones con la cultura mediática (Jacks, 1999).

En todo caso es esa manera la que ahora está en cuestión. Pero la relación entre receptores y pantallas sigue vigente con la proliferación de los dispositivos digitales contemporáneos. Lo que está pasando con las audiencias es un gran proceso de mutación que supone para la investigación comprender, entre otras situaciones nuevas, cómo se están ubicando en el actual escenario digital y cómo van asumiendo roles de productores, creadores, difusores y a la vez abandonando aquellos roles que las caracterizaron y por décadas también las anclaron en el lado de la recepción.

Por eso, el desafío que se plantea con la migración de las audiencias, no es únicamente su fragmentación sino su mutación de la recepción a la producción y, finalmente, a la interlocución. No es sólo su nominación: audiencias activas, proactivas, interlocutoras, usuarios, prosumidores, etcétera, sobre la cual aún no hay acuerdo

(Orozco, 2013).

El desafío es mayor porque lo que está en juego es más que un nombre, es más que una actividad, una manera de estar y eventualmente una manera de ser frente, con, a través, en y alrededor de las pantallas. Aunado a esto, por supuesto, están otros cambios sustantivos como el descentramiento espacio-temporal de la interacción de las audiencias, la constitución de múltiples comunidades de recepción, producción, apropiación e interpretación.

## ¿Hacia un nuevo paradigma en la investigación de recepción?

Como enfatizó Repoll (2011) “El área de oportunidad más significativa para los estudios de audiencia es, quizá, su máximo desafío”, ya que ¿cómo comprender a las audiencias desde su nueva faceta de productores, y aun, destructores de lo producido?

Hay resultados concretos que nos muestran que las prácticas mediáticas actuales son diversas y obedecen –y a la vez producen- a diferentes lógicas enraizadas en los problemas de la inmigración, discriminación, desigualdad social y de acceso a los medios, alfabetización mediática y transformaciones en los centros urbanos, tanto por su inserción en la dinámica global, como por la creciente presencia de la violencia. Padilla (2013) propone en este sentido hablar de “*geografías mediáticas*” como concepto para captar estos nuevos fenómenos de fragmentación y a la vez recomposición espacial de las audiencias. Hay asimismo evidencias empíricas que revelan que las prácticas mediáticas tienden a fragmentarse y dispersarse entre los ciudadanos,



por su propia capacidad para seleccionar y jerarquizar entre diversas pantallas, motivados por sus diferencias socioculturales, pero principalmente debido a las crecientes desigualdades entre ciudadanos, tanto en el plano mediático como en otras dimensiones de la cotidianidad (Padilla, 2007).

La convivencia y confluencia de lo masivo y lo pos-masivo pone en crisis las categorías con las cuales distinguíamos la comunicación masiva de la interpersonal. Lo que Castells (2009) denomina la “comunicación masiva” (clásica) y la “auto comunicación masiva” (la nueva que incluye ambos tipos de comunicación), es una dualidad que aún está por resolverse metodológica y epistemológicamente en la investigación de recepción.

Por otra parte, las convergencias y las interactividades posibles a partir de los dispositivos audiovisuales del ecosistema comunicativo contemporáneo han inaugurado algunas formas de interacción con los productos mediáticos, en las que la deconstrucción es la razón de ser y el objetivo a la vez de la interacción. Sobre todo en el ámbito de la ficción, los “nuevos fans” y otros usuarios hiperactivos, empiezan a jugar el papel de creadores, pero inconformes, que trasciende el aun incomprendido rol de mero usuario, para convertirse en retadores, detractores o usurpadores de narrativas específicas, en “destripadores” de historias, como dice Jenkins (2008), las cuales transforman tanto en sus personajes como en sus historias, recreando así una ficción transmedial, inédita y sustentada en otras lógicas. Esto se convierte en el producto y el modo más nuevo de la participación de las audiencias, pero con una direccionalidad en sentido contrario al fenómeno anterior, que implicaba reconstrucción en el mismo sentido del producto propuesto. Todo esto más que potenciar la creación, pone en riesgo la producción misma original de las agencias y empresas productoras, haciendo de sus acabados productos meros insumos para la desbor-

dante y muchas veces “destrucciona creatividad” de las audiencias-fans que han emergido, pero también afecta la autoría y legitimidad de los mismos receptores-productores, que no tienen garantía de permanecer en las interacciones posteriores a la inicial, ni ser reconocidos como creadores por todos los que usan y transforman sus productos mediáticos.

Al mismo tiempo, estas audiencias posmodernas siguen presentando y jugando roles clásicos, tradicionales, desde el de ser “espectadores” en momentos y partes de sus procesos, condicionados por formatos y efectos especiales, hasta el de ser interlocutores y emisores creativos e innovadores frente a los medios y dispositivos digitales. Hay formatos de interacción preferentes y estilos y reglas latentes (Spiegel, 2009) en las interacciones posibles entre usuarios y medios. Es necesario más que nunca explorarlas, descubrirlas y hacerlas evidentes, ya que en las nuevas convergencias están también en juego desde condicionamientos corporales (White, 2009) hasta culturales, estéticos y mercantiles. Condicionamientos que se imponen y se naturalizan, ocultándose, como parte de las nuevas interacciones convergentes.

¿Cómo se ejerce el poder a través del ecosistema comunicativo actual? Y ¿cómo se empodera/desempodera a las audiencias en sus múltiples facetas?, son dos de las mayores cuestiones para la investigación de la recepción o recepciones del presente y del futuro.

Las características que el ecosistema comunicacional ha adquirido a partir del desarrollo tecnológico de las últimas décadas y la crisis de categorías conceptuales tienen su correlato en una necesaria innovación de las aproximaciones metodológicas.

Estos desafíos metodológicos, teóricos y epistemológicos, sin embargo, no implican

tener que comenzar de cero. Al contrario, es imprescindible reconocer y partir de los saberes acumulados para generar los resultados de investigación que nos lleven a fundar nuevas perspectivas.

Por otro lado, reconociendo la brecha tecnológica que es reflejo de las dramáticas desigualdades sociales en América Latina, es necesario seguir estudiando las interacciones entre las audiencias y los medios de comunicación masiva, tanto como las interacciones con los nuevos dispositivos del entorno digital. Al respecto, es cada vez más relevante analizar la mediatización de los procesos sociales todos, y los electorales y políticos en especial, fenómeno que es descrito como *mediocracia*. Así también, es necesario analizar el papel de los medios masivos y pos-masivos de comunicación en la construcción de sentido común (cargado de estereotipos y espectáculo) contaminado de un mercadeo exacerbado. En este sentido, la intensificación de la pluralidad de las sociedades pone en crisis el sentido común consensuado, concebido en términos nacionales o regionales.

Las diferencias generacionales establecidas en términos de nativos analógicos o digitales no sólo plantean diferencias en términos de comunicación, sino también de socialización y experimentación del tiempo y el espacio, descubriéndose objetos de investigación ineludibles para el estudio de unos y otros como audiencias.

Sin pretender concluir, pero para cerrar este texto, es importante señalar que los investigadores de la recepción y sus audiencias, por lo general, salvo casos excepcionales, hemos desperdiciado el gran potencial de este tipo de investigación al circunscribirnos sólo a los hallazgos estrictamente de recepción. Hemos querido afinar metodologías y conceptualizaciones para dar cuenta de los procesos mismos de interacción, asumiendo que éstos se dan solamente en relación a las pantallas y/o a los

dispositivos tecnológicos. El estudio de la recepción tiene que trascender sus propios márgenes y formatos.

Desde la recepción hay que explorar todavía más la ciudadanía, que cada día, cada hora “pasa por las pantallas” desde donde se conforma y se rehace, o la identidad y las identidades múltiples, que se asoman de manera explícita porque se configuran en los intercambios convergentes del celular y de los *chats*, y de los diversos sitios y canales vinculados con las pantallas mayores. O las posibilidades reales de participación en tiempos y espacios convergentes presenciales que se gestan y fortalecen en plataformas digitales como el *Facebook* o *Twitter*.

Desde la recepción se gana o se pierde poder. Tanto o más que en otras interacciones, porque ahí se conjugan los sentidos, las razones, las estéticas, las tecnologías, los valores y las identidades. Los placeres y las ambiciones, junto a las visiones y sensaciones. Muchos de los razonamientos y lógicas se reacomodan por motivos de mercado o de espectáculo y reconforman los sujetos del siglo XXI.

## 6 BIBLIOGRAFÍA ESPECIALIZADA DE LA REGIÓN

BONILLA, JORGE *et al.* (2012). *De las audiencias contemplativas a los productores conectados*. Universidad de los Andes (Bogotá), EAFIT (Medellín) y la Universidad Javeriana de Cali, Colombia.

CHARLES, MERCEDES Y GUILLERMO OROZCO. (1990). *Educación para la recepción*. Trillas, México.

GARCÍA, HUGO. (2009). *Futbol-Pantalla: La recepción televisiva en lugares públicos, futbol televisivo y mediaciones; cambios en las prácticas sociales y cultura futbolera*. Tesis de Maestría. U de G, México.

GARCÍA CANCLINI, NÉSTOR. (1995). *Consumidores y ciudadanos. Conflictos multiculturales de la globalización*. Grijalbo, México.

JACKS, NILDA. (1997). “A pesquisa de recepção no Brasil: em busca da influência latino-americana”. En LOPES, MARIA IMMACOLATA VASSALO DE (org.). *Vinte anos de ciências da comunicação no Brasil. Avaliação e perspectivas*. INTERCOM, São Paulo.

JACKS, NILDA; ANA CAROLINA ESCOSTEGUY. (2005). *Comunicação e recepção*. Hacker, São Paulo.

JACKS, NILDA (coord/editora); A. MARROQUIN; M. L. VILARROEL; N. FERRANTE (org). (2011). *Análisis de recepción en América Latina: un recuento histórico con perspectivas al futuro*. Ciespal, Quito.

LOPES, MARIA IMMACOLATA V. DE; S. H. S. BORELLI; V. RESENDE. (2002). *Vivendo com a telenovela. Mediações, recepção, teleficcionalidade*. Summus Editorial, São Paulo.

MARTÍN BARBERO, JESÚS. (1987). *De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía*. Gustavo Gilli, México.

MATA, MARIA CRISTINA. (1991). “Rádio: memórias de la recepción. Aproximaciones a la identidad de los sectores populares”. En *Revista Diálogos de la comunicación*, FELAFACS, No 30, jun.

MORENO, GABRIEL. (2009). *Transnational audiences and the reception of television news: a study of mexicans in Los Angeles*. Tesis Doctoral. University of Westminster, Londres.

OROZCO, GUILLERMO. (1988). *Commercial TV and children education in México; the interaction of socializing institutions in the production of learning*. Tesis doctoral. Harvard, Graduate School of Education, Cambridge, EUA.

(1991). “Recepción televisiva. Tres aproximaciones y una razón para su estudio”. En *Cuadernos de comunicación y prácticas sociales*, No 2, PROIICOM, UIA, México.

(1992). “Hablan los televidentes. Estudios de recepción en varios países”. En *Cuadernos del PROIICOM 4*, UIA, México.

(coord.). (1994). “Televidencia. Perspectivas para el análisis de los procesos de recepción televisiva”. En *Cuadernos de comunicación y prácticas sociales*, No 6. PROII-COM, UIA, México.

(coord.). (2002). *Recepción y mediaciones. Casos de investigación en América Latina*. Norma, Buenos Aires.

REPOLL, JERÓNIMO. (2010). “Consumo y usos de la televisión en los mercados públicos de la ciudad de México”. En *Comunicación y Sociedad*, Nueva Época, No. 14, julio-diciembre 2010. U de G, México. pp. 83-108.

REVISTA DIÁLOGOS DE LA COMUNICACIÓN. (2006). N. 73. FELAFACS.

SUNKEL, GUILLERMO (coord.). (1999). *El consumo cultural en América Latina*. Convenio Andrés Bello, Santafé de Bogotá.

## 7 BIBLIOGRAFÍA

CALETTI, SERGIO. (1992). “La recepción ya no alcanza”. En CORTÉS, CARLOS LUNA (coord.) e SOLIS, BEATRIZ y NÚÑEZ, LUIS (editores) *Generación de conocimientos y formación de comunicadores*, FELAFACS.

CARLÓN, MARIO Y C. A. SCOLARI. (2009). *El fin de los medios masivos. El comienzo de un debate*. La Crujía, Buenos Aires.

CLUA, ANNA; A. C. ESCOSTEGUY; N. JACKS. (2010). “Estudios de recepción en Iberoamérica: situando contextos de investigación”. ZER. En *Revista de estudios de*

*comunicación*. Vol. 15- No 28. pp. 85-101.

DOUGLAS, MARY E BARON ISHERWOOD. (1990). *El mundo de los bienes*. Grijalbo, México.

ESCOSTEGUY, ANA CAROLINA D. (2001). *Cartografias dos estudos culturais: uma versão latino-americana*. Autêntica, Belo Horizonte.

FACHEL, ONDINA. (1986). *A leitura social da novela das oito*. Voces.

FISHER, WALTER. (1984). "Narration as Human Communication Paradigm: The Case of Public Moral Argument". En *Communication Monographs* 51. pp. 1-22.

FUENZALIDA, VALERIO. (1987). "La influencia cultural de la televisión". En *Dia-logos de la comunicación*, No 17. FELAFACS, Lima.

(1988). "El programa CENECA en Recepción Activa de la TV". En *Revista Dia-logos de la Comunicación*, No 19. Felafacs, Lima.

FUENZALIDA, VALERIO Y P. EDWARDS. (1984). "Módulo de educación". En UNESCO.

GARCÍA CANCLINI, NÉSTOR. (1989). *Culturas híbridas. Estrategias para entrar y salir de la modernidad*. CNCA/ Grijalbo, México.

(1991). "El consumo sirve para pensar". En *Dia-logos de la comunicación*. N° 30. FELAFACS, Lima.

GONZÁLEZ, JORGE A. (1991). "La telenovela en familia: una mirada en busca de horizonte. Estudios sobre las Culturas Contemporáneas". En *Estudios sobre las Cultu-*



*ras Contemporáneas*. V. II, No 11. Universidad de Colima, México.

GRIMSON, ALEJANDRO y M. VARELA. (1999). *Audiencias, cultura y poder: estudios sobre televisión*. EUDEBA, Buenos Aires.

HERMOSILLA, MARÍA ELENA. “Explorando la recepción televisiva. Santiago do Chile”. CENECA/ CENCASEP, s/d.

HERRÁN, CLAUDIA. (1994). “Un salto no dado: de las mediaciones al sentido”. En: OROZCO, GUILLERMO (Coord.) *Televidencia: perspectivas para el análisis de los procesos de recepción televisiva*. Cuadernos de Comunicación y prácticas sociales, No 6. UIA, México.

JACKS, NILDA. (1993). “Pesquisa de recepção: investigadores, paradigmas, contribuições latino-americanas” (entrevista con Guillermo Orozco). En *Revista Brasileira de Comunicação*. V. XVI, n.1, jan/jun. São Paulo.

(1996). “Tendências Latino-Americanas nos Estudos de Recepção”. En *Revista FAMCOS*, v.5. Porto Alegre. pp. 44-49.

(1996a). “Televisión, recepción e identidad: cuestiones e imbricaciones”. En OROZCO, GUILLERMO (org.) *Miradas latinoamericanas a la televisión*. Universidad Iberoamericana. PROIICOM, México. pp. 173-196.

(1999). QUERÊNCIA. *Cultura Regional como Mediação Simbólica. Um estudo de recepção*. Editora da Universidade, Porto Alegre.

JACKS, NILDA; A. C. ESCOSTEGUY. (2005). *Comunicação e recepção*. Hacker, São Paulo.

JACKS, NILDA; S. CAPPARELLI (coords). (2006). *TV, família e identidade. Porto Alegre "fim de século"*. EDIPUCRS, Porto Alegre.

JENKINS, H. (2008). *Converge culture. La cultura de la convergencia de los medios de comunicación*. Paidós, Barcelona.

JENSEN, K. B. (1998). *News of the world: World Cultures Look at the Television News*. Routledge, Londres y Nueva York.

KATZ, ELIHU KATZ Y P. LAZARFELD. (1955). *Personal Influence: the Part Played by People in the Flow of Mass Communications*. The Free Press, Glencoe, Illinois.

LOZANO, JOSÉ. Y L. FRANKENBERG. (2008). "Enfoques teóricos y estrategias metodológicas en la investigación empírica de audiencias televisivas en América Latina: 1992-2007". En *Comunicación y Sociedad*.

LULL, JAMES. (2008). "Los placeres activos de expresar y comunicar". En *Comunicar Revista Científica de Comunicación y Educación*. No. 30, XV.

MARTÍN BARBERO, JESÚS. (1987). *De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía*. Gustavo Gilli, México. [Trad. bras.: MARTÍN-BARBERO, Jesús. *Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia*. Rio de Janeiro, UFRJ, 1997.]

(1990). "De los medios a las prácticas". En *Cuadernos de comunicación y prácticas sociales*. No 1. PROIICOM, UIA. México.

(1995). "América Latina e os anos recentes: o estudo da recepção em comunicação social". En SOUSA, MAURO WILTON (org.). *Sujeito, o lado oculto do receptor*. (1º

edição). Brasiliense, São Paulo.

(2006). “Técnicidades, identidades, alteridades: mudanças e opacidades da Comunicação no novo século”. En MORAES, DENIS (org.). *Sociedade midiaticizada*. RJ: Mauad.

(2009). “As formas mestiças da mídia”. Pesquisa FAPESP On line, edição 163, setembro.

MARTÍN-BARBERO, J. y S. MUÑOZ (Coords.). (1992). *Televisión y melodrama. Géneros y lecturas de la telenovela en Colombia*. Tercer Mundo Ediciones, Bogotá.

MATTELART, ARMAND. (2006). *Diversidad cultural y mundialización*. Paidós, Barcelona.

MONTOYA, M. DEL C., ALBERTO; C. MA. A. REBEIL. (Coord.). (1984). *Televisión y Enseñanza Media en México; El Caso de la Telesecundaria*, Consejo Nacional Técnico de la Educación GEFÉ, Secretaría de Educación Pública, México.

MORAGAS, M. (2011). *Interpretar la comunicación. Estudios sobre medios en América y Europa*. Gedisa, Barcelona.

NEWCOMB, HORACE. (2000). *Television: The Critical View*. Oxford University Press, New York & Oxford.

OROZCO, GUILLERMO. (1996). *Televisión y audiencias. Un enfoque cualitativo*. Ediciones de la Torre /UIA, Madrid.

(1997). *La investigación de la comunicación dentro y fuera de América Latina. Tendencias, perspectivas y desafíos del estudio de los medios*. Ediciones de periodismo y

comunicación, No 4. Universidad Nacional de La Plata.

(2011). “Audiencias ¿siempre audiencias? El ser y el estar en la sociedad de la comunicación”. En PORTILLO, M. y CORNEJO, I. (Coord.) *¿Comunicación Posmasiva? Revisando los entramados comunicacionales y los -paradigmas teóricos para comprenderlos*. UIA, Distrito Federal. pp. 17-42.

(2012). “México: La investigación de la recepción y sus audiencias: hallazgos recientes y perspectivas”. En JACKS, N. (Coord.). *Estado del arte de los estudios de recepción de audiencias en Américas Latina*. CIESPAL, Quito. pp. 227-266.

(2013). “Educational Challenges in Times of Mass Self-Communication: A dialogue among Audiences”. En *Nordicom* (Coord.). *The Yearbook*. Suecia. pp. 17-42.

PADILLA, REBECA. (2007). “Una nueva socialité llegó: historia de la recepción televisiva en la ciudad de Aguascalientes”. En *Comunicación y Sociedad*. No 7, Nueva Época, enero-junio, Guadalajara: DECS, U. de G. pp. 101-128.

(2013). *Geografías ciudadanas y mediáticas*. Universidad Autónoma de Aguascalientes, Aguascalientes.

REPOLL, LUIS JERÓNIMO. (2010). *Arqueología de los estudios culturales de audiencia*. UACM, Colección Al margen, México.

RONSINI, VENEZA. (2012). *A crença no mérito e a desigualdade. A Recepção da telenovela do horário nobre*. Sulina, Porto Alegre.

SAINTOUT, FLORENCIA. (1998). “Los Estudios de Recepción en América Latina. La Plata”. En *Ediciones de Periodismo y Comunicación*, No 12, Universidad Nacional

de la Plata.

SAINTOUT, FLORENCIA Y N. FERRANTE. (2006). *¿Y la recepción?*. La Crujía, Buenos Aires.

SCHLESINGERS, PHILIP Y N. MORRIS. (1997). “Comunicación e identidad en América Latina”. En *Telos* No 49, marzo–mayo. España.

SILVA, CARLOS EDUARDO LINS DA. (1985). *Muito além do jardim botânico: um estudo sobre a audiência do Jornal Nacional da Globo entre trabalhadores*. Summus, São Paulo. Originalmente apresentada como Tese de Doutorado, ECA/USP, 1984.

SPIEGEL, A. (2007). *Nuevas tecnologías, saberes, amores y violencias. Construcción de Identidades fuera y dentro de la escuela*. Noveduc, Buenos Aires.

TUFTE, THOMAS. (2000). *Living with the Rubbish Queen. Telenovelas, culture and modernity in Brazil*. University of Luton Press, Luton/ UK.

VASALLO DE LOPES, MARIA IMMACOLATA; S. H. S. BORELLI; V. RESENDE. (2002). *Vivendo com a telenovela. Mediações, recepção, teleficcionalidade*. Summus Editorial, São Paulo.

WHITE, ROBERT. (1994). “Audience ‘interpretation’ of media: emerging perspectives”. En *Communication Research Trends*, v.14, No 3. Saint Louis University.

WHITE, MICHEL. (2006). *The body and the screen. Theories of Internet spectatorship*. Massachusetts Institute of Technology, EUA.

WILLIAMNS, RAYMOND. (1973). *Television: technology and cultural form*. Routledge Chapman & Hall, London.

WILTON DE SOUZA, MAURO (Org.). (1995). *Sujeito, o lado oculto do receptor*. Brasiliense, Sao Paulo.

WINOCUR, ROSALÍA. (2009). *Robinson. Crusoe ya tiene celular*. Siglo XXI, México.

# HISTORIA Y COMUNICACIÓN

## Recorridos, tensiones y posibilidades del subcampo de estudios en América Latina

| Eduardo Gutiérrez

El presente artículo se ocupa de juntar fragmentos para armar un dibujo de lo que constituye el balance sobre los estudios de historia de la comunicación en América Latina y a la vez entrar en diálogo con el proceso de formación de las dinámicas del campo a nivel de otras regiones del mundo. Si entendemos la historiografía como una *historia de la historia*, en rigor, pensado desde los enfoques de la disciplina histórica no existe ningún documento al que se pueda reconocer como balance completo de la historiografía latinoamericana en comunicación. Incluso dentro de los países de América Latina tampoco existe una tradición de construir una historiografía de la comunicación en el nivel nacional. Esto nos deja ante un reto inmenso que sugiere pistas para la agenda del Grupo de Trabajo Historia de la Comunicación en ALAIC (en adelante GTHC) y sobre todo impone la preocupación por un nivel bastante bajo de organización del subcampo, al menos a partir del abordaje histórico.

Este artículo tampoco pretende acometer la tarea de ordenar o reunir lo existente. Suponemos que esfuerzos futuros o en curso, pero que no son parte de la información disponible, lo intentarán y, en su desarrollo, seguramente superarán y mejorarán lo que se expone en este texto. Éste, tendrá que ser un trabajo colectivo. De todos modos se asume la tarea de dar cuenta del lugar de la reflexión histórica dentro del campo de estudios de la comunicación con la perspectiva del trabajo del GTHC.

En contraste con una amplia y diversa bibliografía internacional sobre el campo de estudios de la historia de la comunicación en el mundo y su perspectiva desde las asociaciones internacionales en sus comisiones de este campo, este artículo contó con pocos archivos disponibles de la experiencia del GTHC de ALAIC. Por tanto, el proceso de preparación de este balance ha tenido que trabajar en la búsqueda de rastros en fuentes dispersas y en ocasiones hallar piezas perdidas o inexistentes. Para la versión que se presenta en este artículo, se ha logrado reconstruir esa historia fragmentaria a partir de las redes, páginas web y archivos actuales, algunas publicaciones y la información disponible que ofrecen las memorias y avances en reflexiones con perspectivas historiográficas más organizadas con las que cuentan algunos países con mayor trayectoria y acumulado en el subcampo. Igualmente, es necesario subrayar que lo logrado en este trabajo, especialmente con respecto a la evolución del campo de estudios de la comunicación en América Latina, se debe al invaluable apoyo de varios de los miembros actuales del GTHC de ALAIC, quienes han puesto a disposición sus propios trabajos, bibliografías y exploraciones para construir el artículo que se presenta a continuación.



## Formas de la historia de la comunicación en América Latina

La más antigua referencia a la historia de la comunicación en todos los países de América Latina la constituye *la historia del periodismo*. En tanto fenómeno, el periodismo no sólo ofrece la distancia temporal para su construcción en un objeto observable desde una mirada histórica sino que a la vez es un fenómeno tangible y cercano a la historiografía y a los métodos de la disciplina histórica en general. No se puede olvidar que más allá de ser objeto de investigación, la prensa constituye una fuente primordial para la investigación en historia. En este sentido, la historia más tradicional del periodismo se constituye a partir de la tradición de la historia heroica, prosopográfica, en la que la prensa se convierte en actor central de los procesos en periodos como la independencia y la formación de la nación. El medio impreso y los periodistas son planteados como los héroes del relato.

Por supuesto, esta perspectiva no ha sido ajena a la evolución del campo y se ha transformado a causa tanto de la evolución de los estudios históricos como por el interés desde la comunicología. Unos y otra comprenden al periodismo como oficio y a la prensa como fenómeno social y cultural en su carácter multiforme. Celia del Palacio, quien ha liderado el proceso de la red de historia de la prensa, explica: “La prensa es un objeto de estudio de múltiples facetas e innumerables posibilidades de análisis. Es un objeto apasionante e inabarcable que requiere de muchos y variados acercamientos disciplinares. Ni los historiadores pueden darse el lujo de prescindir en sus análisis de las herramientas teóricas y metodológicas de los estudiosos de la comunicación, ni estos últimos deberían obviar el estudio del pasado de los medios que constituyen sus objetos de análisis, a riesgo de dejar de lado una parte funda-

mental que podría explicar muchos de los comportamientos de los medios actuales. Tomarlos como objetos ahistóricos puede conducir a conclusiones equívocas o simplistas, o bien, como decimos en México, a ‘descubrir el hilo negro.’ (Del Palacio, 2010: 10). Ejemplos como el de Brasil (Barbosa, 2007, 2010) o el trabajo sobre Perú (Gargurevich, 1991, 2010) dan cuenta de esta diversidad y evolución.

La *historia de los medios* constituye un segundo campo privilegiado de la producción histórica que se ha hecho desde América Latina. En este sentido, es necesario hacer mención a dos vertientes que forman parte de la configuración de la historia de los medios, de un lado las historias oficiales y corporativas y de otro la historia de los medios propiamente dicha.

Una mirada similar a la de la historia tradicional del periodismo y la prensa es la que se demarca en estas historias oficiales, corporativas o institucionales. Muchas de ellas corresponden a la recuperación de la historia en la que los grandes medios y conglomerados de comunicaciones o los estados mismos orientan la manera en que desean ser representados y comprendidos socialmente. Son obras que refieren, a la manera de la historia tradicional, a las gestas heroicas y las aventuras anecdóticas de líderes, creadores, pioneros y figuras de la farándula cuyos relatos se articulan al proceso de memoria del espectáculo y del progreso que la sociedad tiene y que, más allá de una lectura crítica, ofrecen una versión celebratoria de la comunicación como referente del progreso y de la vinculación social con referentes que le ayudan a construir comunidades imaginadas.

Estos trabajos, no exentos de debate, comprendidos como egohistoria o historia institucional, seguramente podrán resultar un objeto susceptible de análisis. Son un registro respecto del lugar que la comunicación en general y los medios en particular

ocupan en la sociedad y refieren a la manera en que los medios desean ser vistos o comprendidos. En estas versiones se muestran las formas en que expresan su lucha por el poder simbólico en la sociedad. Por supuesto, en este grupo también se deben contar, como documento y como forma, las egohistorias de pioneros de la comunicación o las obras sobre actores individuales que configuran expresiones sociales de los relatos que se producen desde el espacio simbólico de los medios y las formas de la cultura popular y masiva. De estas encontramos referencias dispersas pero aún no un estudio o balance que las reúna.

Por el contrario, en la vertiente de lo que podemos llamar las *historias de los medios propiamente dichas* encontramos un amplio desarrollo de las historias de la radio o de la televisión. Estos trabajos tienen como campo de observación el espacio nacional y en ellos se exploran diversas dimensiones como la formación del medio, las prácticas y los actores que lo constituyen, sus contenidos, las empresas u organizaciones que lo han institucionalizado y la relación con los procesos políticos y sociales en los países. Tal como lo expresa Varela, haciendo una crítica a lo que ha tendido a dominar en este ámbito: “El modo en que la historia de los medios de comunicación ha sido abordada hasta el momento resulta paradójico. La importancia de los medios de comunicación en la sociedad contemporánea es indiscutible y las hipótesis interpretativas del rol que cumplen apelan a la historia sin excepción: las transformaciones técnicas, los cambios en la socialidad, o las relaciones entre lo público y lo privado, suelen comprenderse desde el análisis del momento de su emergencia, del contraste con las formas previas y su evolución. Sin embargo, la historia de los medios es una práctica relativamente olvidada. Si bien existen diversas historias parciales del cine, el periodismo, la radio, la televisión, la publicidad o la historieta, suele tratarse de meras enumeraciones de ‘acontecimientos’, ‘hitos’ de momen-

tos, figuras, transformaciones técnicas o éxitos notables. En contra de las tendencias de la historia del siglo XX que atraviesa la historia de los medios, estos relatos parecen surgidos de la historia de otros tiempos” (Varela 2007: 2).

En este terreno entonces, se debe dar cuenta de la existencia y superposición de formas de la historia que van desde la perspectiva más tradicional que busca articular y dar sentido a las anécdotas, a la narración bajo la matriz del relato de recuerdos de la farándula y a las memorias populares, hasta las formas de la historia social e historia cultural que paulatinamente ganan un espacio mayor en este ámbito de estudio. La historia de los medios posee algunas marcas características como las que diferencian a cada medio en particular y responden a su configuración a lo largo del tiempo en el ámbito nacional (asuntos que son precisamente parte del gran interrogante de los debates contemporáneos en historia de la comunicación a nivel mundial). En América Latina se cuenta con trabajos de los distintos países en los que desde una perspectiva de la comprensión de cada medio se ha explorado su conformación y desarrollo, y es tal vez en esta zona contradictoria donde surgen, no solamente los trabajos renovadores del campo de estudios sino, los estudios de la historia de la comunicación como ámbito de investigación que aporta y se articula a la comprensión de la formación y el cambio en la sociedad.

Buenos ejemplos de esta zona contradictoria y de diversos esfuerzos por ampliar o superar el límite nacional, mediático y de enfoque lo ofrecen trabajos como los que se han venido desarrollando desde la asociación de investigadores de la historia de los medios de comunicación en Brasil (<http://www.unicentro.br/rbhm/>) y, por supuesto, el registro que veremos en el próximo numeral de este artículo en las ponencias del GTHC a lo largo de los congresos de ALAIC.

Precisamente en la crítica a estas formas de historia y en un llamado para pensar más allá de las especificidades de cada medio es que resulta absolutamente central la reflexión que hace Barbosa a partir del trabajo de uno de los historiadores que más fuertemente ha apostado por lograr cambios en la comprensión de la comunicación en los procesos culturales y su conexión con la historia en general:

*E talvez o modelo proposto por Darnton para uma história da comunicação impressa valha também para outros processos midiáticos. No seu texto, Darnton (1995) atentava que para reconstruir os processos comunicacionais de homens do passado que construíram, pelas práticas, uma história dos impressos, era fundamental recuperar o sistema de comunicação no qual estavam envolvidos. Para isso, havia que se responder a algumas perguntas fundamentais: não bastava reconhecer e descobrir as materialidades (o que da questão), era preciso caminhar na direção de descortinar a face desses atores envolvidos na produção desses impressos (quem) e com que propósito. E, por último, perceber de que forma aquelas materialidades circulavam no mundo social, quem delas se apropriavam e que mudanças produziam naqueles que tinham contato com aquelas formas de comunicação. Reconstruir o sentido de uma obra –e a obra pode ser os jornais, por exemplo, como rede de textos– exige que se considere as relações entre o texto, o objeto que lhe serve de suporte (no caso a impressão) e as práticas que instrumentalizam (a leitura realizada e a reapropriação feita pelo leitor). Utilizando o modelo proposto por Robert Darnton é preciso investigar quem produz, quais as estratégias produzidas para chegar ao público, como funcionam essas empresas e de que forma essas materialidades chegam ao leitor. Percorrido esse caminho é preciso ver também como os leitores/espectadores (ou qualquer outro nome que possamos designar esse ser genérico chamado de público) entendem os sinais e quais teriam sido os efeitos sociais*

*dessa experiència (Barbosa, 2010b: 26)*

En el mismo lugar de las historias de los medios, uno de los casos especiales en esta perspectiva lo constituye la historia del cine, en aquellos países que de algún modo construyeron un cine nacional e incluso en los que no -en tanto allí se percibe la posibilidad de entrar tanto en la historia del medio como fenómeno social y político, como la de ocuparse de su evolución estética o narrativa. En este sentido, la historia del cine se adentra en enfoques similares al que el análisis literario y narrativo desarrolla para las literaturas nacionales o la historia del arte, tal como lo plantea Mirta Varela. (Varela, 2007)

## **La inserción de AL en el debate internacional sobre historia de la comunicación: Formas emergentes**

Para finalizar el cuadro de las formas de la historia de la comunicación deben tomarse en cuenta de manera central tres vertientes más a las que podemos caracterizar, si no como latinoamericanas, sí como marcadas por algunas de las preocupaciones propias de la escuela latinoamericana en comunicación. De un lado el entronque de la historia con el pensamiento en comunicación cultura, de otro, el lugar de la historia y la memoria como asuntos centrales de la comunicación en los procesos de lucha por el poder desde actores marginados y comunidades, y finalmente la autoreflexión acerca de la historia del campo del saber en comunicación como historia de

las ideas o historia intelectual.

La vertiente que conecta de manera profunda con el campo de estudios de historia de la comunicación en América Latina podría nombrarse como una *historia de los procesos sociales y culturales*, la cual hace referencia en particular a aquellas vertientes que fueron configurando una historia de la comunicación desde la cultura y en especial desde la cultura popular pero sobre todo hicieron un llamado de atención sobre el sentido histórico y la necesidad de la reflexión sobre las historias, en plural, y sobre las *temporalidades otras*. Tal como lo señala Varela de manera directa: “Las hipótesis centrales de los estudios de Comunicación y Cultura en el ámbito latinoamericano, han sido hipótesis históricas. Los debates sobre las relaciones entre tradición, modernidad y posmodernidad ubicaron a los medios de comunicación en un lugar peculiar que sólo era explicable por las asincronías, multitemporalidades o coexistencias de situaciones históricas diversas y muchas veces divergentes respecto de ‘otras’ historias. Los debates que colocaron el eje en la relación entre medios de comunicación y culturas populares también explicaron a partir de una hipótesis histórica el modo en que los medios de comunicación habrían retomado y reconvertido discursivamente las matrices de las culturas populares tradicionales” (2007: 3). En especial vale la pena apuntar, en el origen de este enfoque, una mirada, que viniendo del campo de los estudios sobre la literatura popular, interpreta las formas de configuración histórica del entrecruce entre lo oral, las prácticas comunicativas cotidianas y los emergentes medios de comunicación de masas y en ese cruce permiten centrar la mirada en las formas de la cultura, en su construcción de significados y en la configuración de identidades, su articulación a los cambios políticos y sociales en el desarrollo del siglo XX.

Tal vez la figura que con mayor claridad refleja esta perspectiva sea la de Jorge Rivera

(Argentina). Entre sus trabajos se destacan sus análisis acerca del folletín, las formas de la cultura popular y la conformación de la comunicación de masas; así como el texto que elaborara con Eduardo Romano y Aníbal Ford : “Medios de comunicación y cultura popular” (1985). Éstos se ocupan de la comprensión de la trama compleja que a lo largo del tiempo va dando forma a los procesos sociales y culturales, más allá de la cultura letrada y comprendiendo la articulación de diversas formas comunicativas.

De modo que, como lo veremos más adelante en la inserción de América Latina en el debate internacional, de la mirada histórica a la comunicación surgen algunas de las claves centrales del trabajo de los pioneros del pensamiento latinoamericano en comunicación, como lo sugiere el trabajo de Carmen Ferré (2013). Basta con nombrar trabajos como la genealogía de las prácticas de la comunicación de lo popular entre la escucha de la radio, las fiestas populares y la literatura popular que sirven de base para la explicación del mapa nocturno que expone el tránsito de los medios a las mediaciones en la obra de Jesús Martín Barbero (1993), así como la explicación sobre las formas de lo popular en el desarrollo del capitalismo en García Canclini (1982). Estas miradas están entroncadas con la construcción histórica de las prácticas culturales, como lo está la comprensión de Beatriz Sarlo (1988) acerca de la modernidad y la producción cultural en lo urbano; así como los trabajos de configuración histórica del campo profesional del periodismo y de los estudios en comunicación en la mirada de José Marques de Melo (1992). Todos ellos suponen tanto la comprensión de las temporalidades diversas, como la figuración de la cultura desde y en la comunicación, no sólo en los medios, sino en las luchas de sentido y en los modos de ser y de las dinámicas de poder en las que la comunicación resulta una arena central.



Este acceso debe resaltarse como el sentido de la construcción de una comprensión desde la historia, más allá de los medios, en las prácticas comunicativas en la vida cotidiana y la riqueza y diversidad de lo popular, lo que da cuenta de una necesidad que se expone más adelante y que hace referencia al requerimiento urgente que plantea el pensamiento latinoamericano de relocalizar la historia en tanto construcción del pensar sobre las temporalidades en pugna y en sedimento en esta región. Pensar propio que interpela a la historia misma como campo de saber. A este tópico se brindará atención más adelante en el numeral 3 de este artículo.

De la misma manera, es necesario decir que también en la clave de aquello que es propio de la manera de ser de América Latina, la lógica de autoreflexión sobre la acción desde la comunicación, nace otra línea dentro de las formas de la historia de la comunicación. Ésta surge de la vocación transformadora de la comunicación en la región que propicia la interrogación sobre los procesos sociales de cambio; la comunicación asociada al desarrollo y a los movimientos sociales; las luchas políticas en las que se pueden reconocer pistas de una vertiente de historia que atiende de manera más precisa a una *historia y memoria de comunicación y procesos sociales* o, si se quiere, a una “historia desde abajo” que se ocupa de otros modos de ser de la historia donde interesa la historia otra, cercana a las metodologías de la sistematización; a los procesos dialógicos y a la investigación acción que constituye un lugar central de la historia en el pensar y hacer de la comunicación. Buena parte de este enfoque se corresponde con historias hechas a través de la conexión con actores y procesos y pretende preservar la memoria, comprender sus procesos y movilizar la comprensión como, por ejemplo, el trabajo sobre las radios Mineras en Bolivia (Cajias 2010) o las indígenas en Perú. (Oyarce 2007)

Finalmente, constituye un área especial el campo de la *historia del pensamiento co-*

*municativo* que ofrece una dimensión especializada y cercana a la historia de la ciencia, de las ideas y a las genealogías que hoy se desarrollan en diversas áreas. En éste se destacan los ejercicios pioneros sobre la comunicología latinoamericana de Marques de Melo (2009); la reflexión analítica, sistemática, panorámica y soportada en el proceso de archivo que lidera Raúl Fuentes en ITESO desde Guadalajara y el de sus libros -que son una fuente necesaria para poder comprender la evolución del pensamiento latinoamericano en Comunicación- (Fuentes, 1996) así como los trabajos de Eric Torrico en Bolivia, sólo por nombrar algunos de los referentes clave a los que ya se une de manera muy valiosa el archivo creado por CIESPAL en Ecuador.

De tal modo que la historia asume un lugar central para pensar el campo mismo del saber de la comunicación, lo que en su análisis Raúl Fuentes y Francisco Hernández comprenden como un enfoque meta-investigativo que da pie a la formulación del proyecto del grupo de investigación de historia de la comunicación de la Asociación Mexicana de Investigadores en Comunicación. Éstos sugieren que en el escenario de una reunificación y redivisión de la ciencia social en el contexto de apertura de las ciencias sociales propuestas por Wallerstein, la comunicación, en tanto reflexión de carácter histórico, tiene como objeto el “análisis de los orígenes, desarrollo, estructuración de los sistemas y los proyectos sociales de ‘comunicación’ y de su investigación y enseñanza como prácticas sociales institucionalizadas, es decir, también históricamente situadas” (Fuentes y Hernández, 2009:192). Ello requiere una doble articulación: primero con las teorías y metodologías de investigación de la comunicación y segundo con el análisis de los procesos de constitución de los objetos genéricos de estudio del campo académico, y de sus complejas relaciones con sus referentes empíricos (Fuentes y Hernández, 2009).

## La historia del GT Historia de la Comunicación en ALAIC

Para comprender la construcción reciente del campo de estudios de historia de la comunicación, la trayectoria del GT dentro de ALAIC tiene un carácter primordial en tanto constituye en sí mismo un registro y referente que muestra las tendencias de la evolución de la agenda que se ocupa de este tema. Sin planteárselo, constituye una muestra a lo largo del tiempo de la puesta en juego de las formas de hacer historia. Por esto se ha decidido hacer un esbozo de este proceso y analizar las características que emergen de este acumulado. Para este fin se logró recolectar el archivo de ponencias de este GT en los Congresos de la Asociación desde el año 1998 -con un único bache de 2008, encuentro del que no fue posible conseguir la memoria. Se recolectaron un total de 178 ponencias de las que solamente 11 no cuentan con resumen.

En primera instancia se debe establecer que al revisar la memoria de los Congresos se pudo constatar que este grupo apareció en el segundo Congreso de la Asociación bajo la denominación Historia de las Ciencias de la comunicación y coordinado por José Marques de Melo (ALAIC, 1999: 26). Será a partir del tercer Congreso en el que recibirá el nombre más abarcador de Historia de la Comunicación (ALAIC, 1999: 43). Esto ya constituye un asunto interesante en tanto muestra la existencia desde el origen de una vertiente de historia del pensamiento y a la vez deja alguna pista sobre la configuración del objeto en tanto la modificación del nombre de por sí indica un desplazamiento en la construcción del mismo hacia una perspectiva más abarcadora y en alguna medida menos especializada.

En la convocatoria del Congreso de 1998, que cuenta con la orientación del Profesor Juan Gargurevich, el GT se propone unas líneas generales que dibujan el horizonte epistemológico que articula los trabajos del grupo en tanto se señala que este “busca recaudar e intercambiar información sobre cuestiones básicas de la especialidad como: bibliografía, incluyendo la información de dónde y cómo obtener material; didáctica de la historia de la información; propuestas historiográficas especializadas en medios de comunicación; metodologías de investigación aplicadas a la historia de los medios y que buscarán trabajar sobre historias nacionales, regionales, de casos y coyunturas específicas, biografías de comunicadores etc.” (Gargurevich, 2013). Esto sugiere un panorama amplio de trabajo que se complementa con una perspectiva sobre el papel de la historia en el campo de estudios de la comunicación y antes que nada con la transformación en el terreno de las nuevas tecnologías así como con la disponibilidad de archivos e información. Así: “Se procurará enfatizar en la observación de la historia actual de la comunicación para configurar un fondo de datos que sea útil para los estudiosos de la especialidad, teniendo en cuenta que se está acumulando una gran cantidad de información. Esta abundancia de datos es consecuencia, entre otras causas, del fenómeno de la globalización telecomunicativa que afrontamos en la actualidad y que debe ser visto desde vertientes distintas”. (Gargurevich, 2013)

Asimismo se hace énfasis en la perspectiva de la construcción de redes, lo que sugiere un factor primordial que el GT prevé en tanto: “Se buscará también establecer relaciones con especialistas de otras regiones para intercambio de los ítems básicos citados arriba, para establecer lazos de intercambio de información que tengan como efecto inmediato la creación de una lista de interés de historiadores” (Gargurevich, 2013).

El paso siguiente será constatar, según la genealogía del capítulo anterior y las tendencias del campo que se describen en los próximos numerales de este artículo, cuál es el mapa que ofrece lo que se ha colocado bajo esta sombrilla y cuáles son las tendencias que se marcan desde el balance de ponencias y con ello saber cuál es el perfil de la historia del grupo.

Una primera tendencia la marca el volumen de trabajos presentados en los congresos que han mantenido un número bastante estable y que han tenido un salto importante en el Congreso de Montevideo 2012.

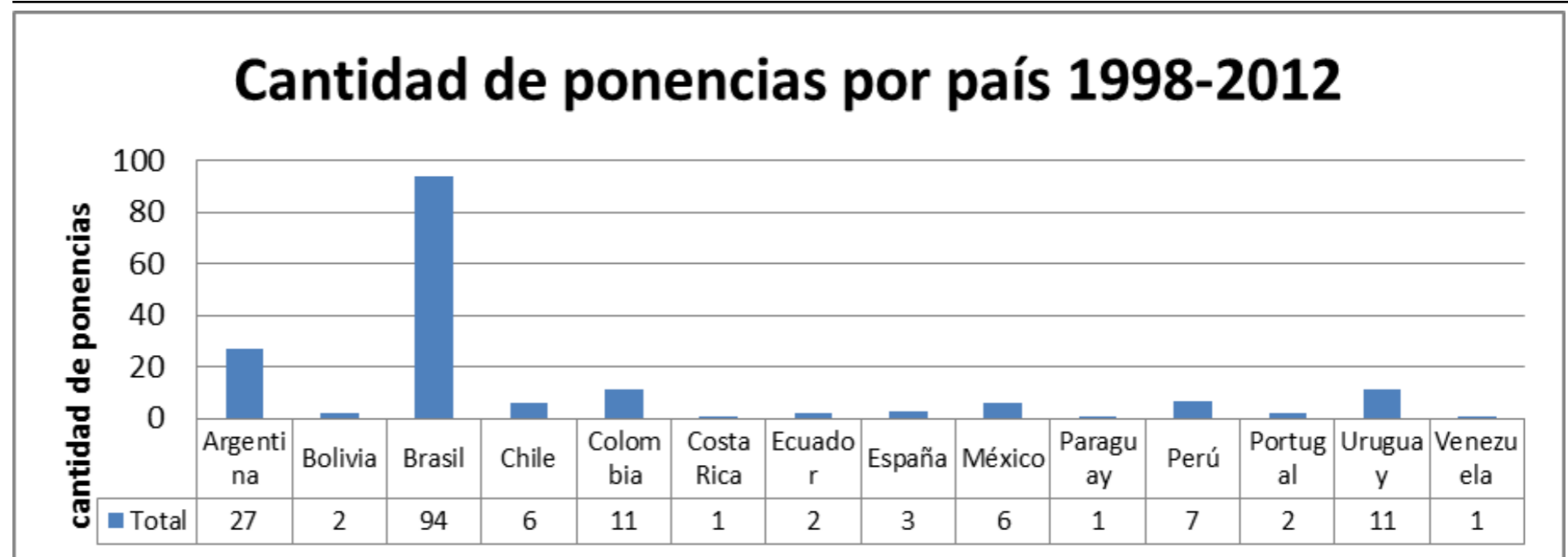
**Tabla 1. Cantidad de ponencias por congreso en el GT Historia de la comunicación 1998-2012. Elaboración propia basada en memorias disponibles en la red.**



Igualmente, si se examina el origen de los trabajos a lo largo de este periodo es claro que existen algunos países que han construido una acumulación importante de presencia en los congresos, factor que obviamente tiene determinaciones diversas

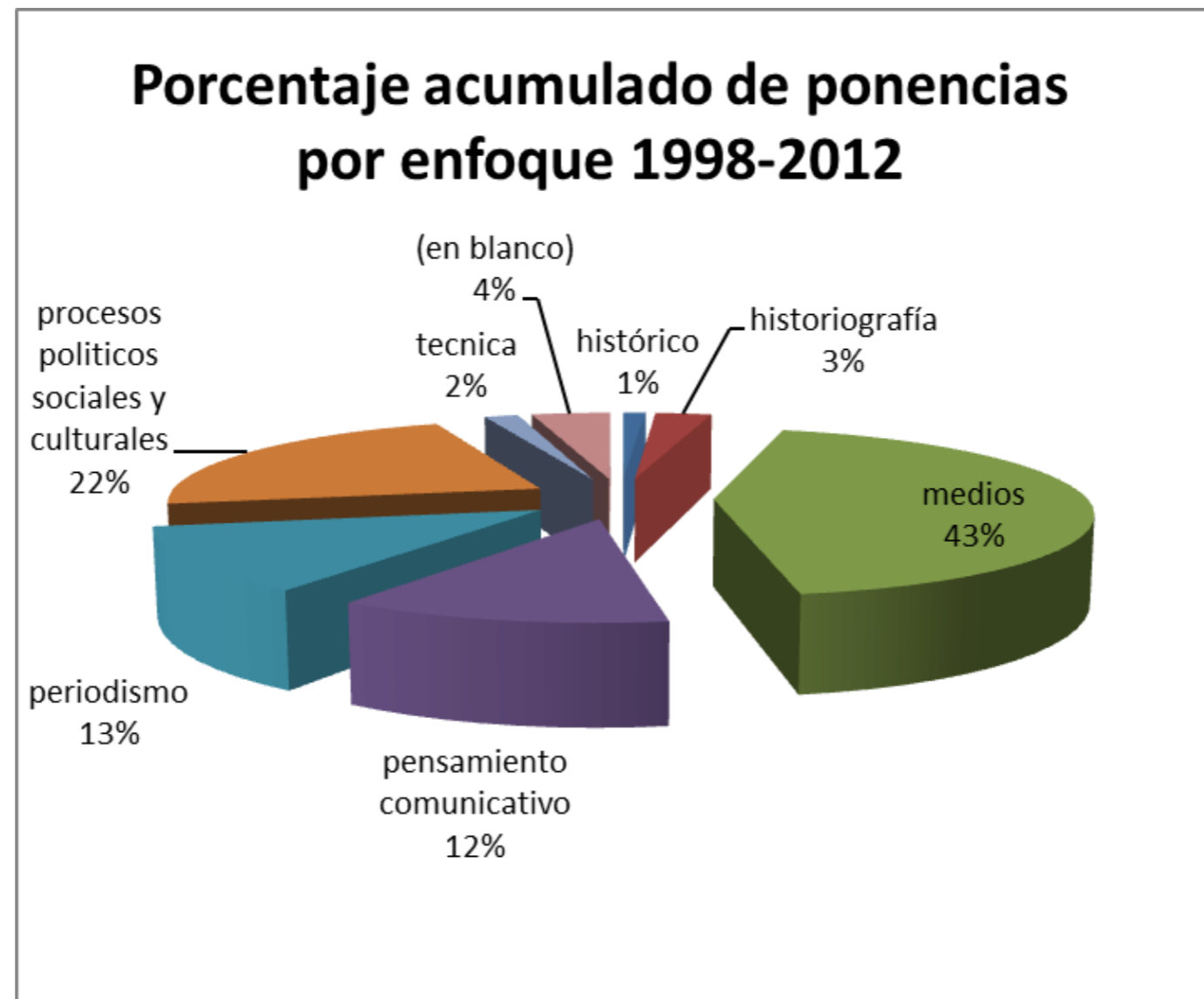
incluido el volumen de investigadores de cada país que forman parte de ALAIC y las dificultades de movilidad según la región de origen y el lugar de los eventos.

**Tabla 2. Cantidad de ponencias por país en el GT Historia de la comunicación 1998-2012. Elaboración propia basada en memorias disponibles en la red.**



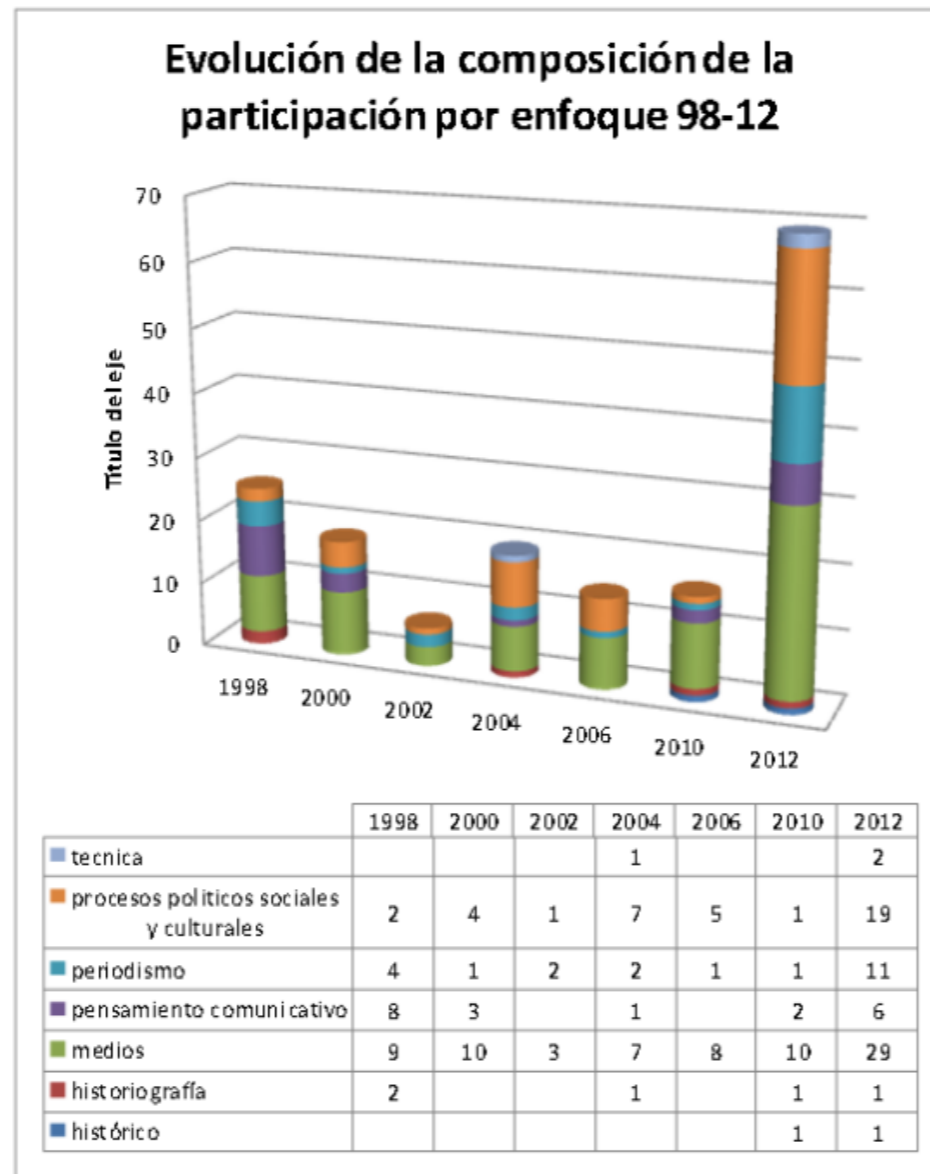
Un dibujo importante sobre las tendencias del campo lo muestran los enfoques que han primado a lo largo de los años de acuerdo a la caracterización del campo que se ha hecho en el numeral anterior. Este gráfico muestra la hegemonía de los estudios sobre la historia de los medios con casi la mitad de los trabajos presentados (43%) y un acumulado importante de trabajos en conexión con procesos políticos sociales y culturales (22%) que constituye un enfoque orientado a la conexión entre comunicación y cambios en la sociedad, enfoque que, como veremos más adelante, ha dado un salto cuantitativo importante en el periodo más reciente.

Gráfico 1. Porcentaje acumulado de ponencias por enfoque en el GT Historia de la comunicación 1998-2012.  
Elaboración propia basada en memorias disponibles en la red.



De todos modos, la evolución de los enfoques a lo largo del tiempo muestra la constancia de perspectivas centradas en medios y en periodismo, una dinámica irregular para las centradas en procesos políticos sociales y culturales y, en particular, la presencia débil de un enfoque historiográfico y de la ocupación acerca del pensamiento comunicativo en su evolución histórica.

**Gráfico 2. Proporción de ponencias por enfoque en el GT Historia de la comunicación 1998-2012. Elaboración propia basada en memorias disponibles en la red.**



Queda pendiente un trabajo más refinado sobre la base de datos para poder hallar la tendencia de las temáticas y los periodos de los que se ocupan las ponencias. Igualmente una exploración sencilla puede mostrar la constancia de investigadores a lo largo del tiempo y también la tendencia en temáticas y enfoques en lo nacional.



## Los paradigmas teóricos y las metodologías que se manejan en el sub-campo y las tendencias de la investigación

Los estudios en historia de la comunicación pueden ser comprendidos al menos desde los debates teóricos que pueden heredar de sus vertientes de origen, de un lado la evolución sobre la comprensión de la historia misma y de otro lado los modos en que se ha transformado la comprensión de la comunicación. Esta combinación ofrece la posibilidad de pensar que en el desarrollo de la investigación histórica de la comunicación se pueden ver marcas paradigmáticas que se corresponden con lo que antes hemos llamado formas de la historia de la comunicación, lugares en los que se reflejan tanto modos de concebir la historia como de pensar la comunicación.

Una historia de la comunicación “tradicional” se muestra claramente en el tipo de obras más ortodoxas sobre el periodismo y los medios, aquellas más centradas en los modos de ser del oficio del periodista, del medio mismo y sobre todo de las instituciones y figuras que se corresponden con claridad con los paradigmas tradicionales de la historia marcados fuertemente por los héroes, las historias centradas en lo institucional y pensadas desde los “vencedores”. En esta perspectiva se coincide con un paradigma de la comunicación que se centra en los productores, en las formas dominantes y sobre todo en las perspectivas que, más que en el develamiento y la crítica, se concentra en el interés explicativo de la causalidad comunicativa donde el medio y sus agentes se convierten en el “emisor” por excelencia (y desde esa lectura se supone aunque no se explicita un dominio y efecto propio de sus mensajes en tanto lugar del poder). En esta mirada, los lectores, las lecturas y las apropiaciones no tienen

lugar ni tampoco las formas de resistencia y las interpretaciones.

Un segundo paradigma estaría mucho más centrado en las determinaciones estructurales y en las comprensiones de lo que en particular se ha dado en llamar una “historia social”, en la que se trabaja sobre las determinantes estructurales económicas políticas y sociales. En ésta se pueden reconocer algunas vertientes que apuntan a considerar los determinismos, de los cuales el más frecuente suele ser el técnico, y en los que la dialéctica de los procesos de comunicación surge de las tensiones en las que se conforma el dominio de los artefactos, su propiedad y en general se derivan de allí las determinaciones superestructurales. En este sentido un ejemplo clásico de esta mirada lo sugiere la entrada de autores como Williams en el que por ejemplo los dos tomos de la historia de la comunicación son estructurados a través de la secuencia evolutiva entre técnica y sociedad. (Williams, 1992a y 1992b). El paradigma de la comunicación que con mayor proximidad se articula a este modo de pensar es el de la comunicación entendida como la producción social de significado y se extiende en las lecturas de la comunicación como persuasión, dominio y control sobre los medios en tanto base de la producción. En este hay tensiones entre agentes diversos y en buena parte esa lucha se dirime en el modo en que los medios van perfilando su poder en esa sociedad a manos de sus dueños.

Ejemplo de esta vertiente lo constituye la generación de historiadores herederos del marxismo británico iniciada por los trabajos clásicos de Raymond Williams que constituyen los primeros intentos de historias integradoras vistas más allá de la mirada a la comunicación como elemento de la superestructura. Esta perspectiva se consolida con autores como Peter Burke, quien en diversos trabajos realiza abordajes que nos ponen ante una perspectiva de historia cultural que tiene como centro a las prácticas de comunicación, la historia del silencio o la de la conversación, que cons-

tituyen referencias sobresalientes (Burke, 1996). Pero la que deja una clara constancia de esta mirada a la comunicación es *De Gutenberg a internet una historia social de la comunicación*, libro ampliamente difundido escrito en unión con Asa Briggs, el historiador de la radio en el Reino Unido. Este constituye una mirada integradora en la reconstrucción de la llamada historia social de los medios a la que debemos conceptos clave para miradas articuladoras de la comunicación como el de régimen de comunicación que explica como: “entender los medios como totalidad, aprehender como interdependientes los distintos medios de comunicación. Retarlos como un conjunto, un repertorio, un sistema, lo que los franceses llaman *régime*, ya sea autoritario, democrático, burocrático o capitalista” (Briggs y Burke, 2002: 35). En este mismo marco la articulación tipo antología de Heyer y Crowley (1997) ha tratado de dibujar miradas enriquecidas del conjunto de la historia de la comunicación con un claro carácter europeo y de perspectiva marcadamente anglosajona, lo que no deja de marcar vacíos importantes en la pretensión de una historia “universal” de la comunicación.

El trabajo abarcador y crítico de Bordería, Laguna y otros (1996) en *Historia de la comunicación social. Voces, registros conciencias*, comparte una mirada de conjunto acerca del proceso histórico y a la vez hace uso de una perspectiva marxista de la historia que le da una gran fluidez al cuadro general que dibuja sobre la comunicación y los procesos sociales y culturales en el nivel mundial, abarcando desde los tiempos prehistóricos hasta el siglo XX.

Una extensión del anterior paradigma se puede ver en la perspectiva de una historia cultural donde esta dialéctica de poder acepta y reconoce formas de resistencia, si se quiere de luchas diversas entre actores, en las que no siempre se impone de forma determinista quien detenta el poder sobre los medios sino que deja un lugar

para lo que algunos llamarán lo táctico (De Certeau, 2000), las formas de lo popular o si se quiere la construcción del proceso histórico como un cambio cultural que se configura en el largo plazo y que se teje más allá de la determinación técnica en las prácticas y procesos, especialmente en las formas comunicativas en la vida cotidiana. Ejemplos de esta perspectiva van desde Darnton (2003) en su lectura cultural de la formación del régimen comunicativo previo y posterior a la revolución francesa e incluye una parte de la obra de Williams, especialmente lo referido a la Gran revolución. Esta mirada, igualmente compuesta por la crítica a la historiografía tradicional y sus conexiones con la perspectiva de la historia de larga duración que cultiva Braudel, incluye también a los historiadores de la tercera generación de la escuela de Annales que se interesan por la historia de la vida cotidiana en la que ha tenido especial énfasis la mirada a prácticas como la lectura, pero sobre todo la comprensión de los procesos comunicativos como parte de la historia cultural. Prueba de esto es la expansión de subtemas amplios como la historia de la lectura y la escritura (Chartier, 1997; Mangel, 1998), la formación de la opinión pública (Habermas 2002), la propaganda (Pizarroso 1990), así como el papel de las formas de comunicación en la formación de comunidades (Anderson 1993; Burke 1996) y el desarrollo de revoluciones y cambios culturales (Darnton, 2003; Williams 1992). Estos acumulados hacen que la historia de la comunicación desde la orilla de los historiadores haya cobrado un auge y una centralidad que antes no contaba y a la vez ofrece unas marcas de la perspectiva de la historia en la que la comunicación va más allá de la técnica y su evolución y se articula a temas transversales que incluso se piensan sobre la base de comprender su naturaleza comunicativa.

La otra vertiente que se podría señalar la configuran las miradas genealógicas en la que se privilegia una comprensión del poder y de los sentidos como producidos

de manera diversa, no lineal causal y en conexión entre escalas macro y micro. Esta perspectiva genealógica observa la comunicación de modo complejo, aborda técnicas, mentalidades, sentidos y vínculos. El ejemplo paradigmático lo constituye el trabajo de Mattelart (1993, 1995). Pero podríamos entrever exploraciones similares en la obra de Gruzinski (Guerra de las imágenes, 1995), para comprender la colonización desde lo simbólico e imaginario y en el largo plazo, e incluso en las reflexiones y ensayos con gran profundidad histórica de Monsivais (2000).

Otra perspectiva resulta interesante reconocerla en el abordaje de la dimensión microhistórica como paradigma y en la historia de la vida cotidiana en las que al cambiar el enfoque y la escala se produce una relación directa con las formas comunicativas, con las dinámicas del tejido cotidiano y sobre todo con la perspectiva en la que se localizan sujetos, discursos e interacciones. Tal vez en este lugar se desenvuelven trabajos que buscan contar de otra manera el inicio de los medios de comunicación y las formas de las prácticas culturales en lo cotidiano: locos por la radio. (Matallana, 2006)

Otra entrada la expone, de un lado, el trabajo que puede comprenderse desde la perspectiva histórica en la mirada de la escuela canadiense con Harold Innis (1986) y, por supuesto, en el mismo McLuhan en Galaxia Gutenberg (1972), mirada que coincide con un abordaje complejo en el que la comunicación es un gran interrogante articulador de la forma de ser de la sociedad a través de la genealogía del poder y sus formas en los imperios antiguos y en la transformación de las sociedades a partir de la vinculación entre prácticas de comunicación, tecnologías y formas de la cultura.

Y el segundo de estos referentes lo constituye el trabajo de Armand Mattelart que

aunque no es considerado propiamente como historiador realiza en varias de sus obras un trabajo de genealogía de la comunicación como objeto y fenómeno que reviste una lectura articuladora de dimensiones, mentalidades, acontecimientos que constituyen una lectura crítica sobre las relaciones de poder en una muy directa referencia a Foucault y a la larga duración como entradas posibles para comprender la configuración de una historia de la comunicación. (Mattelart 1993, 1995). Esta constituye un referente importante en tanto articula, por primera vez, la perspectiva de las formas hegemónicas de la comunicación a América Latina.

Contada la excepción que acabamos de señalar, es notoria, en este mapa general de la historia de la comunicación, la marginalidad de América Latina, lo que no solamente se corresponde con la fragilidad de los acumulados realizados desde esta región, sino a la ausencia real de preguntas hechas desde estas historias pretendidamente globales hacia el espacio latinoamericano. Este acontecimiento marca una de las grandes brechas que debe señalarse como un horizonte que convoca la reflexión desde la historia de la comunicación desde América Latina en tanto es posible interpelar desde conceptos como el de hegemonía, colonialidad y sobre todo con interrogantes centrales acerca de la manera en que se correlacionan las dependencias tecnológicas y sus formas de expansión con la construcción de mercados, identidades y redes de circulación y producción aún vigentes en la actualidad.

Pero ante esta negación es necesario referir una inserción otra, que es la que podríamos ver localizada, ya no desde la historia misma, sino desde el debate sobre la historia que se articula en el más profundo origen del pensamiento latinoamericano en comunicación. Inspirados en los términos de Martín Barbero esto hace referencia, como se ha señalado en secciones anteriores, a la “forma desviada” en la que el pensamiento comunicacional latinoamericano tiene que traer el asunto de la temporalidad.

dad y a las formas propias de la historia para repensar su “modo de ser”.

Son las miradas críticas sobre la historia europea y su puesta en crisis en la mirada de los historiadores que rompen la hegemonía de la “historia desde arriba” las que permiten que América Latina acoja y comprenda el pensamiento de aquello que quiebra la disciplinariedad histórica y sus objetos como en Bajctin (2003); o el sentido mismo de la historia y su idea de progreso como la de Walter Benjamin, o los trabajos desde la microhistoria como la de Ginzburg (2008), y los convierta en base para pensar sus propias crisis.

En este lugar es donde cabe resaltar el hecho de que los estudios latinoamericanos en comunicación antes que hacer de la historia un objeto específico convocaron la perspectiva y la oportunidad histórica como una salida para poder responder a sus preguntas centrales. No es gratuito que pioneros de la reflexión sobre la comunicación y sus formas en América Latina, como Rivera en Argentina, hicieran un trabajo que reclama una perspectiva histórica para poder comprender el proceso de transformación de nuestras sociedades, así como obras de la escala de *Latinoamérica las ciudades y las ideas* de José Luis Romero traigan la dimensión de la comunicación y la vida cotidiana como lugares para pensar su especificidad histórica.

En esta perspectiva debería hacerse claro que más que la inserción de América Latina en el campo internacional, de lo que hablaríamos es del lugar que tiene la historia como un elemento central que en ocasiones opera como enfoque de análisis y en otra como perspectiva genealógica pero que se convierte en un eje connatural a la reflexión de América Latina que, hecha de destiempos y temporalidades-otras, se ve obligada a repensar su historia. En ese contexto es que la historia de la comunicación en América Latina, más que una historia de los medios específicamente, debe hacer-

se en la necesidad de comprender la naturaleza de sus procesos sociales y culturales. Historizar la comunicación tiene que ver con autocomprenderse con ayuda en lo comunicativo. Es en este lugar donde pensar las lógicas de dependencia, las dinámicas de colonialidad, sus relativas unidades lingüísticas, los modos de circulación y conexión cultural, así como los intensos ejercicios comunicativos en los que se configuran formas como las de los estados nación en esta región tienen una vigencia inmensa y son casi un llamado urgente. Un llamado a esa búsqueda lo hace recientemente Luis Ramiro Beltrán en su exploración histórica acerca del mundo precolombino (Beltrán, 2008) proponiendo un ítem nuevo en la agenda de los estudios históricos en comunicación.

De todas maneras, vale la pena resaltar que los ejercicios de investigación en historia van ganando fuerza en la medida que el acumulado de la historia permita ir construyendo una historiografía propia, y para ello es importante tomar en cuenta que en muchos ámbitos de estudio, excepción hecha de los acumulados de Brasil en diversos temas, la historiografía es limitada y aún incipiente.

El campo de estudios de historia de la comunicación ofrece un panorama particular con respecto a la perspectiva metodológica en tanto se puede considerar que, más allá de las tendencias, existe un enfoque metodológico relativamente homogéneo que ofrece los modos de trabajo propios de la investigación histórica en cuanto a la exploración de archivos, búsqueda de fuentes, contraste de las mismas, exploración documental y lectura crítica de los archivos. En este lugar es importante señalar la fuerza con la que emergen hoy los llamados y acciones para la construcción de archivos especialmente centrados sobre nuevos soportes que interrogan profundamente la selección de objetos y la necesidad de clarificar las claves de las colecciones para los repositorios existentes y en proceso de construcción.



Esta última anotación invita a pensar en el avance de perspectivas que se mueven en dirección a un tipo de investigación histórica necesariamente más cercana a los interrogantes que hoy se han establecido acerca de la memoria y que sugieren un campo de reflexión particular al interpelar las relaciones entre: medios como constructores de memoria, memoria de la comunicación en la vida cotidiana, memoria social desde la producción de medios, los cuales entre otros sugieren una exploración de la historia desde nuevos lugares.

## **Distribución geográfica de la investigación en el sub-campo, procesos y dinámicas de diálogo actual**

Derivado del proceso explicado en el numeral anterior, es posible vincular los debates que desde diferentes regiones del mundo están disponibles para dibujar el balance de tendencias del subcampo. Así como en el caso latinoamericano, la mayoría de los procesos en otras regiones del mundo expresan una evolución que arranca desde los paradigmas de la historia y los modos de hacerla y se va fortaleciendo con una comunidad académica que se ocupa de la historia de la comunicación. Sin embargo no se debe olvidar que incluso existen perspectivas que expresan que no existe un subcampo al que se pueda llamar historia de la comunicación más allá de un uso meramente funcional para aglutinar trabajos dispersos y de índole diversa que no responderían a los criterios para pensarlos como disciplina. Sin embargo, al trazar los rasgos de institucionalización, formación de comunidad académica, autorreflexión y construcción de una tradición es posible reconocer la existencia actual de

un subcampo que podemos indicar a partir de los rasgos que se muestran en los debates registrados a continuación.

En el segundo semestre de 2011 se publican dos números de la revista *Medien & Zeit* basados en la pregunta: *¿qué es la historia de la comunicación? Respuestas europeas*. En ellos se resume el balance de los enfoques que en ECREA han venido planteándose sobre la historia de la comunicación. Más allá de los balances, lo que este número expone es la emergencia de un nuevo campo que puede ser mostrado en las transformaciones sobre el tipo de historia que se está haciendo y en la emergencia de temáticas y enfoques que permiten reconstruir el avance del subcampo. En primera instancia se plantean una serie de tránsitos que expresan el cambio de, por ejemplo, la historia de la prensa a la historia del periodismo y el paso de una historia de los medios a una historia de la comunicación. Este último tránsito se expresa en ejemplos clave. Por ejemplo Cornelia Bogen (2011) muestra las posibilidades que ofrece la investigación acerca de un proceso de comunicación como la idea de salud y enfermedad en el conjunto del contexto europeo, planteamiento que asume dos entradas. Por un lado, el abordaje de un tema o eje de sentido en particular: la salud y la enfermedad en el contexto que desborda lo nacional; y, por otro, la perspectiva de Braudel –en diálogo con Habermas- y Juraj Kittler (2011) que propone y ofrece pistas de una historia comprensiva de la esfera pública, lo que remite a una lectura muy significativa sobre la expansión y desarrollo de procesos sociales en un contexto que nuevamente desborda lo nacional y se ocupa de la expansión de la comunicación como un fenómeno a comprender en espacios más amplios -en este caso la mirada de conjunto a Europa-. Estas exploraciones se complementan con el abordaje que para el cierre de este número especial de la revista hace Klaus Arnold (2011) que se interesa por una perspectiva comparada a la que su trabajo adiciona posibilidades,

como la de la transferencia, entendidas en formas diversas como cruces, intersecciones, secuencias e interferencias y sobre todo en una lectura temporal que rompe la sincronía y se pregunta por otras temporalidades que se superponen y se interconectan.

Es importante nombrar algunas entradas complementarias a la anterior. Por ejemplo la experiencia de NORDICOM que casi una década antes de la que se acaba de registrar en ECREA aborda la pregunta por la historia de la comunicación y del mismo modo se aproxima a proponer tránsitos que de hecho se han venido dando en el contexto de la asociación: el paso a perspectivas comparadas y sobre todo el paso de una historia de los medios a una historia de la comunicación y el cambio hacia una historia cultural que se expresa tanto en el trabajo de Salokangas (2002) como en el que realiza Jensen (2002) en su artículo *“From media history to communication history. Three comparative perspectives on the study of culture”*. En ellos se sugieren ejes de trabajo para la comparación en comunicación: lo nacional, la “alta” y “baja” cultura y la comunicación mediada y no mediada. De otro lado está el proceso de evolución del subcampo en España que ha sido trazado en balances como el de Gomez Mompert (1997) y en particular el balance de Yanes Mesa (2003) que da relevancia a la evolución del campo en la España post franquista en la comprensión nueva de historias como la de la prensa, el desarrollo de formas institucionales como el Departamento de Historia de la Comunicación en la Universidad Complutense, la formación de una asociación nacional de investigadores y el desarrollo de varios textos panorámicos en el campo de la historia de la comunicación, lo que se cierra con una localización del interés por las formas de “nuevas” historias en el eje de la microhistoria.

Igualmente existe un mapa de las asociaciones mundiales que poseen grupos de tra-

bajo en torno a la historia y que en su esencia plantean enfoques y delimitaciones diferentes del campo. En IAMCR la Sección de historia plantea que su objeto “emphasizes media history and the historical relations between the media and politics and a variety of perspectives on the globalization of communication since the 19th century. Members are interested in work that foregrounds the role of communication technologies and applications in social formation and historical change, including critiques of perspectives that see today’s information societies as emerging out of a clear break with the past”. La división de Historia de la Comunicación de la International Communication Association -ICA- plantea tres ejes principales: la historia de la comunicación incluyendo la historia de los medios, la historia de la idea de comunicación y la historia del campo de la comunicación.

Finalmente es necesario localizar en este escenario los procesos que desde América latina se han venido desarrollando, sus debates y las pistas que estos ofrecen. Aparte de lo ya expuesto acerca de los modos de pensar latinoamericanos que articulan la historia, vale la pena mostrar al menos dos entradas que se expresan en espacios que han venido creciendo y persistiendo en la región. Una de ellas es la Red De Investigadores Da Midia en Brasil que, aparte de las actividades que promueve en sus reuniones, posee una publicación que expresa claramente el panorama de su trabajo: la revista de historia de los medios que está enmarcada en desarrollo de números monográficos que ha cubierto hasta ahora la historia de la radio, la televisión y la fotografía. La otra, basada en una entrada diferente desde agendas y ejes temáticos o núcleos de problemas es la REHIME, Red de Historia de los Medios. La página, las publicaciones y las actividades que se llevan a cabo desde este espacio tocan temáticas diversas, articulan investigadores de diversos países de la región y ofrecen el acceso tanto a los archivos de sus actividades en formatos de audio, video impreso, así

como ofrecen un repositorio de información con acumulados fundamentales como la obra de Jorge Rivera y diversos dossier de las temáticas abordadas desde su revista.

Por supuesto debe cerrarse este mapa con la localización del GTHC de ALAIC identificando que en el proceso de casi dos décadas constituye un lugar de encuentro de diversas voces que vienen de enfoques y exploraciones distintas y que tal vez cumple la función de ser un registro del recorrido y los avatares de la configuración del campo de estudios en historia de la comunicación. En su mapa de tendencias, especialmente en el último encuentro, mostró fenómenos interesantes como el de la expansión territorial que puso juntos a la península ibérica y el conjunto de América Latina y pudo explorar temporalmente desde la época colonial hasta los tiempos actuales. Igualmente contiene dos ejes interesantes que apuntan a la historia del pensamiento e investigación en comunicación y otro sobre la incorporación de la historia como un elemento en la formación de comunicadores.

## **Ejes, entrecruzamientos y tendencias del sub-campo**

Como se logra ver a lo largo de este balance, en las últimas décadas se ha venido configurando el campo de estudios en historia de la comunicación, aglutinando ejes diversos que van desde la historia de los medios en su sentido más tradicional hasta las formas expandidas en las que hoy la historia busca superar límites territoriales y conceptuales en lo nacional, aparte de la búsqueda por construir historias que abordan escalas diversas que se mueven entre lo micro, lo regional o lo global y que en su transversalidad hallan en las pistas temáticas y en conceptos complejos otros modos

de articular su historia. Luego de moverse en un territorio ambiguo, entre su marginalidad, en los estudios de la historia y su muy limitada expansión y su altísima dispersión en los estudios de comunicación, es posible que el campo se encuentre en un estado de avance que aún no puede describirse como una disciplina o subcampo plenamente conformado pero sí ofrece un avance en el que la comunidad de investigadores, la producción académica, la conformación de archivos y redes dan pie para proyectar su consolidación en los próximos años.

Un balance acerca de los ejes actuales y posibles permite localizar unos ítems que emergen del proceso y localizan algunas de las tensiones centrales de este campo:

***Hacer historia más allá de lo nacional.*** Acumulando entradas diversas a un fenómeno localizado en distintos países sugiere la comparación, y a la vez ofrece la posibilidad de pensar el hecho comunicativo mismo como un fenómeno que puede ser analizado de nuevas maneras si se supera su delimitación a la frontera de lo nacional o si se aleja de este como paradigma del modo de ser del medio. Ejemplos como el de la expansión de la radio o la televisión en América Latina ofrecen retos plausibles en este sentido.

***Comparación, conexión, transferencia, cruce.*** Tanto las tendencias globales como los interrogantes acerca de tópicos o problemáticas transversales sugieren que enfoques altamente posicionados en la historia, como lo es la comparación, sigan fortaleciendo su presencia en el campo académico. Incluso se puede prever que las diversas formas de la comparación se desarrollen en dirección a lo que se plantea en los debates de ECREA. Es decir las preguntas por la conexión se expanden hacia transferencias, cruces, intersecciones, secuencias e interferencias.

**Articular preguntas que conecten procesos globales.** Preguntas como la de la emergencia y evolución de la esfera y la opinión pública, la historia de las multitudes, la colonialidad, la circulación de mensajes y sentidos, los mercados y monopolios, la expansión de contenidos a nivel planetario propician pistas para la mirada a una historia de la comunicación más que a una historia nacional de la comunicación.

**Archivos y memoria.** Probablemente uno de los factores más interesantes que el cambio del escenario digital propicia, junto con la disponibilidad de acceso remoto a archivos, es la construcción de repositorios especializados donde cabe el registro no sólo de documentos tradicionales sino de otras piezas de orden testimonial que permiten aproximarse a las preguntas por la memoria y la relación entre comunicación medios y memoria en la sociedad.

**Metodologías, enfoques y modos de hacer historia.** Al comprender la diversidad de las exploraciones históricas en comunicación se hace obligatoria la pregunta acerca de los enfoques de investigación, la contaminación mutua entre modos de investigar en comunicación y los modos de investigar en historia para sugerir caminos mezclados o fortalecer los particulares de cada tendencia. Responder a la pregunta cómo se hace la historia.

**Una historia latinoamericana.** Categorías transversales para América Latina como dependencia, hegemonía, colonialidad y sus formas de expansión transnacional en la construcción de mercados, identidades y redes de circulación y producción soportadas sobre la pregunta por las diversas temporalidades y asincronías que se mezclan en esta región, junto con los sentidos diversos o alternativos de la memoria o la historia, ofrecen preguntas que vale la pena responder en el momento actual y en su formación en épocas anteriores.

***Las ausencias.*** Otro tópico de las tensiones lo constituye el que existe, en particular para América Latina, una zona de invisibilidad histórica, desatendida por la historia pero clave para la comprensión de esta región. Ejemplos como la comunicación precolombina que sólo cuenta con el trabajo pionero de Beltrán o la ausencia de la comunicación alternativa, ciudadana popular o comunitaria como ámbito de comprensión histórica.

***Historia del pensamiento y la historia en la comunicación como campo.*** Recogiendo la tendencia que en el GTHC arranca Marques de Melo en su persistente preocupación sobre la conformación del campo de saber y la historia de los estudios sobre la comunicación se hace necesario tender el puente con los debates de la epistemología y genealogía de la escuela latinoamericana en comunicación así como interrogar su incorporación en la formación de comunicadores en toda la región, lo que permite preservar lo histórico y genealógico como un recurso necesario para la comprensión de los problemas comunicativos contemporáneos.

## **Bibliografía especializada.**

### **Pistas históricas, historiográficas y reflexión del subcampo.**

ARNOLD, KLAUS. (2011). "Methodological approaches to European Communication and media History". En *Medien & Zeit*. Vol 4. Wien. pp. 36-48.

ALAIC. (1999). Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación 1978-1998 contribuciones para una memoria institucional/Centro Interdisciplinario Boliviano de Estudios de la Comunicación. Cibec. La Paz.



BARBOSA, MARIALVA CARLOS. (2010b). “Múltiplas formas da contar uma historia”. En *ALCEU*. v. 10 - n.20. - jan./jun. Brasil. pp. 25-40.

BOGEN CORNELIA. (2011). “Structures of Health Communication”. En *Medien & Zeit*. Vol 3. Wien. pp. 29-43.

FERRÉ PAVÍA, CARMEN. (2013). “Historia de la Comunicación: una reflexión historiográfica”. Disponible en [www.portalcomunicacion.com](http://www.portalcomunicacion.com) Recuperado: octubre 2013.

FUENTES, RAÚL. (1996). “La investigación de la Comunicación en México. Sistematización documental 1986-1994”. Instituto Tecnológico de estudios Superiores de Occidente. Universidad de Guadalajara, Guadalajara.

FUENTES, RAÚL Y FRANCISCO HERNÁNDEZ (2009). “Historia de la comunicación, historias de los medios y del campo académico: reflexiones sobre el futuro de la investigación en México”. En VEGA MONTIEL AIMÉE (coord.) *La comunicación en México. Una agenda de investigación*. Coedición CEIICH-UNAM AMIC, México. pp. 185-195.

GARGUREVICH, JUAN. (2013). “Perfil del GT Historia de la Comunicación”. Disponible en: <http://www.eca.usp.br/associa/alaic/gt14.htm>. Recuperado: oct 2013.

GOMEZ MOMPART, JOSÉ LUIS. (1997). “Historia de la historia de la comunicación en España”. En *Comunicación y Sociedad*. No 31 sep dic 1997. México. pp. 251-262.

KITTLER, JURAJ. (2011). “Learning from Braudel: a question for a Comprehensive History of the Public Sphere”. En *Medien & Zeit*. Vol 4 2011. Wien. pp. 6-15.

JENSEN, KLAUS BRUHN. 2002. “From Media History to Communication Histo-

ry Three Comparative Perspectives on the Study of Culture”. En *Nordicom Review*. 1-2/2002. Göteborg. pp. 95-99.

MARQUES DE MELO, JOSE. Coord. (1992). “Comunicación latinoamericana de-  
safíos de la investigación para el siglo XXI”. Ponencia presentada en Congreso Lati-  
noamericano de Investigadores de la Comunicación (1: 1992 Ago.13-16: Sao Paulo)  
ALAIC Escuela de comunicaciones y artes, Sao Paulo.

(2009) *Pensamiento comunicacional latinoamericano. Entre el saber y el poder*. Co-  
municación Social. Sevilla.

SOLAKANGAS, RAIMO. (2002). “Media History Becomes Communication History  
– or Cultural History?”. En *Nordicom Review*. 1-2/2002. Göteborg. pp. 101-105.

VARELA, MIRTA. (2007). “Medios de comunicación e industrias culturales: Histo-  
rias nacionales y problemas globales”. Ponencia presentada en: Intercom – Sociedade  
Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação XXX Congresso Brasileiro  
de Ciências da Comunicação – Santos. 1º Colóquio Brasil-Argentina de Ciências da  
Comunicação.

YANES, JULIO. (2003). “La renovación de la historiografía de la comunicación so-  
cial en España”. En *Historia y Comunicación Social*. No 8 2003. Madrid. pp. 241-258.

## Bibliografía básica panorámica sobre historia de la comunicación.

ANDERSON, BENEDICT. (1993). *Comunidades imaginadas. Reflexiones sobre el origen y la difusión del nacionalismo*. Fondo de Cultura Económica, México.

BAJCTIN, MIJAIL. (2003). *Estética de la Creación Verbal. La obra de Françoise Rebe-  
láis*. Alianza Editorial, Madrid.

BELTRÁN, LUIS RAMIRO ET AL. (2008). *La comunicación antes de Colón*. Centro interdisciplinar Boliviano de Estudios de la comunicación, La Paz

BURKE, PETER. (1996). *Hablar y callar. Funciones sociales del lenguaje a través de la historia*. (The Art of Conversation). Gedisa, Barcelona.

BORDERÍA, LAGUNA ET AL. (1996). *Historia de la comunicación social. Voces, registros conciencias*. Editorial Síntesis, Madrid.

BRIGGS, ASA; PETER. BURKE. (2002). *De Gutenberg a Internet. Una Historia Social de la Comunicación*. Taurus, Madrid.

CHARTIER ROGER Y GUGLIELMO CAVALLO. (1997). *Historia de la Lectura en el Mundo Occidental*. Taurus, Madrid.

CROWLEY, HEYER. (1997). *La comunicación en la Historia*. Bosch Comunicación, Barcelona.

DARNTON, ROBERT. (2003). “Una de las primeras sociedades informadas: las novedades y los medios de comunicación en el París del siglo XVIII”. En *El coloquio de*

*los lectores*. Fondo de Cultura Económica, México. pp. 371- 429.

DE CERTEAU, MICHEL. (2000). “La invención de lo cotidiano”. 2 vol. Iberoamericana, México.

GINZBURG, CARLO. (2008). *El queso y los gusanos*. Editorial Península, Barcelona.

GRUZINSKI, SERGE. (1995). *La guerra de las imágenes. De Cristóbal Colón a Blade Runner*. Fondo de Cultura Económica, México.

HABERMAS, JURGEN. (2002). *Historia y crítica de la Opinión Pública*. Gustavo Gilli, Barcelona.

INNIS, HAROLD. (1986). *Empire and Communications*. Pres Porcepic, Victoria.

MANGEL, ALBERTO. (1998). *Una Historia de la Lectura*. Alianza Editorial, Madrid.

MATTERLART, ARMAND. (1993). *La comunicación Mundo*. Fundesco, Madrid.

(1995). *La invención de la Comunicación*. Siglo XXI editores, México.

MC LUHAN, MARSHALL. (1972). *Galaxia Gutenberg*. Aguilar, Madrid.

MONSIVAIS, CARLOS (2000). *Aires de Familia*. Anagrama, Barcelona.

PIZARROSO, QUINTERO ALEJANDRO. (1990). *Historia de la Propaganda*. Eude-  
ma, Madrid.

WILLIAMS, RAYMOND. (1992a). *Historia de la Comunicación Del lenguaje a la es-  
critura*. Vol 1. Bosch Comunicación, Barcelona.

(1992b). *Historia de la Comunicación De la imprenta a nuestros días*. Vol. 2. Bosch  
Comunicación, Barcelona.

## Redes y proyectos articuladores

Asociación de investigadores de la historia de los medios de comunicación en Brasil <http://www.ufrgs.br/alcar> y la revista correspondiente en: <http://www.unicentro.br/rbhm/>

Red de Historia de los medios de comunicación. REHIME. <http://www.rehime.com.ar/>

## Archivos y Repositorios.

CC DOC. ITESO Guadalajara. <http://ccdoc.iteso.mx/cat.aspx>

El repositorio de CIESPAL en digital: <http://186.5.95.155:8080/jspui/>

La iniciativa de colección de prensa en Uruguay: <http://periodicas.edu.uy/index.htm>

## Historias NACIONALES.

BARBOSA, MARIALVA CARLOS. (2007). *História Cultural da Imprensa. Brasil -1900-2000*. Mauad X, Rio de Janeiro.

(2010). *História Cultural da Imprensa. Brasil -1800-1900*. Mauad X, Rio de Janeiro.

(2013). *História da Comunicação no Brasil*. Editora Vozes, Petrópolis (RJ).

CAJIAS, MAGDALENA. (2010). *50 años de radio nacional Huanuni. Junto a las luchas populares de los trabajadores mineros*. ASDI IEB UMSA, La Paz.

DEL PALACIO, CELIA. (2010). “Historiografía de la prensa en México”. En línea el

25 de junio de 2008. Disponible en: [www.surlejournalisme.com/regards-croises/investigacion-sobre-periodismo-en-mexico/](http://www.surlejournalisme.com/regards-croises/investigacion-sobre-periodismo-en-mexico/)

FORD, ANÍBAL; JORGE RIVERA; EDUARDO ROMANO. (1985). *Medios de comunicación y cultura popular. Medios de comunicación y cultura popular*. Legasa, Buenos Aires.

GARCIA CANCLINI, NÉSTOR. (1982). *Las culturas populares en el capitalismo*. Editorial Nueva imagen, México.

GARGUREVICH, JUAN. (1987). *Prensa, Radio y TV Historia Crítica*. Editorial Horizonte, Lima.

(1991). *Historia de la prensa peruana*. Ediciones La Voz. Lima.

(2010). *¡Capturamos a Hawkins! Historia de una noticia del siglo XVI*. La Voz Ediciones, Lima.

GUMUCIO, A.; L. CAJÍAS. (1989). *Las Radios Mineras en Bolivia*. CIMCA, La Paz -Bolivia.

MARTIN BARBERO, JESÚS. (1993). *De los Medios a las mediaciones*. Ediciones Gustavo Gilli, Barcelona.

MARQUES MELO, JOSÉ. (2003). *História da imprensa no Brasil: fatores socioculturais que retardaram a implantação da imprensa no Brasil*. Edipuc, Porto Alegre.

(2012). *História do jornalismo: itinerário crítico, mosaico contextual*. Paulus, São Paulo.

MATALLANA, ANDREA. (2006). *Locos por la radio. Una historia social de la radiofonía en la Argentina 1923-1947*. Prometeo Libros, Buenos Aires.

MESTMAN, MARIANO Y MIRTA VARELA. (Directores). (2011). *ReHiMe. Cuadernos de la Red de Historia de los Medios*. Cuaderno N°1. Año 1. 2011. Prometeo, Buenos Aires.

OYARCE, JACQUELINE. (2007). *Orígenes del periodismo radial en el Perú I-sur*. Universidad San Martín de Porres, Lima.

RIBEIRO, ANA PAULA GOULART. (2006). *Imprensa e história no Rio de Janeiro dos anos 50*. RJ: E-papers.

SARLO, BEATRIZ. (1988). *Una modernidad periférica: Buenos Aires, 1920 y 1930*. Ediciones Nueva Visión, Buenos Aires.

SODRÉ, NÉLSON WERNECK. (2011). *História da imprensa no Brasil*. São Paulo. Intercom (RS). EdiPUCRS, (edição comemorativa) Porto Alegre.

# FOLKCOMUNICACIÓN - FOLKCOMUNICAÇÃO

| **Betânia Maciel**

| **Marcelo Sabbatini**

## **1. História da Folkcomunicação na América Latina**

Podemos afirmar que a teoria da Folkcomunicação é a primeira teoria brasileira das Ciências da Comunicação. Nasceu sob a égide de outras duas iniciativas pioneiras: a fundação em 1962 do Instituto de Ciências da Informação da Universidade Católica de Pernambuco, ICINFORM, e da publicação do primeiro periódico de estudos e pesquisas científicos em Comunicação do Brasil, a revista *Comunicações & Problemas*. Foi assim que a cultura popular, como objeto de estudos científicos, ganhou dimensões multidisciplinares e, segundo Marques de Melo (2008: 19), “inaugurou a disseminação das ciências da comunicação no Brasil”.

O personagem por trás deste feito, o jornalista e pesquisador pernambucano Luiz



Beltrão (1918-1986)<sup>45</sup>, dedicado a desenvolver e solidificar as bases da educação superior, mais especificamente na formação de jornalistas. Por influência do CIESPAL, agregou às suas metas o incentivo à pesquisa sobre cultura e comunicação lançando as bases para a pesquisa de uma nova disciplina: a Folkcomunicação. Já no primeiro número do referido periódico publicou o artigo “O ex-voto como veículo jornalístico”, a semente germinal desta teoria. Porém, do que se tratava esta idéia tão original e tão questionadora da ordem vigente?<sup>46</sup>

Segundo definição do próprio criador, a Folkcomunicação é o “estudo dos agentes e dos meios populares de informação de fatos e expressão de idéias”, ou então, “o processo de intercâmbio de informações e manifestações de opiniões, idéias e atitudes da massa, através de agentes e meios ligados direta ou indiretamente ao folclore” (Beltrão, 2004). Como decorrência desta definição, cabe então demarcar:

A Folkcomunicação não é, portanto, o estudo da cultura popular ou do folclore, é bom que se destaque com clareza<sup>47</sup>. A Folkcomunicação é o estudo dos procedimentos comunicacionais através dos quais as manifestações da cultura popular ou do folclore se expandem, sociabilizam-se, convivem com outras cadeias comunicacionais, sofrem modificações por influência da comunicação massificada e industrializada ou se modificam quando apropriadas por tais complexos (Hohlfeldt, 2002).

Esta teoria parte da valorização dos aspectos populares e do folclore como forma de expressão de pensamentos e ações pelo público inicialmente iletrado e muitas vezes alijados do processo de desenvolvimento econômico, estado fora do que seria a clas-

se hegemônica.

As observações iniciais que levaram a esta teorização (Beltrão, 1971), foram baseadas nas conversas de “boca de noite”, nas pequenas cidades interioranas, na farmácia ou na barbearia, das trocas de informação trazidas pelos caixeiros viajantes, motoristas de caminhão, pelo bicheiro das esquinas, pelos versos de viola, pelos ex-votos e até mesmo pelo padre da paróquia. “Homens do campo que estão à margem dos centros de poder”, é assim que Beltrão acompanhava muitas das manifestações do homem rural.

É diante deste público que Beltrão se questiona, como estas pessoas estabelecem criam e transmitem seus valores, referências, conhecimentos, sentimentos e a sua forma de agir, num processo de comunicação, específico da comunidade a que está localizada?

Estudando a forma destes grupos marginalizados se comunicarem, ele percebeu a forma como estes reelaboram suas relações comunicativas, de maneira diferenciada, muitas vezes questionando a visão da classe hegemônica.

Beltrão destacará então a chamada cultura dos “marginalizados”, entendida como espaço de comunicação e expressão de modos de agir, crenças e referências identitárias dos grupos sociais que estabelecem seus sistemas comunicacionais próprios. Nesta abordagem, Luiz Beltrão (1980, 2001) vai estabelecer a existência de três tipos de exclusão:

1. Os *grupos rurais marginalizados*, sobretudo devido ao seu isolacionismo geográfico, sua penúria econômica e baixo nível intelectual.

2. Os *grupos urbanos marginalizados*, compostos de indivíduos situados nos escalões inferiores da sociedade, constituindo as classes subalternas, desassistidas, subinformadas e com mínimas condições de acesso.

3. Os *grupos culturalmente marginalizados, urbanos ou rurais*, que representam contingentes de contestação aos princípios, à moral ou à estrutura social vigentes<sup>48</sup>.

Embora esta perspectiva tenha sido pensada no contexto brasileiro entre os anos 1950 e 1970, a classificação mantém sua atualidade e pertinência, permitindo determinadas contextualizações em torno desta temática.

Também é importante destacar o papel dos líderes de opinião como intermediador na transmissão de informações para os demais integrantes deste grupo marginalizado; aproximando-os de um outro universo, da comunicação de massa. O resultado é um processo de aculturação que segue seu próprio ritmo, não ameaçada pelos interesses e ritmos das comunidades externas. Como característica, a Folkcomunicação possui então: a) *horizontalidade*, na medida em que emissores e receptores pertencem a um mesmo estrato cultural, social ou financeiro. b) *dialogia*, recuperando o elemento de diálogo e de alternância entre as funções de emissor ou receptor e c) *participatividade*, com o acesso amplo por parte de toda a comunidade a este processo.

Ainda mais, o legado de Luiz Beltrão vem sendo constantemente estudado e renovado pelos pesquisadores da Rede Folkcom vem suscitado interesse na contemporaneidade, seja no mundo acadêmico ou na periferia, em um momento em que as expressões culturais dos grupos marginalizados configuram práticas de resistência e de cidadania em meio à sociedade globalizada. Afinal, conforme observa Marques

de Melo (2008: 57), “as tradições comunicacionais das populações marginalizadas sobrevivem às inovações tecnológicas, demonstrando capacidade de resistência cultural, no tempo e no espaço”.

Nesta perspectiva, e como tema do artigo seminal de Beltrão, o ex-voto<sup>49</sup> aparece como um objeto de pesquisa relevante e viável. Para entender como as manifestações votivas se manifestam, Marques de Melo (2008: 19), comenta: “ele suscitava o olhar dos pesquisadores da comunicação para um tipo de objeto que já vinha sendo competentemente estudado pelos antropólogos, sociólogos e folcloristas, mas era negligenciado pelos comunicólogos”. Além disso, outras formas de expressão e manifestação popular como o cordel, a cantoria, o teatro e as danças dramáticas populares e o jornal mural, os grafites, também compõe um universo alternativo à comunicação de massa.

É no fortalecimento desta idéia, através da pesquisa empírica realizada por seus seguidores e atualizada em seus princípios teóricos, que o estudo de Beltrão se destaca. Sua formação acadêmica, sua prática profissional como jornalista e como professor, sua capacidade de inovar, seu espírito de luta, responsabilidade e determinação são conjugados para o estabelecimento da Folkcomunicação. A obra de Beltrão se caracteriza, portanto, como um marco no pioneirismo no Brasil na área de comunicação e na América Latina.

## **2. A inserção folkcomunicacional da América Latina no debate internacional**

Como comentamos, o conceito de Folkcomunicação, bem como os pesquisadores

que desenvolvem e recriam esta teoria na atualidade, mantem-se vivo, com a busca de um fortalecimento das pesquisas sendo realizadas, a partir da base teórica-metodológica inicial, especialmente no âmbito latino-americano. Com espírito de renovação, a Folkcomunicação tem suscitado interesse de acadêmicos e estudiosos em geral da área de Ciências Sociais, em um momento em que as expressões culturais dos grupos marginalizados configuram práticas de resistência e cidadania em meio à sociedade globalizada.

Por isto, cabe aqui realizar um panorama dos novos campos onde a teoria da Folkcomunicação pode ser aplicada, teoria esta que ainda se encontra em fase de consolidação através dos grupos de pesquisas espalhados pelo Brasil, América Latina e outros países iberoamericanos. Mas também uma teoria que se apresenta como proposta inovadora diante da complexidade dos estudos culturais, atribuindo valor científico como disciplina no campo das Ciências da Comunicação, com a tentativa de abrir novas fronteiras, teóricas e metodológicas na compreensão dos fluxos de comunicação e das trocas culturais entre a cultura global e a cultura local.

Como todo novo campo do saber científico, a Folkcomunicação encontra não somente a dificuldade de consolidar seu objeto de pesquisa e seus métodos, mas também de obter aceitação dentro do paradigma da ciência normal, utilizando o conceito de Thomas Kuhn. Talvez por seu aspecto inovador e libertário inclusive em relação a seu objeto, talvez pelo simples conservadorismo acadêmico, a comunidade acadêmica da comunicação estaria hoje em prejuízo se ignorasse os aportes folkcomunizacionais.

Na mesma corrente, Marques de Melo (2007b) relembra ainda como esta disciplina quase relegada no seio da comunidade acadêmica, ganhou interesse a partir da con-

ferência de John Downing durante o Congresso da Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação –INTERCOM–, realizado em Belo Horizonte, em 2003. O motivo, a identificação da “comunicação rebelde” ou “mídia radical” proposta pelo pesquisador britânico (1984) com a resistência das tradições comunicacionais das populações marginalizadas, já identificada por Beltrão. Contudo, o desafio a ser conquistado ainda é longo, pois:

*a resistência acadêmica a novos campos da pesquisa faz parte da trajetória conservadora das nossas universidades. As culturas popular e massiva, mesmo depois de meio século da presença dos estudos de comunicação no Brasil, ainda continuam a ser vistas com menosprezo por setores universitários geralmente ancorados em postulados dogmáticos. Isso, contudo, não nos deve atemorizar. Cabe aos pesquisadores de Folkcomunicação, como de outras disciplinas conexas, enfrentar as resistências no plano teórico, argumentando, além de avançar na produção de conhecimentos capazes de demonstrar a pertinência dos referenciais escolhidos. A legitimação dos novos campos do saber demanda tempo, competência e perseverança. Quanto mais se avoluma e adquire densidade um novo segmento investigativo, é natural que suscite reações, especialmente daqueles que se sentem ameaçados ao constatar que perderam a hegemonia intelectual. Estamos vivendo uma conjuntura marcada pelo pluralismo teórico e metodológico, onde há espaço para todas as correntes de idéias (Marques de Melo, 2007).*

Hoje, estudar teoria da Folkcomunicação traduz-se em estudar não somente os povos excluídos, como dantes Beltrão iniciou, mas também estudar o fenômeno das

transformações realizadas pelas classes populares, que absorvem a cultura massiva e a transforma em produto cultural. Por isso apresentamos a obra de Luiz Beltrão de forma configurada, em novos campos do saber, em novas áreas de aplicação, buscando uma renovação conceitual da mesma.

### 3. Paradigmas teóricos e metodológicos em Folkcomunicação

Em certa medida, acompanhar a trajetória da teoria folkcomunicacional é acompanhar a história da Teoria da Comunicação. A teoria inicial de Beltrão fundamenta-se sobre arsenal metodológico de seu tempo, com o foco em torno dos estudos do *mass journalism*. Neste sentido, Beltrão apropria-se do conceito de *two step flow of communication* de Katz e Lazarsfeld, ou simplesmente, teoria dos fluxos de duas etapas, para destacar o papel dos líderes comunitários em oposição a uma mídia onipotente. Sobre este líder de opinião “folk”, Beltrão ressalta:

*O comunicador de folk tem a personalidade característica dos líderes de opinião identificada (e nele, talvez, ainda mais aguçada) nos seus colegas do sistema de comunicação social: 1) prestígio na comunidade, independentemente da posição social ou da situação econômica, graças ao nível de conhecimentos que possui sobre determinado(s) tema(s) e à aguda percepção de seus reflexos na vida e costumes de sua gente; 2) exposição às mensagens do sistema de comunicação social, participando da audiência dos meios de massa, mas submetendo os conteúdos ao crivo de idéias, princípios e normas de seu grupo; 3) freqüente contato com fontes externas autorizadas de informação,*

*com as quais discute ou completa as informações recolhidas; 4) mobilidade, pondo-se em contato com diferentes grupos, com os quais intercambia conhecimentos e recolhe preciosos subsídios; e, finalmente, 5) arraigadas convicções filosóficas, à base de suas crenças e costumes tradicionais, da cultura do grupo a que pertence, às quais submete idéias e inovações antes de acatá-las e difundi-las, com vistas as alterações que considere benéficas ao procedimento existencial de sua comunidade (1980: 35).*

Contudo, além da perspectiva funcionalista, a Folkcomunicação pode ser enquadrada como uma legítima representante do Pensamento Comunicacional Latino-Americano:

*Em certo sentido, Luiz Beltrão antecipava no Brasil, observações empíricas que depois seriam feitas também por Jesús Martín Barbero, na Colômbia, robustecendo sua teoria de “mediações culturais”, o cerne da contribuição dos culturalistas ao pensamento comunicacional latino-americano. Dessa corrente, o mexicano Jorge González já fizera referência explícita aos estudos seminais do cientista pernambucano sobre as classes subalternas brasileiras. Tal pioneirismo seria enfatizado pelo próprio Martín Barbero, em sua análise sobre os “aportes” brasileiros para as ciências sociais da América Latina durante o congresso Intercom 97. Beltrão reconheceria nos agentes de Folkcomunicação, em sociedades rurais ou periféricas, um caráter nitidamente institucional, semelhante àquele que Martín Barbero atribuiria mais tarde aos agentes educativos, religiosos ou políticos nas sociedades urbanas metropolitanas (Marques de Melo, 2007a: 22-32).*



Na atualidade também podemos observar a ampliação dos grupos originalmente identificados por Beltrão, diante das inúmeras situações em que a dicotomia massivo-individual, elite-popular, tecnológico-tradicional se impõe diante dos avanços das tecnologias de informação e comunicação. Os trabalhos que vêm sendo elaborados pela segunda e terceira geração de estudiosos da Folkcomunicação enfatizam o caráter espontâneo e coletivo de manifestações culturais que funcionam como meios de comunicação paralelos (Maciel, Marques de Melo & Lima, 2011).

Para Benjamin (2001), as diferentes linhas de pesquisa que delineiam para o campo são:

- a) a comunicação (interpessoal e grupal) ocorrente na cultura popular ou seja, o estudo sobre a produção das mensagens.
- b) a mediação dos canais populares para a recepção da comunicação de massa –a recepção propriamente dita;
- c) a apropriação de tecnologias de comunicação de massa e o uso de canais massivos pelos portadores da cultura popular –a produção de mensagens populares por canais típicos da comunicação midiaticizada;
- d) a presença de traços da cultura de massa absorvidos pela cultura popular, ou seja, a recepção e os efeitos da cultura de massa sobre segmentos populares.
- e) a apropriação de elementos da cultura popular pela cultura de massa e pela cultura erudita –os efeitos de mensagens populares, conforme recebidas pelos segmentos da comunicação social urbano industrializada e apropriados/transformados em no-

vas mensagens,

f) a recepção da cultura popular de elementos de sua própria cultura de massa –a mediatização da comunicação social entre mensagens da comunicação popular entre os próprios receptores populares.

Em estudo bibliométrico realizado sobre o corpo de conhecimento representado pelos dez anos de publicação da *Revista Internacional de Folkcomunicação*, foi identificado o caráter diversificado e plural das interfaces teóricas da Folkcomunicação:

As referências autorais expressam uma dimensão inegavelmente multidisciplinar dos estudos, que dialogam com perspectivas de outros campos do conhecimento (que não a comunicação, em seus mais variados setores), como a sociologia, filosofia, abordagens literárias, história contemporânea ou semiologia, na maioria dos casos, a partir de objetos específicos do campo midiático (seja pelo recorte da produção jornalística, fotografia, cinema ou discurso publicitário), estabelecendo conexões com a perspectiva conceitual já explorada por Luiz Beltrão (Folkcomunicação) (...) Outros pensadores, também citados com mais frequência, não são conhecidos por suas contribuições em estudos de mídia, mas são destacados pelas relações (multidisciplinares) –forjadas pelos pesquisadores de tais artigos e ensaios– em propostas ou tentativas de entender fenômenos, produtos ou relações que conectam aspectos da cultura popular e produção midiática. É, assim, o caráter multi (e, em alguns poucos casos, interdisciplinar) que a Folkcomunicação sugere, desde sua origem, como disciplina ou setor de conhecimento em comunicação, conforme apresentado por Luiz Beltrão

(Gadini & Calixto, 2010).

Para isto, múltiplas fronteiras teóricas tem sido abertas: desde o já mencionado culturalismo latino-americano das mediações e hibridismo cultural (Barbero, Canclini), a influência da Escola de Chicago (Robert Parker), o diálogo com a teoria do agenda-setting (McCoombs) passando pela teoria da educação libertadora de Paulo Freire, pelos estudos culturais (Stuart Hall), pela crítica da sociedade institucionalizada de Ivan Illich, pela visão ritual de James Carey, pela invenção do cotidiano (Michel de Certeau) e pelo *habitus* (Bourdieu).

Já em relação ao aspecto metodológico, surge a questão: a Folkcomunicação, assim como a Antropologia, poderia consistir em mais que uma teoria, mas também num método de pesquisa? Existem indícios suficientes de que Luiz Beltrão buscava ao mesmo tempo estabelecer a teoria explicativa da “comunicação dos excluídos” e uma metodologia adequada que abrangesse os vários elementos do processo comunicacional, entre emissor, receptor, mensagem, canal e efeito, atendendo a critérios válidos de investigação.

Contudo, o legado beltraniano aponta para uma falta de clareza metodológica e, mesmo passados tantos anos, não pode ser observada uma sistematização em relação ao método de estudo da Folkcomunicação. Assim,

Para minimizar os impasses que possam surgir a partir desta reflexão, é essencial esclarecer que a pesquisa na referida área trabalha com um objeto próprio –as ma-

nifestações da cultura popular– mas não adota arsenal metodológico específico, permitindo aos pesquisadores múltiplas escolhas, que podem se definir a partir da vasta literatura acerca de métodos e técnicas de pesquisa, especialmente as obras que se dirigem à área de Comunicação. Assim, o que caracteriza a pesquisa em Folkcomunicação é, antes de mais nada, a definição do objeto de pesquisa e o referencial teórico selecionado para sua análise (Castelo Branco, 2006: 122-113).

Na mesma linha, Antônio Hohlfeldt considera que a Folkcomunicação consiste parte do grande campo da Comunicação, podendo-se valer dos mesmo métodos e técnicas. Este pesquisador chama a atenção, porém, para o fato de que

*(...) a Folkcomunicação é uma prática e é uma ciência. É uma prática quando a consideramos como aquele conjunto de usos, costumes, jogos, atividades das mais variadas que ocorrem junto às massas populares fora ou em diálogo com os processos comunicacionais industrializados. Mas é uma ciência porque implica aquele tipo de estudo voltado justamente para aquelas práticas. Portanto, a Folkcomunicação tem –e deveria ter, de fato– uma base teórica, tanto quanto necessita de metodologia(s) claramente descritíveis, tanto na coleta de dados quanto na análise e interpretação dos mesmos, o que implica acrescentar, em nossa listagem, a pesquisa quantitativa-qualitativa, mais esta do que aquela, como base para os estudos folkcomunicacionais (Hohlfeldt, 2012: 57).*

Finalizando a descrição deste status teórico e metodológico, cabe destacar as áreas de aplicação da Folkcomunicação. Do ponto de vista epistemológico, esta teoria não implica em um contexto de aplicabilidade *a priori*, apesar de seu surgimento no contexto da cultura popular:

Nos estudos de Folkcomunicação são evidenciadas as novas características resultantes do hibridismo e da mediatização da cultura. As manifestações em suas novas configurações, os códigos novos, os elementos atualizados e sua resignificação são os que interessam ao campo da Folkcomunicação. As comunidades às margens do contexto comunicacional hegemônico e globalizado se comunicam de maneiras singulares, mas vão de tempos em tempos incluindo elementos desterritorializados (Schmidt, 2007: 36).

Ao destacar a peculiaridade do processo folkcomunicacional situado dentro de grupos de alguma ou outra forma excluídos socialmente, percebemos que o desenvolvimento da teoria beltraniana não se fecha às condições específicas em que os procedimentos deste sistema paralelo ou alternativo de comunicação operam. Assim, as novas gerações de pesquisadores se propõem aplicar a teoria folkcomunicacional a campos como a política, o turismo, a publicidade, as relações públicas, a religião, a produção cultural e as festas populares. Mais recentemente, este leque se estendeu a campos como o artesanato, a gastronomia, as subculturas urbanas (*rap*, *grafitti*, tatuagens, góticos), o *blues*, o Carnaval de rua, as comunidades virtuais da cibercultura, o movimento estudantil e os programas de inclusão digital/social.

Contudo, na atualidade a própria concepção libertária da Folkcomunicação<sup>6</sup> abre novas vias de exploração do conhecimento. Assim, os “ecos da rebeldia beltriana” se refletem em que ao praticar a “imaginação folkcomunicacional para explorar a agenda temática da atualidade, a nova geração segue o passo do fundador da disciplina. Ele temia seu congelamento dogmático em uma hipertrofia conservadora, evitando a miopia dos folcloristas tradicionais que transformaram a cultura popular em peça de museu, destituída do dinamismo que lhe é particular (Marques de Melo, 2012: 34).

Concluindo, se em determinado momento a Folkcomunicação constituiu-se como objeto, fruto do conceito esboçado por Luiz Beltrão, neste momento ela existe também na dimensão da prática da pesquisa e da configuração de novos campos, conforme realizada por seus seguidores.

## **4. Distribuição geográfica da pesquisa em Folkcomunicação**

A cultura na América Latina é caracterizada como rica, funde elementos de diversos períodos, possui aspectos pré-hispânicos, do período colonial até aos mais modernos. A riqueza cultural é também cultivada por povos indígenas, ou seja, as sociedades pré-hispânicas, que falam diversas línguas ainda em pleno século XXI.

Este universo se apresenta frutífero para o desenvolvimento dos estudos da teoria da Folkcomunicação. Isto vem acontecendo em países como Chile, Argentina, Bolívia, Colômbia, Uruguai e Brasil. Especificamente, o México é um país que apresenta aspectos culturais relevantes e antigos encontra-se a pintura, dança, gastronomia músi-

ca, as expressões de fé e caráter religioso; por estes motivos, tem se mostrado especialmente receptivo à teoria folkcomunicação, ainda mais com a contribuição do estudo das culturas subalterna de González (1990).

Este conjunto de características espirituais e materiais, intelectuais e emocionais entendemos por cultura, que também podemos incluir a formas de vida, de comportamento, as leis e direitos e deveres fundamentais de uma pessoa que vive em sociedade. Devemos também considerar os sistemas de valores, tradições e crenças. A partir deste pensamento, sente-se a necessidade de situar a Folkcomunicação na América Latina, enquanto pensamos seu potencial do Novo Mundo, do mundo e do espaço em movimento.

Observamos na atualidade a existência de Grupos de Trabalho de Folkcomunicação nos encontros periódicos das principais instituições no Brasil e Exterior que cuidam das Ciências da Comunicação e da Informação como a ALAIC (Associação Latino-Americana de Ciências da Comunicação), FELAFACS (Federación Latinoamericana de Asociaciones de Facultades de Comunicación Social), LUSOCOM (Federação Lusófona de Ciências da Comunicação), IBERCOM (Asociación Iberoamericana de Comunicación), além de presença em grupos de pesquisa de países lusófonos e iberoamericanos, como Portugal e Espanha.

Contudo, tal articulação institucional deve-se em grande medida à Rede de Estudos e Pesquisa em Folkcomunicação – Rede Folkcom. A idéia de criar uma rede de pesquisadores da Folkcomunicação nasceu durante as discussões realizadas no seminário internacional sobre as identidades culturais latino-americanas, promovido pela Universidade Metodista de São Paulo (UMESP) em 1995, como evento preparatório para a instalação da Cátedra UNESCO de Comunicação para o Desenvolvi-

mento Regional nesta instituição.

Sob a coordenação do professor José Marques de Melo, os pesquisadores se reuniram e organizaram a I Conferência Brasileira de Folkcomunicação, realizada na UMESP, em agosto de 1998, onde foi criada a Rede Folkcom. Desde então seus pesquisadores vêm assumindo um papel decisivo no resgate do pensamento comunicacional de Luiz Beltrão. Entre outras contribuições do mestre, José Marques de Melo destaca “as idéias sobre interação entre cultura popular, cultura midiática e cultura eruditas, decisivas para neutralizar o preconceito que certos segmentos da nossa intelectualidade esboçam em relação ao saber popular”.

A Cátedra UNESCO desempenhou papel fundamental nesse processo, como incentivadora e catalisadora de ações. Além de promover as conferências anuais, a Cátedra decidiu realizar uma série de pesquisas comparativas, com a finalidade de dar sentido acadêmico à Rede que começava a se constituir. A primeira foi realizada em 1996, focalizando as imagens midiáticas do Natal brasileiro.

Em 2004, a Rede Folkcom constituiu-se como organização não governamental. Institucionalizada como associação civil sem fins de lucros, seu objetivo é legitimar a Rede como um núcleo gerador de reflexões, com uma visão totalizadora do contexto da cultura popular, do folclore e da mídia dentro dos processos de comunicação social midiaticizada.

Os pontos que norteiam as ações da Rede Folkcom são:

1- Delinear o campo da Folkcomunicação definindo um arcabouço teórico metodo-



lógico;

- 2- Compreender o contexto da Folkcomunicação a partir da localização do homem: na festa, na culinária, no artesanato, na música, na religião, na arquitetura, no trabalho, etc;
- 3- Realizar estudos documentais e empíricos descrevendo-os e analisando-os enquanto processos e fenômenos folkmediáticos, localizando seus agentes codificadores, seus canais de expressão, o tipo de mensagem, e o público que se destina;
- 4- Intercambiar subsídios com os pesquisadores ligados a Rede Folkcom e com novos pesquisadores de outras organizações de pesquisa, inclusive internacionais;
- 5- Promover seminário e/ou reunião científica nas instituições de origem de cada pesquisador a fim de ampliar a discussão da Folkcomunicação;
- 6- Divulgar os resultados das pesquisas em eventos científicos regionais, nacionais e internacionais.

Entre estas ações, destaca a série de Conferências Brasileiras de Folkcomunicação –Folkcom-, contemplando temáticas diretamente relacionadas aos meios de comunicação e aos meios interativos para a realização do processo folkcomunicacional. Estes encontros anuais (1998-2013) têm se preocupado em definir previamente um recorte de estudo dentro do âmbito da Folkcomunicação. A finalidade de tal postura está em estimular a reflexão e produção acadêmica com referenciais e parâmetros comuns, além de proporcionar uma concentração mais sistematizada em determinadas temáticas de acordo com os aportes contextuais (Schmidt, 2007).

Além disso, os eventos têm revelado a diversidade temática de aplicação da teoria folkcomunicacional, além de um contínuo repensar sobre sua própria teoria e metodologia.

Já a *Revista Internacional de Folkcomunicação* (ISSN 1807-4960) está disponível na Internet para acesso livre, em periodicidade semestral. O aumento do número de textos e materiais recebidos para publicação confirma a canalização acadêmica de uma demanda de produção na área e, ao mesmo tempo, vem fortalecendo a proposta editorial que é liderada pelo editor, professor Sérgio Luiz Gadini. Os textos veiculados evidenciam a diversidade temática da Folkcomunicação.

Em 2005, o pesquisador José Carlos Aronchi produziu o vídeo “Ver e Entender a Folkcomunicação”, com a temática da comunicação desenvolvida por especialistas sobre o tema “Folkcomunicação”. Pesquisadores da ordem de José Marques de Melo, Roberto Benjamin, Sebastião Breguez, Antonio Hohlfeldt, Osvaldo Trigueiro e Cristina Schimdt falam de suas experiências no reforço desta nova teoria da comunicação. Através destes depoimentos, podemos constatar que existem diversas possibilidades para estudar a Folkcomunicação, com a combinação de enfoques. E como comenta José Marques de Melo, configura-se uma oportunidade, (...) “por ser um campo virgem a ser pesquisado no Brasil”.

O relevo da Folkcomunicação na América Latina se fez mais patente em janeiro de 2008 e em outubro de 2011; sob a edição de Betânia Maciel foram publicados os números especiais da revista *Razón y Palabra*. Editada pelo Instituto Tecnológico de Monterrey (México), a chamada “primeira revista eletrônica na América Latina especializada em Comunicação”, cujo coordenador é o professor Octavio Islas e membro da diretoria executiva da ALAIC. Os números especiais Folkcomunicação desta-

caram o papel desta teoria como genuinamente brasileira e como uma das principais contribuições teóricas de seu fundador, Luiz Beltrão, ao campo da Comunicação, compondo o cenário brasileiro da pesquisa, metodologia, teoria e prática da Folkcomunicação, apresentando ao leitor internacional a perspectiva futura desta disciplina, enlances teóricos, seus fundamentos históricos, assim como uma introdução ao papel da Rede Folkcom e da Cátedra UNESCO/Umesp, para sua consolidação.

Neste mesmo ano, a Rede passou a integrar a SOCICOM (Federação Nacional das Associações Científicas e Acadêmicas de Comunicação), criada o XXXI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, em Natal. Representada por dezenas de entidades da área da Comunicação, dentre as quais a própria Intercom; o Fórum Nacional de Professores de Jornalismo (FNPJ), Associação Brasileira de Pesquisadores em Jornalismo (SBPJor), a Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação (Compós), entre outras. O objetivo comum destas sociedades científicas, consolidar o campo do saber da Comunicação no Brasil, buscando uma convergência acadêmica e uma maior representação junto aos interesses da sociedade.

Finalmente, a Rede Folkcom, dentro de suas atividades mais recentes, propôs a organização de dois livros onde pesquisadores associados regulares buscarão consolidar o conhecimento teórico e metodológico do campo da Folkcomunicação contribuindo para sua melhoria e melhor especificidade da sub-área. Logo os projetos foram unificados, mantendo porém seus dois eixos; o primeiro, estabelecer um diálogo entre a Folkcomunicação, teoria criada por Luiz Beltrão, com autores paradigmáticos das ciências sociais e suas respectivas linhas teóricas, estabelecendo assim novos rumos de pesquisa para o enriquecimento e fortalecimento teórico do campo. Já o segundo, tem como objetivo apresentar as principais linhas metodológicas utilizadas

em Folkcomunicação, assim como as técnicas específicas. Além da definição e explicação do método ou técnica, os textos incluem revisão de pesquisas que tenham sido realizadas, como exemplificação, constituindo assim um manual para os novos pesquisadores do campo. Contudo, o futuro deste estará em boa parte condicionado pelos diálogos teóricos e metodológicos que possam ser realizados daqui por diante.

## **5. Eixos, cruzamentos e tendências da Folkcomunicação**

Nos dias de hoje, nas universidades latino-americanas, estudantes e pesquisadores exercem seu papel incluindo a teoria da Folkcomunicação dentro dos estudos do Pensamento Latino-Americano de Comunicação.

O professor José Marques de Melo, ele mesmo discípulo de Luiz Beltrão, em um artigo paradigmático lançou mão de seu saber de comunicólogo para estabelecer um “divisor de águas” nos estudos e pesquisas na Folkcomunicação; uma “parada” para reflexão e organização intelectual das possibilidades que se abrem para o campo e para as novas gerações de pesquisadores. Em suas próprias palavras,

Depois de quatro décadas de acumulação de conhecimentos, torna-se indispensável revisar criticamente as transformações operadas na disciplina, na tentativa de discernir quais os elementos que permaneceram imutáveis no período, quais as mutações evidentes e quais as tendências prenunciadas pelas novas gerações que deram sequência às idéias originais de Luiz Beltrão (Marques de Melo, 2007b).

A partir daí são enumeradas as sinalizações apontadas como elementos de mutação da disciplina, sendo um de seus principais elementos é a “exegese [a interpretação profunda de um texto bíblico, jurídico ou literário] feita pelos analistas folkcomunicações, a partir dos textos seminais do fundador da disciplina”. Neste sentido, José Marques põe em relevo o conceito de “ativismo midiático”, desenvolvido por um dos primeiros exegetas, o professor Osvaldo Trigueiro, para o qual reserva “lugar privilegiado na vanguarda dos estudos folkcomunicacionais”. Neste desdobramento, o antigo líder de opinião “folk” é atualizado para o contexto de uma sociedade globalizada, com caráter ativo e militante:

*O ativista midiático age motivado pelos seus interesses e do grupo ao qual pertence na formatação das práticas simbólicas e materiais das culturas tradicionais e modernas. É um narrador da cotidianidade, guardião da memória e da identidade local, reconhecido como porta-voz do seu grupo social e transita entre as práticas tradicionais e modernas, apropria-se das novas tecnologias de comunicação para fazer circular as narrativas populares nas redes globais (Trigueiro, 2007: 48)*

Ainda no sentido de renovação da teórica fundada por Beltrão, encontramos o conceito de folkmídia, com a incorporação das mensagens e códigos populares pela indústria da comunicação de massa, como estratégia para se aproximar dos públicos receptores. Este processo além de ampliar o “raio de observação” abriria o campo para novos olhares, sobretudo no campo da ficção e da música. Desta maneira, José

Marques identifica na Folkcomunicação sua “natureza de instância mediadora entre a cultura de massa e a cultura popular, protagonizando fluxos bidirecionais e sedimentando processos de hibridação simbólica”.

Nesta linha de pensamento, a terceira grande tendência identificada por José Marques de Melo nos rumos da Folkcomunicação é a dialética entre o local e o global. Esta tensão se estabelece a partir da intensificação da “aldeia global” e de um “mosaico cultural que a mídia globalizada enseja diariamente, rompendo o isolamento social em que os cidadãos comuns viveram até recentemente”. Não a toa, o termo “aldeia global” é utilizado; possivelmente considerado *démodé* nos círculos acadêmicos: com precisão, Marques de Melo relaciona a influência do pensamento de Marshal McLuhan sobre Beltrão, especificamente o “folclore da sociedade industrial” apresentado no livro de estréia do pensador canadense, *The Mechanical Bride* (1951).

Assim, estabelecendo nexos com teóricos como Renato Ortiz e Manuel Diegues Júnior, os quais analisaram a formação da cultura brasileira, este “arquipélago cultural”, Marques de Melo encontra no Brasil um lócus privilegiado para o estudo da Folkcomunicação. A situação brasileira, segundo ele, é paradigmática por ser marcada por um “dualismo cultural” da tradição culta europeia de nossas instituições e o polifacetismo resultante da “imbricação simbólica” entre lusitanos, ameríndios e africanos e dos fluxos comunicacionais mais recentes advindos da cultura de massa. Somando a isso o amplo conhecimento teórico, e os diálogos estabelecidos com diversos campos de conhecimento (suas “matrizes conceituais”), com destaque para a Antropologia Cultural, e com vários autores próprios da Teoria da Comunicação, temos como resultado um diagnóstico profundamente esclarecedor de como a Folkcomunicação surgiu como objeto de estudo científico, desde sua fundação até seu resgate acadêmico de sua obra, no início do século XXI.

Outro eixo temático que assume relevância na atualidade é a relação entre Folkcomunicação e o desenvolvimento, pode ser identificado como um processo complexo, holístico e multidimensional, que vai além do crescimento econômico, com perspectiva de integração e empoderamento das comunidades estudadas. O desenvolvimento deve estar ancorado no desejo de cada comunidade apresentar sua identidade.

A cultura e o desenvolvimento crescem tão rápidos nas economias pós-modernas. Através do conhecimento do seu povo é que podemos pensar em desenvolvimento participativo. Aqui surge a importância de se trabalhar com mais profundidade a teoria criada por Luiz Beltrão.

A importância de conhecer a função da cultura, ampliando para os estudos sobre desenvolvimento local e assim nos permitir associar a melhoria de condições de vida, como estratégia, para melhor organização do processo de produção e acesso aos bens culturais, apresentando de forma lúcida esta expansão do espaço geográfico e cultural.

Esta multiculturalidade advinda da grande circulação e mobilidade das pessoas pelas redes digitais, meios de comunicação e transbordo em aeronaves. O mundo hoje é uma grande aldeia. A importância de estudar a Folkcomunicação é justamente entender as origens destas, fortalecendo o que existe de cultura e sociedades locais, respeitar os perfis históricos distintos, empreender em regiões projetos que permitam o desenvolvimento e a recolocação dos grupos marginalizados no mundo.

Os estudos das novas estratégias comunicacionais observadas no campo de conhecimento da Folkcomunicação e utilizadas atualmente nos diversos processos de intervenção social baseiam-se na apropriação coletiva de conhecimentos e no estímulo à

participação dos sujeitos envolvidos na construção de processos de desenvolvimento rural, em consonância com a cultura dos excluídos. Inegavelmente as comunidades, recebem influências da sociedade por dela se originar, em especial os que envolvem a proteção dos contextos populares e das próprias manifestações culturais.

Nesse sentido, a participação social, o empoderamento e a autonomia dos sujeitos e dos grupos populares requerem a apropriação de elementos essenciais que compõe a cidadania, no caso, os direitos constitucionalmente construídos, os quais devem estar associados aos usos das formas de comunicação e de informação a fim de proporcionarem o alcance de melhores condições de vida, bem como de uma sociedade mais justa.

Há necessidade de que os sujeitos envolvidos compreendam as mensagens recebidas e emitidas. Isso pode resultar na construção de diálogos frutíferos no sentido de conquistas sociais historicamente não atendidas. Assim, as culturas populares podem reconverter os códigos oriundos da sociedade hegemônica para comunicarem suas necessidades, através de processos canalizadores de suas reivindicações e conquistas, passando da etapa de reivindicação para o caráter propositivo.

A partir da análise de pesquisas sobre a relação entre projetos do setor cultural e a inserção e participação de comunidades populares em processos de desenvolvimento, seria possível refletir e conceitualizar experiências e práticas ilustrativas desta influência mútua, buscando aprofundar uma linha programática de pesquisa que integre a comunicação científica para o desenvolvimento local, através da Folkcomunicação, da cultura e da sociedade.

Assim, partimos da justificativa de que, para a construção de um ambiente propício



para o desenvolvimento integrado e sustentável, é necessária mais que qualquer outro tipo de estratégia um processo continuado de comunicação participativa, privilegiando o diálogo como forma de desenvolver a “consciência crítica das classes dominadas”, ou seja, o empoderamento por meio da valorização de seu saber na luta pela transformação da realidade. Destaca-se assim a perspectiva política e democrática do amplo acesso ao espaço público das decisões coletivas, sendo que a transformação social somente é possível, quando a comunidade inteira atue como ator e gestor na busca de um coletivo mais equilibrado, numa atuação conjunta e coordenada entre a comunidade, as demais instituições sociais e o poder público local, ou seja, a concertação.

Para analisar as possibilidades da interrelação entre a comunicação de resistência, como entendemos a Folkcomunicação, e os processos culturais que desencadearão o desenvolvimento local emerge o aporte teórico de Tocqueville, Bordieu, Putnam e Cole, destacando o conceito de capital social. Além disso, Martín Barbero e Canclini contribuem o conceito de mediações culturais para enfatizar o potencial da comunicação cultural na reconversão dos componentes simbólicos da cultura popular frente à cultura hegemônica, não dissociando a comunicação da cultura, como processo isolado da esfera cultural que envolve o indivíduo.

Trata-se, portanto, de um projeto de sistematizar um campo novo de estudos, onde pesquisas de natureza empírica serão requisitadas para convalidar o aporte teórico da Folkcomunicação como subsídio para estabelecer uma relação entre estes processos paralelos e os processos de desenvolvimento local.

## 6. Bibliografía especializada

- BELTRÃO, L. (1971). *Comunicação e Folclore*. Melhoramentos, São Paulo.
- (1980). *Folkcomunicação, a comunicação dos marginalizados*. Cortez, São Paulo.
- (2001). *Folkcomunicação*. Edipucrs, Porto Alegre.
- (2004). *Folkcomunicação: Teoria e Metodologia*. Metodista, São Bernando do Campo.
- BENJAMIN, R. (1998). *Itinerário de Luiz Beltrão*. AIP/UNICAP, Recife.
- (2001). *Folkcomunicação no contexto de massa*. Editora da UFPb. João Pessoa.
- CASTELO BRANCO, S. (2006). “Folkcomunicação: metodologias possíveis”. Em SCHMIDT, C. (org.). *Folkcomunicação na arena global*. Ductor, São Paulo.
- DOWNING, J. (1984). *Radical Media*. South End Press, London.
- GADINI, S. L.; A. C. CALIXTO. (2010). “Breve cartografia dos estudos em Folkcomunicação”. Em *Comunicação & Sociedade*, v. 31, n 53.
- GONZÁLEZ, J. (1990). *Sociologia de las Culturas Subaltenas*. Universidad Autónoma de Baja California, Mexicali.
- HOHLFELDT, A. (2002). “Novas tendências nas pesquisas de Folkcomunicação: pesquisas acadêmicas se aproximam dos estudos culturais”. XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Intercom, Salvador.
- (2012). “Pesquisa em Folkcomunicação: possibilidades e desafios”. Em LOPES FILHO, B.B. et al. *A Folkcomunicação no limiar do século XXI*. Editora UFJF, Juiz de Fora.

MACIEL, B., J. MARQUES DE MELO; M.E.O LIMA. (2011). *Território da Folkcomunicação*. UFRN, Natal.

MARQUES DE MELO, J. (2007). “Uma estratégia das classes subalternas”. Em RIO DE JANEIRO, Prefeitura Municipal. *Folkcomunicação: a mídia dos excluídos*. Rio de Janeiro: A Secretaria, 2007. (Intercom. Cadernos de Comunicação. Série Estudos, v. 17).

(2007a). “Folkcomunicação”. Em GADINI, SÉRGIO LUIZ; WOITOWICZ, KARINA JANZ (orgs). *Noções básicas de Folkcomunicação: uma introdução aos principais termos, conceitos e expressões*. Editora UEPG, Ponta Grossa.

(2007 b). “Mutações em Folkcomunicação: revisitando o legado beltraniano”. Em *Verso e Reverso* [online]. v. 21, n. 46. São Leopoldo.

MARQUES DE MELO, J. (2008). *Mídia e cultura popular: história, taxonomia e metodologia da Folkcomunicação*. Paulus, São Paulo.

(2012). “Ecos da rebeldia beltraniana: o artesanato como objeto de estudo folkcomunicação”. Em LOPES FILHO, B.B. et al. *A Folkcomunicação no limiar do século XXI*. Editora UFJF, Juiz de Fora.

MARQUES DE MELO, J.; O. M. TRIGUEIRO. (orgs.). (2008). *Luiz Beltrão: pioneiro das Ciências da Comunicação no Brasil*. Editora UFPB-INTERCOM, João Pessoa.

MCLUHAN, M. (1951). *The Mechanical Bride*. Beacon Press, Boston.

SCHMIDT, C. (2007). “Teoria da Folkcomunicação”. Em GADINI, SÉRGIO LUIZ; WOITOWICZ, KARINA JANZ (orgs). *Noções básicas de Folkcomunicação: uma in-*

trodução aos principais termos, conceitos e expressões. Editora UEPG, Ponta Grossa.

TRIGUEIRO, O. (2007). Folkcomunicação e ativismo midiática. Editora da UFPB, João Pessoa.

245



# I DESARROLLO DEL CAMPO

## I Áreas de aplicación

246

PANORAMA E  
PERSPECTIVAS  
DOS ESTUDOS DA  
COMUNICAÇÃO

PANORAMA E  
PERSPECTIVAS  
DOS ESTUDOS DE  
COMUNICAÇÃO  
ORGANIZACIONAL E  
RELAÇÕES PÚBLICAS  
NA AMÉRICA LATINA

| Margarida M. Krohling Kunsch

## Introdução

Na contemporaneidade a comunicação organizacional e as relações públicas, quer no âmbito das ciências da comunicação, quer nas práticas do mercado profissional, têm merecido destaques e uma maior valorização em relação ao passado. Estima-se que, dada a complexidade vivida pelas instituições e organizações nesta era digital, elas se veem obrigadas a repensar suas formas e estratégias de se comunicar. Com isto não há mais lugar para improvisações e amadorismos e se tenta uma comunicação estratégica fundamentada em pesquisas e diagnósticos bem sistematizados. Nesse sentido buscam-se na academia os aportes teóricos como uma aliança necessária para uma base científica do fazer comunicativo cotidiano.

Como prática profissional mundial, as relações públicas existem desde o início do século XX, sobretudo nos Estados Unidos, quando surgiram como forma de ajudar as grandes corporações de negócios e os departamentos de governo a se relacionarem melhor com os seus públicos, a opinião pública e a sociedade. Essas relações estavam abaladas desde o final do século XIX, quando tanto as empresas quanto os governos não levavam em conta os interesses dos públicos e pouco se importavam com a sua falta de credibilidade junto à opinião pública e à sociedade em geral.

No Brasil a prática de relações públicas teve início em 30 de janeiro de 1914, por intermédio da empresa canadense de eletricidade The São Paulo Tramway Light and Power Company Limited (hoje AES-Eletropaulo), sob a liderança de Eduardo Pinheiro Lobo, que depois seria agraciado com o título de patrono da profissão no país. No entanto, apesar de algumas iniciativas isoladas anteriores na esfera governamental, seu desenvolvimento só viria a ocorrer de fato a partir da década de 1950 (Kunsch, 1997).

Na América Latina o mercado profissional de relações públicas se mescla com a comunicação e conta com várias entidades de classe representativas, como a Confederação Interamericana de Relações Públicas (Confiarp), que congrega várias associações nacionais. Os esforços quanto a legitimar sua área de atuação resultaram, em 1960, em um marco para a profissão, quando, na cidade do México, foi realizada a I Conferência Interamericana de Relações Públicas, na qual se decidiu pela criação da Federação Interamericana de Associações de Relações Públicas (Fiarp), a atual Confiarp<sup>51</sup>. Esta, em especial, é responsável por conferências interamericanas bienais, que debatem questões relacionadas à profissão, com um enfoque científico, técnico e didático. As discussões buscam soluções que possam ser adotadas em âmbito continental e realizadas por todas as associações a ela filiadas. A maioria dos países da América Latina possui associações nacionais de relações públicas que integram a Confiarp, existindo ainda duas associações de abrangência regional: a Associação Latino-Americana de Carreiras Universitárias de Relações Públicas (Alacaurp) e a Associação Latino-Americana de Relações Públicas (Alarp), que realiza anualmente um congresso.

O que se analisa no contexto latino-americano<sup>52</sup> é que na maioria dos países, com exceção do Brasil, a área de relações públicas ainda não atingiu um posicionamento acadêmico de destaque, como relata Maria Aparecida Ferrari (2009: 185): “O que precisamos agora é que as universidades latino-americanas incentivem a pesquisa, sem a qual não haverá conhecimento científico e nem massa crítica que permita entender nossa cultura, nossa maneira de ser, de agir e de nos relacionarmos, tanto em nível local, como regional e global”.



# 1. Relações públicas e comunicação organizacional: das práticas à institucionalização acadêmica

Ao longo da história, a prática das relações públicas passou por grandes transformações. De uma função meramente técnica, é hoje entendida como uma função estratégica indispensável para que as organizações se posicionem institucionalmente e administrem com eficácia seus relacionamentos com os públicos estratégicos (Kunsch, 2003).

A comunicação organizacional, na forma em que se acha configurada hoje em dia, é fruto de sementes lançadas no período da Revolução Industrial, que ensejaria grandes e rápidas transformações em todo o mundo. As primeiras manifestações se processaram no formato de ordens e informações, assumindo mais características de uma comunicação administrativa.

As mudanças provocadas com o processo de industrialização obrigaram as empresas a buscar novas formas de comunicação com o público interno, por meio de publicações dirigidas especialmente aos empregados, e com o público externo, por meio de publicações centradas nos produtos, para fazer frente à concorrência e a um novo processo de comercialização. Assim, a propaganda foi pioneira em buscar formas de comunicação publicitária com o mundo exterior, especialmente com o consumidor.

Com a evolução do seu uso e com a importância cada vez mais crescente nos processos de gestão e na divulgação institucional propriamente dita, e, a partir dos anos de 1950 com o desenvolvimento industrial mais acentuado, a comunicação nas organi-

zações foi assumindo novas características. Ela passou a ser mais produzida, tecnicamente, e a basear-se em pesquisas de opinião com os diferentes públicos, até chegar ao estágio em que se encontra hoje em muitas organizações *top* e/ou modernas, onde atinge um grau de sofisticação na sua elaboração e, também, um caráter estratégico no conjunto dos objetivos institucionais e corporativos. Em outras palavras, daquela comunicação funcional e administrativa chega-se à comunicação estratégica; do jornalismo empresarial, à comunicação empresarial; e da comunicação empresarial, à comunicação organizacional em uma perspectiva abrangente e complexa.

Os estudos de comunicação organizacional e de relações públicas, no início deste terceiro milênio, têm adquirido um *status* de institucionalização acadêmica no panorama mundial. Essas áreas deixam de voltar-se simplesmente para as práticas profissionais e organizacionais e passam a ser consideradas também áreas acadêmicas.

Quanto às relações públicas, mais estudiosos internacionais compartilham essa percepção. Friz Cropp e J. David Pincus (2001: 189-203), ao descreverem a evolução das práticas da área, destacam as várias perspectivas de sua abordagem no âmbito acadêmico e profissional. James Grunig (2003: 69) considera que “as relações públicas estão se tornando uma profissão fundamentada em conhecimentos acadêmicos”. Portanto, podemos afirmar que hoje não se pode mais considerar as relações públicas apenas como atividade ou prática profissional, constituindo elas, também, um campo de conhecimento específico. No Brasil a área está institucionalizada nessas duas vertentes.

Como áreas de conhecimento, comunicação organizacional e relações públicas inserem-se no âmbito das ciências da comunicação e das ciências sociais aplicadas. Possuem um *corpus* de conhecimento com literatura específica, teorias reconhecidas

mundialmente, cursos de pós-graduação (*lato sensu e stricto sensu*), pesquisas científicas etc. Constituem, portanto, campos acadêmicos e aplicados de múltiplas perspectivas.

Como identidade e matriz acadêmica, cabe a hegemonia ao pensamento comunicacional norte-americano. Conforme registra a história, o surgimento e a evolução inicial, tanto das práticas como dos estudos, aconteceram nos Estados Unidos. Hoje, eles vêm merecendo a atenção dos pesquisadores em todos os continentes, principalmente a comunicação organizacional. Grandes avanços epistemológicos foram alcançados, dos estudos de canais, mensagens, fluxos, redes, audiências etc., entre as décadas de 1950 a 1970, passando pelos estudos interpretativos a partir de 1980, até os inúmeros e múltiplos enfoques na primeira década de 2000.

Esses campos do saber têm como característica geral a sistematização reflexiva das práticas profissionais e da práxis da comunicação nas e das organizações. Por serem áreas altamente aplicadas, é fundamental que os estudos levem em conta a natureza das organizações no contexto da dinâmica da história e das conjunturas sociais, políticas e econômicas para prefigurar os fenômenos e objetos de investigação científica.

Uma questão central que precisa ser mais fundamentada está relacionada com os conceitos que, ao mesmo tempo, diferenciam os campos da comunicação organizacional e das relações públicas e, por outro, expressam suas interfaces e interconexões.

## Comunicação organizacional

A comunicação organizacional precisa ser entendida de forma ampla e abrangente. Pode-se dizer que é uma disciplina que estuda como se processa o fenômeno comunicacional dentro das organizações e todo seu contexto político, econômico e social. Como fenômeno inerente à natureza das organizações e aos agrupamentos de pessoas que a integram, a comunicação organizacional envolve os processos comunicativos e todos os seus elementos constitutivos. Nesse contexto faz-se necessário ver a comunicação inserida nos processos simbólicos e com foco nos significados dos agentes envolvidos, dos relacionamentos interpessoais e grupais, valorizando as práticas comunicativas cotidianas e as interações nas suas mais diversas formas de manifestação e construção social.

Outra vertente a considerar na sua abrangência é como se configuram as diferentes modalidades que permeiam sua concepção e as suas práticas. É o que denomino “comunicação organizacional integrada”, compreendendo a comunicação institucional, a comunicação mercadológica, a comunicação interna e a comunicação administrativa (Kunsch, 2003: 149), que acontece a partir da natureza, de objetivos e propósitos específicos das manifestações comunicativas das organizações.

## Relações públicas

Entendemos as relações públicas como parte integrante do subsistema institucional das organizações e que tem como papel fundamental cuidar dos relacionamentos públicos desses agrupamentos sociais, configurados a partir de diferentes tipologias e características estruturais, que vão das instituições públicas às organizações privadas e aos segmentos organizados da sociedade civil do terceiro setor. Tal incumbência implica uma

série de questões que envolvem planejamento, gestão, processos, desempenho de funções e atividades com bases científicas e suporte técnico e tecnológico.

Relações públicas, como área acadêmica e atividade profissional, tem como objetos as organizações e seus públicos, instâncias distintas, mas que se relacionam dialeticamente. É com elas que a área trabalha, promovendo e administrando relacionamentos e, muitas vezes, mediando conflitos, valendo-se para tanto de estratégias e de programas de comunicação de acordo com diferentes situações reais do ambiente social. Philip Lesly (1995), ao descrever a natureza e o papel das relações públicas, mostra bem a amplitude do universo de públicos com os quais as organizações podem se relacionar.

Em síntese, relações públicas como área aplicada trabalha com o planejamento e a gestão da comunicação nas e das organizações. Avalia os comportamentos institucionais e dos públicos, por meio de pesquisas de opinião pública, auditoria social e auditorias de imagem. Administra percepções e relacionamentos públicos. Para tanto exerce basicamente quatro funções – administrativa, estratégica, mediadora e política (Kunsch, 2003: 100-117)– e desenvolve inúmeras atividades, por meio de técnicas e instrumentos.

Com base nos conceitos apresentados, podemos deduzir que há diferenças de propósitos e dimensões entre essas áreas, apesar das proximidades, interconexões e interfaces no conjunto dos objetos de estudo. A comunicação organizacional deve ser entendida, sobretudo, como um fenômeno que ocorre nas organizações, com toda uma complexidade de processos. Relações públicas lidam com a gestão desses processos e utilizam todo o aparato da comunicação para fazer as mediações com os públicos com base em auditorias sociais e de imagem.

## Interfaces e convergência

No Brasil, estudos já realizados (Kunsch, 2009a; 2009b) identificam que as interfaces entre os dois campos, tanto no nível acadêmico como na prática, estão muito presentes. Trata-se de uma característica singular da realidade brasileira e, em parte, diferente, por exemplo, do que talvez ocorre nos Estados Unidos e mesmo em países da América Latina. Constituímos uma comunidade acadêmica de comunicação organizacional e relações públicas representativa no País, onde o diálogo entre esses dois campos é uma realidade construtiva e constante.

Acreditamos que, se levarmos em conta as bases conceituais, conforme já descrevemos, ambas as áreas possuem suas especificidades próprias e propósitos diferentes, mas que se interconectam à medida que focam em organizações e comportamentos de pessoas, grupos e formação de comportamento de públicos. A comunicação organizacional como fenômeno intrínseco à natureza das organizações é uma entidade dinâmica como um organismo vivo. A área de relações públicas, ao trabalhar diretamente com organizações, públicos, imagem, reputação, comportamentos coletivos, tangencia e interpenetra a comunicação organizacional. Assim, as interfaces das duas áreas são mais do que evidentes. Para compreender e aplicar os fundamentos teóricos das relações públicas é necessário também conhecer o espectro abrangente da comunicação organizacional e das áreas afins. Todo esse processo mediador só é possível acontecer com e por meio da comunicação, dentro de uma abrangência e complexidade sem precedentes.

## 2. Os paradigmas dos estudos de comunicação organizacional em uma perspectiva internacional

Os estudos da comunicação organizacional na atualidade e, sobretudo, a partir das décadas de 1990 e 2000, se beneficiam da exploração tanto das tensões como das conexões entre as perspectivas mecanicista, interpretativa e crítica. As pesquisas e a produção científica que vêm sendo geradas em nível internacional sinalizam grandes avanços e expressam que a comunicação organizacional desenvolveu uma identidade interdisciplinar, abrigo de várias perspectivas teóricas e aplicadas. Diferentemente, portanto, do passado, quando predominaram os estudos funcionalistas entre os anos 1950 e 1980.

Dessa forma, hoje a comunicação organizacional pode ser considerada um campo de perspectivas múltiplas, por sua abordagem, seus métodos, suas teorias, seus âmbitos de pesquisa e seus pressupostos filosóficos. Essa abrangência e as inúmeras possibilidades de estudos possibilitarão grandes avanços quanto a realmente estudar os fenômenos comunicacionais nas e das organizações como objetos de uma disciplina própria e não só por meio de análises sociológicas ou psicológicas. Os estudos estão, assim, mais focalizados nas teorias da comunicação do que no passado, quando o foco era mais organizacional. A publicação da obra *The new handbook of organizational communication: advances in theory, research, and methods*, organizada por Frederic M. Jablin e Linda L Putnam (2001), que conta com a contribuição de importantes autores, expressa o quanto essa área avançou como campo acadêmico e científico e a pluralidade dos estudos em curso.

Os pesquisadores da comunicação organizacional, sobretudo os norte-americanos,

já produziram livros, artigos e inúmeras reflexões sobre as diferentes perspectivas teóricas ou paradigmas possíveis para o estudo desse campo das ciências da comunicação, como, por exemplo, os autores que, numa perspectiva internacional, têm influenciado esses novos aportes teóricos. A matriz teórica mais utilizada passa pelo clássico trabalho de Gibson Burrell e Gareth Morgan (1979), que conceituaram a teoria social em quatro paradigmas: funcionalista, interpretativo, humanista radical e estruturalista radical.

Os estudos disponíveis sobre as perspectivas da comunicação organizacional indicam que eles estão centrados basicamente em três paradigmas: funcionalista, interpretativo e crítico. A partir desses, os autores costumam ampliar novas percepções teóricas, como é o caso de Linda Putnam (1982), que analisa a comunicação organizacional sob as perspectivas mecânica, psicológica, interpretativa e de interação de sistemas. Tom D. Daniels, Bany Spiker e Michael J. Papa (1997) referem-se aos mesmos paradigmas, mas enfatizam também a perspectiva crítica, como resultado de uma visão dialética. Já Eric M. Eisenberg e H. L. Goodall (2001) apresentam cinco paradigmas: transferência de informação; processo transnacional; estratégia de controle; equilíbrio entre criatividade e constrangimento/coação/sujeição; e esforço de diálogo. Em síntese, existem várias maneiras para identificar e tentar compreender como se processa a comunicação nas organizações, a partir de uma filosofia, da cultura organizacional, da cultura autoritária, da cultura corporativa e da adoção de políticas organizacionais.

Para os estudiosos, o modelo mecanicista é o que tem predominado na comunicação organizacional, sobretudo nas décadas de 1960, 1970 e até os anos 1980. Esse paradigma considera e avalia a comunicação sob o prisma funcionalista e da eficácia organizacional. Parte da premissa de que o comportamento comunicativo pode ser observável e tangível,



medido e padronizado. Preocupa-se com as estruturas formais e informais de comunicação e com as práticas em função dos resultados, deixando de lado as análises dos contextos social, político, econômico, tecnológico e organizacional.

Acreditamos que as organizações, em pleno terceiro milênio, não mudaram muito seu comportamento. Muitas vezes elas têm uma retórica moderna, mas suas atitudes e ações comunicativas são ainda impregnadas por uma cultura tradicional e autoritária do século XIX. A abertura de canais de diálogo e a prática da “comunicação simétrica” requerem uma nova filosofia organizacional e a adoção de perspectivas mais interpretativas e críticas, capazes de incorporar atitudes inovadoras e coerentes com os anseios da sociedade pós-moderna.

A perspectiva interpretativa considera as organizações como culturas. A organização é um fenômeno mais subjetivo do que objetivo. A realidade organizacional é socialmente construída por meio da comunicação. Baseia-se nos símbolos e significados compartilhados e envolvidos em várias formas de comportamento organizacional (Morgan, 1996; Putnam, Pacanowsky; O’Donnell-Trujillo, 1983).

A perspectiva crítica depende de uma visão dialética. Trabalha com as relações de poder. A organização é percebida como uma arena de conflitos. O foco está nas classes oprimidas (trabalhadores, mulheres, minorias e outros grupos). Insere-se nesse contexto a questão feminina, avaliando-se como as organizações são dominadas pelo patriarcalismo (a dominação masculina institucionalizada) como instrumento dessa opressão.

Evidentemente, são formas de avaliar a comunicação organizacional de maneira mais complexa do que na visão funcionalista, que parte de uma concepção linear simplista e reducionista. A adoção desses paradigmas, tanto por parte das organizações quanto dos

agentes e gestores de comunicação, exigirá um novo comportamento individual e institucional e uma disponibilidade e maior abertura para ouvir os públicos e saber fazer as leituras que se desenham cotidianamente no macroambiente e no ambiente organizacional.

O estudioso norte-americano Stanley Deetz (2001: 3-39) questiona essa visão predominante dos estudos de comunicação organizacional baseados nos modelos propostos por Morgan e Burrell, que conceituaram a teoria social em quatro paradigmas: funcionalista, interpretativo, humanista radical e estruturalista radical. Segundo ele, isso tem provocado certas limitações e impossibilitou novas formas alternativas de abordagem, pois a ênfase ficou muito centrada na diferenciação um tanto rígida entre a perspectiva funcionalista e outras, como, sobretudo, a interpretativa e crítica. Stanley propõe uma matriz com quatro quadrantes para situar os estudos de comunicação organizacional. Ou seja, os estudos normativos, interpretativos, críticos e dialógicos, cujas modalidades serão contrapostas segundo dois critérios: orientações emergentes ou elitistas e, em contraste, numa outra direção, posições consensuais (hegemônicas, que reproduzem o discurso dominante da organização) ou dissensuais (quando os estudos propõem romper com a visão dominante). Em síntese, os estudos de comunicação organizacional no âmbito do dissenso podem ser caracterizados como dialógicos, pós-modernos, desconstrucionistas, críticos, reformistas. E, na dimensão do consenso, como interpretativos, pré-modernistas, tradicionais, normativos, modernistas e progressivos.

Na nossa percepção, os estudos apontam que não há predominância de um único paradigma. Embora, como tendência geral, se possa considerar, na atualidade, um interesse muito grande dos pesquisadores pelas abordagens de cunho interpretativo e crítico nas mais diferentes vertentes da amplitude da comunicação no contexto das organizações. Nos estudos interpretativos e críticos com abordagens das mais diversas, citam-se, por

exemplo os trabalhos de Stanley Deetz (2001), Dennis Mumby (2007), James Taylor (1993, 2005), Linda Putnam (2009, 1982), George Cheney et al. (2004), James Taylor e Elizabeth van Every (2011), Linda Putnam e Michael Pacanowski (1983) etc., entre muitos outros.

No âmbito dos centros de pós-graduação em comunicação, no Brasil, muitas pesquisas e a produção científica que vêm sendo gerada em comunicação organizacional e relações públicas têm contemplado diversas vertentes e perspectivas, sendo que há uma grande demanda por estudos mais interpretativos e críticos.

### **3. Panorama dos estudos latino-americanos de comunicação organizacional e relações públicas**

Inicialmente, é importante destacar que não dispomos de uma pesquisa científica capaz de mapear a real situação em que se encontra o campo acadêmico-científico de relações públicas e da comunicação organizacional no continente latino-americano. Assim, apresentaremos algumas percepções, de forma um tanto panorâmica, pelo que temos acompanhado nos últimos anos, por meio da literatura disponível e nos contatos com a comunidade que participa dos congressos internacionais dessas áreas, sobretudo os da Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación (Alaic).

A diversidade e as diferenças socioeconômicas e culturais entre os países da região implicam conseqüentemente nos diversos estágios de desenvolvimento em que se encontram os estudos de comunicação organizacional e de relações públicas na América Latina. Assim, contamos com países onde já se pode considerar que essas

áreas estão em um estágio avançado, como é o caso do Brasil, da Colômbia e do México, que se destacam no contexto dos demais países, sobretudo pelas iniciativas pioneiras no oferecimento de cursos de graduação e de pós-graduação e pela existência de entidades específicas e produção de publicações especializadas. Por razões óbvias de envolvimento direto com a evolução dessas áreas, daremos aqui mais destaque ao Brasil.

Estudos realizados tanto no âmbito acadêmico quanto na esfera do mercado profissional têm sinalizado que as interfaces entre as duas áreas são uma realidade no País. Elas se ligam às escolas ou faculdades de comunicação social, em nível de graduação e de pós-graduação. Com exceções, é claro, nota-se que algo não ocorre em muitos dos outros países da região, onde as relações públicas ainda não são bem compreendidas e valorizadas como campo acadêmico de estudos, limitando-se muito à esfera técnica das práticas profissionais. Como as demais áreas das ciências da comunicação, as relações públicas e a comunicação organizacional, no Brasil, se desenvolveram como campos científicos a partir dos cursos de pós-graduação *stricto sensu*. Graças a esses cursos é que aos poucos esses campos foram tomando forma. A produção de novos conhecimentos em relações públicas e em comunicação organizacional tem crescido muito nos últimos anos, em quantidade e qualidade. A literatura disponível inclui uma infinidade de livros, artigos em periódicos, capítulos de livros, coletâneas com textos de acadêmicos e especialistas do mercado, teses de doutorado, dissertações de mestrado e, ainda, pesquisas em nível de pós-doutorado.

Quanto à temática, nota-se uma grande frequência de estudos vinculados ao terceiro setor e à responsabilidade social. As novas tecnologias de comunicação aplicadas a segmentos de públicos determinados também estão muito presentes, bem como a comunicação digital e seus impactos nas organizações. Há também a incorporação dos estudos bibliográficos de autores pioneiros que contribuíram com o campo. Comunicação interna

é um outro tema em destaque. Estudos sobre gestão de marcas –o *branding* e as relações públicas– apresentam-se como uma nova tendência. Há também uma ocorrência maior de pesquisas sobre o discurso organizacional e a análise da retórica institucional. Registram-se ainda temas inovadores, como a comunicação da diversidade corporativa e a avaliação e mensuração de resultados em relações públicas.

Alguns trabalhos de doutorado chamam também a atenção pelas novas contribuições, sobretudo na direção da construção de um corpus teórico para a comunicação organizacional no Brasil. Caracterizam-se por uma abordagem mais crítica e por um questionamento dos modelos tradicionais vigentes, que veem a comunicação nas organizações numa perspectiva muito funcionalista, sob a forte influência da administração. Acreditamos, portanto, que as perspectivas são positivas e apontam para um crescimento teoricamente mais sustentado do campo.

Com a criação da Associação Brasileira de Pesquisadores de Comunicação Organizacional e de Relações Públicas (Abrapcorp)<sup>53</sup>, em 2006, um novo capítulo foi acrescentado à história desses campos do conhecimento, que florescem e se consolidam cada vez mais no conjunto das ciências da comunicação. A existência de uma entidade científica nesse contexto exerce um papel fundamental para estimular o fomento, a realização e a divulgação de estudos avançados resultantes de pesquisa e que possam contribuir para a transformação da sociedade, das instituições e das organizações.

Essa entidade além de induzir e possibilitar uma produtiva articulação entre os pesquisadores brasileiros, tem fomentado também o intercâmbio com outros países. Anualmente, desde 2007, é realizado um congresso nacional, onde temos estabelecido diálogo internacional com pesquisadores da América Latina, da Europa e dos Es-

tados Unidos. Cursos oferecidos em nível de pós-graduação fazem parte da programação pré-congresso e são conduzidos por professores visitantes, nossos convidados estrangeiros. Já trouxemos para o congresso ilustres estudiosos internacionais de comunicação organizacional e de relações públicas. As principais contribuições dos expositores nacionais e internacionais apresentadas nas sessões plenárias dos congressos são publicadas em livros, sob a forma de coletâneas.

Outra conquista desses dois campos acadêmicos é a *Organicom – Revista Brasileira de Comunicação Organizacional e Relações Públicas*-, que se propõe ser um meio de difusão de grandes temas contemporâneos das duas áreas estudadas na universidade e que traduzem necessidades e demandas sociais. Lançada no segundo semestre de 2004, ela figura como importante periódico científico com reconhecimento internacional.

Com periodicidade semestral, ela se vincula ao Curso de Pós-Graduação Lato Sensu de Gestão Estratégica em Comunicação Organizacional e Relações Públicas (Gestcorp), do Departamento de Relações Públicas, Propaganda e Turismo, da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo, com o apoio da Associação Brasileira de Pesquisadores de Comunicação Organizacional e de Relações Públicas (Abrapcorp).

Cada edição de *Organicom* contém uma seção representada por um dossiê com textos sobre um mesmo tema, na tentativa de trazer novas contribuições para o debate de assuntos contemporâneos que devem ser equacionados tanto pela academia quanto pelo mercado. Envolvendo estudiosos e especialistas do Brasil e de outros países, a revista também abre espaço para artigos resultantes de pesquisa empírica, como um estímulo para que se realizem mais estudos aplicados sobre a temática comunicacional.

Os estudos de comunicação organizacional no México se destacam pela vasta produção bibliográfica disponível, por meio de publicações de coletâneas que congregam diversos estudiosos e obras individuais, assim como pela existência, há quatro décadas, da Asociación Mexicana de Comunicadores (Amco)<sup>54</sup>. Além, é claro, dos cursos em nível de graduação e pós-graduação e pesquisas que vêm sendo desenvolvidas em diferentes universidades naquele país.

Em relação à Colômbia, além do oferecimento de cursos, publicações etc., destaca-se a realização anual do Simposio Latinoamericano de Comunicación Organizacional, que em 2013 realizou sua oitava versão, na Universidad Autónoma de Occidente (AUO), pela Facultad de Comunicación Social e pelo Grupo de Investigación en Comunicación Organizacional (Gico) dessa instituição.

Evidentemente muitos outros países da América Latina possuem iniciativas e estão avançando nos estudos científicos em comunicação organizacional e em relações públicas, mas, como já mencionado, optamos por destacar de alguma forma esses três países por termos mais acesso ao conhecimento que neles vem sendo gerado e disponibilizado. Consideramos ser urgente elaborar projetos de investigações científicas conjuntas entre pesquisadores de centros de comunicação, de entidades e universidades latino-americanas, bem como estudos comparativos dessas áreas por países, para uma melhor configuração de sua história e de seu desenvolvimento na região.

Podemos, para exemplificar, citar algumas iniciativas de estudos já desenvolvidos nessa direção. Um trabalho pioneiro foi o da peruana Nelly A. Pajuelo (1983), na dissertação de mestrado *Perfil das relações públicas na América Latina*, defendida na Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo (ECA-USP), sob orientação do Prof. Dr. Cândido Teobaldo de Souza Andrade. Outros estudos relevantes nessa mesma pers-

pectiva foram as teses de doutorado de Maria Aparecida Ferrari, *A influência dos valores organizacionais na determinação da prática e do papel dos profissionais de relações públicas: estudo comparativo entre organizações do Brasil e do Chile* (2000), e de Venâncio E. Caballero Córdoba, *As relações públicas na América Central* (2006), ambas defendidas na ECA-USP, e a de Luiz Alberto de Farias, *Comunicação organizacional e relações públicas: um estudo dialógico entre Brasil e México* (2006), defendida no Programa de Pós-Graduação em Integração da América Latina (Prolam), da USP, sob a nossa orientação. Espera-se que, com o tempo, tenhamos mais trabalhos resultantes de pesquisas acadêmicas, para que de fato possamos mapear e analisar com mais profundidade as relações públicas e a comunicação organizacional na América Latina.

#### **4. Os estudos latino-americanos de comunicação organizacional e de relações públicas e as conexões internacionais**

No Brasil, especificamente, como já destacado, podemos dizer que há um diferencial que se caracteriza pelo reconhecimento das interfaces entre relações públicas e comunicação organizacional. Tanto no contexto da realidade brasileira como nas demais nações da América Latina, os estudos se pautam por uma visão abrangente da comunicação nas organizações, contemplando distintos enfoques, dimensões, âmbitos interno e externo e integração das várias áreas da comunicação.

Seria algo temerário, sem uma pesquisa sistematizada feita *a priori*, estabelecer uma diferença ou fronteira entre os estudos de comunicação organizacional e de relações



públicas da América Latina em relação a escolas ou correntes de estudiosos de outros países e continentes. Com certeza os pesquisadores de ambas as áreas dos nossos países incorporam, assimilam e difundem muitas das teorias e técnicas já defendidas por teóricos com reconhecimento internacional.

Apenas com o intuito de ilustrar, registramos aqui alguns autores cujas contribuições se destacam no contexto internacional. As teorias e propostas defendidas por James Grunig estão centradas em relações públicas. Ele as vê como gestoras da comunicação das organizações com os seus públicos. Em 1980, ele e Tod Hunt identificaram quatro “modelos de relações públicas”: imprensa/publicidade; informação pública; assimétrico de duas mãos; e simétrico de duas mãos. E, de 1992 a 1995, Grunig coordenou o estudo “A excelência das relações públicas e a administração da comunicação”, com o patrocínio da Research Foundation da International Association of Business Communicators (IABC), nos Estados Unidos. O projeto tinha como propósito, exatamente, verificar qual a contribuição das relações públicas para a efetividade organizacional. Então, Grunig é um teórico de relações públicas e seus estudos priorizam a visão estratégica das práticas de relações públicas na gestão da comunicação com ampla aceitação da comunidade internacional.

Linda Putnam, uma liderança e referência internacional em comunicação organizacional, com inúmeras obras organizadas e uma produção específica no âmbito da linguagem e do discurso das organizações, tem dado uma contribuição significativa para os estudos em curso no Brasil. Ela já esteve em nosso país como conferencista no primeiro congresso da Abrapcorp, em 2007, e possui capítulos de livros publicados em nossas coletâneas.

A chamada “Escola de Montreal”, liderada por James Taylor, constitui um espaço com um grande diferencial em termos de estudos de comunicação organizacional. Esse pesqui-

sador canadense tem se destacado, propondo novos olhares para os estudos da comunicação organizacional. A singularidade do pensamento dessa escola é conseguir fazer uma mescla entre o pragmatismo norte-americano e o pensamento francês. Assim ela tem trabalhado a comunicação organizacional em uma perspectiva interpretativa e crítica, por meio de análise de narrativas e vendo a “comunicação como organização” em vez da “comunicação nas organizações”. Ela procura enfatizar a equivalência entre organização e comunicação.

Taylor adota uma perspectiva mais dialética e assume a complexidade da comunicação nas organizações. As relações ocorrem entre pessoas com diferentes visões de mundo e que, para o sucesso da organização, devem ser capazes de agregar seus *accounts* (experiências e perspectivas) ao *account* maior da organização (uma espécie de razão de ser). A questão da diversidade nas organizações é bastante abordada pelo autor em sua “teoria da co-orientação”, pela qual admite que cada membro da organização é influenciado por todos os outros, partindo sempre de um plano simbólico realizado na linguagem e nas narrativas. Essa visão, portanto, deixa de conceber a comunicação como instrumental ou como um contêiner ou depósito para viabilizar os fluxos informativos e a vê numa dimensão muito mais humana e de interação entre os indivíduos dentro das organizações.

Achamos fundamental criar pontos de contatos entre pesquisadores latino-americanos em comunicação com seus pares em nível mundial. São muitos os caminhos. Um deles é fomentar os intercâmbios acadêmicos entre os pesquisadores das universidades latino-americanas com outras dos demais continentes. Outro é promover uma participação mais ativa dos nossos professores nos congressos internacionais com apresentação de comunicações científicas. O que consideramos fundamental é realizar projetos de pesquisa conjuntos mediante estudos comparativos entre países,

envolvendo pesquisadores seniores e estudantes de pós-graduação.

No Brasil já avançamos muito nessa direção, tanto no âmbito das universidades, mediante convênios estabelecidos com universidades da Europa, América do Norte etc., o que envolve a vinda e ida de professores visitantes, co-orientação de teses, mobilidade estudantil etc., como por meio das entidades científicas. Por meio da Associação Brasileira de Pesquisadores de Comunicação Organizacional e de Relações Públicas (Abrapcorp), temos fomentado muito tal intercâmbio com outros países, sobretudo no contexto dos congressos anuais da entidade.

## **5. A contribuição da Alaic para as ciências da comunicação**

Podemos avaliar a Asociación Latinoamericana de los Investigadores de la Comunicación (Alaic) e o seu papel na comunidade acadêmica de comunicação na América Latina em três momentos, que consideramos como os mais marcantes da sua história. O primeiro é o do seu surgimento em 1978; o segundo, o da sua reconstituição em 1989; e o terceiro, o da sua configuração como entidade científica, capaz de ampliar seu raio de abrangência e abrigar toda uma nova geração de investigadores.

Com a realização dos congressos bienais em diferentes países e em universidades latino-americanas, desde 1992, a Alaic tem conseguido articular um grande contingente de pesquisadores de diferentes gerações para o debate em torno de temas contemporâneos das ciências da comunicação. Esses eventos têm sido uma espécie de arena para exposição de trabalhos, por meio dos Grupos de Trabalho (GTs) da Alaic, de toda uma nova geração de investigadores em formação, que antes se desconhecia.

A realização desses congressos bienais, de forma ininterrupta, tem sido uma conquista e um meio de propiciar o diálogo entre os investigadores latino-americanos com interlocutores similares de outros continentes.

Consideramos que uma das melhores estratégias adotadas pela Alaic para cumprir sua missão como entidade científica na área de comunicação foi a criação de seus GTs, a partir de 1996, que agrupam os investigadores em torno de uma rica diversidade de temas dos estudos de comunicação na América Latina. São fundamentais, por excelência, para debater os grandes temas da contemporaneidade presentes nos estudos de comunicação, resultantes das pesquisas realizadas nas mais diversas universidades e centros de investigação do continente. As sessões desses GTs acontecem no âmbito dos congressos bienais, constituindo-se um espaço convergente para o debate e intercâmbio de experiências entre os autores das investigações que vêm sendo desenvolvidas neste campo do conhecimento. A criação dos GTs da Alaic<sup>55</sup> foi importante para que a entidade pudesse, de forma concreta, estimular, articular e difundir a produção dos novos conhecimentos gerados. É nesse contexto que se situa o GT de Comunicación Organizacional y Relaciones Públicas, que começou a funcionar de forma mais sistematizada a partir de 1998.

Uma das nossas atuações como presidente da entidade, entre 1998-2005, e coordenadora desse GT de 1998 a 2008, foi liderar ações concretas de articulação de professores, pesquisadores e estudantes de pós-graduação dessas áreas para participarem ativamente com inscrição de trabalhos nas sessões temáticas dos congressos. Acreditamos que a existência deste grupo tem incentivado mais pesquisas e uma produção científica crescente em comunicação organizacional e relações públicas no Brasil e na América Latina, possibilitando um intercâmbio muito produtivo entre estudiosos do continente e a formação de uma comunidade acadêmica atuante nesses campos.

## 6. Estudo bibliométrico dos textos do GT de Comunicación Organizacional y Relaciones Públicas da Alaic

Embora reconhecendo as limitações, tanto pelo pequeno recorte amostral, como pelo tipo de documentos analisados, reproduzimos aqui um estudo bibliométrico dos *papers* apresentados nos congressos bienais da Alaic nos anos 1998, 2000, 2004, 2006 e 2008<sup>56</sup> e que foi objeto de publicação (Kunsch, 2008) na edição especial da *Revista Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación*, da Alaic, e na *Revista Internacional de Relaciones Públicas* (Kunsch, 2011), da Universidad de Málaga (Espanha).

O GT de Comunicación Organizacional y Relaciones Públicas tem se destacado nos congressos da entidade, pelo número expressivo de trabalhos inscritos e apresentados<sup>57</sup>. Tudo isto demonstra que essas áreas vêm merecendo maior atenção e que de fato estão sendo objeto de estudos pela comunidade acadêmica das ciências da comunicação na região.

Os estudos sobre indicadores bibliométricos de trabalhos científicos se mostram como uma técnica útil para conhecer e analisar a produção intelectual de determinado grupo de pesquisadores, possibilitando não só conhecer fontes bibliográficas utilizadas, bem como estabelecer comparações entre estudos semelhantes realizados num mesmo contexto (Maingueneau, 1989, apud Romancini, 2006). As citações são ainda vistas como indicadores de resultados/*outputs* da ciência e da utilidade de um trabalho de determinado grupo de estudiosos.

Ernetto Spinak (1998: 140) ressalta a importância da produção de indicadores locais. Segundo ele, “os processos de investigação de uma sociedade, objeto de medição da cientometria, não são inteiramente ‘objetivos e neutros’ como uma lei física natural, já que formam parte das estruturas sociais, e estão imersos nestas, e variam de uma sociedade para outra”.

### *Procedimentos metodológicos*

Com base nos fundamentos conceituais e metodológicos da bibliometria, apresentamos a seguir um recorte de um estudo mais amplo realizado dos *papers* apresentados no GT de Comunicación Organizacional y Relaciones Publicas. Os dados foram obtidos a partir dos textos disponibilizados no *site* da entidade<sup>58</sup> dos anais dos congressos científicos bienais de 1998 a 2008, totalizando 136 *papers*, assim distribuídos: 1998-2000 = 14; 2002 = 41; 2004 = 34; 2006 = 27; e 2008 = 20.

A bibliometria constitui uma forma quantitativa de investigação proveniente da ciência da informação, que utiliza a análise de citações como um dos instrumentos para medir o impacto e a visibilidade de alguns autores na comunidade científica, verificando quais escolas de pensamento vigoram nas citações. Pelas referências bibliográficas, é possível extrair informações sobre o campo, os autores mais importantes e mais utilizados pelos pesquisadores. Um pesquisador demonstra conhecimento dos autores e trabalhos mais importantes de determinadas temáticas e, dessa forma, se insere nas discussões de seu campo (Andrade, 2008).

A análise bibliométrica dos referidos textos contemplou os seguintes itens:

- 1) Idioma;

2) Nacionalidade dos autores;

3) Temática: os artigos foram categorizados em temas gerais e específicos das duas áreas de estudo:

<b>Administração e comunicação</b>
<b>Assessoria de imprensa e comunicação</b>
<b>Comunicação institucional</b>
<b>Comunicação integrada</b>
<b>Comunicação interna</b>
<b>Comunicação organizacional</b>
<b>Comunicação pública</b>
<b>Cultura organizacional</b>
<b>Discurso organizacional</b>
<b>Estratégia de comunicação</b>
<b>Etimologia da comunicação</b>
<b>Imagem institucional e empresarial</b>
<b>Públicos</b>
<b>Relações públicas</b>
<b>Responsabilidade social</b>
<b>Retórica da comunicação organizacional</b>
<b>Teoria de comunicação organizacional</b>
<b>Teoria de relações públicas</b>

4) Tipo de pesquisa: os artigos foram separados em duas categorias: pesquisa teórica ou empírica;

5) Total de artigos com apresentação de referências bibliográficas: figuraram neste critério somente os artigos que se achavam disponíveis de forma completa nos anais dos congressos Alaic e aqueles que apresentavam referências bibliográficas.

6) Autoria do material consultado nas referências bibliográficas: os autores foram separados por citações de outros autores e autocitações;

7) Tipo de material consultado nas referências bibliográficas, excluindo-se autocitações; foram considerados os seguintes tipos de produção:

**Anais de evento científico;**

**Artigo de periódico científico;**

**Artigo de periódico não-científico;**

**Capítulo de livro;**

**Dissertação de mestrado ou tese de doutorado;**

**Livro;**

**Outros (*sites, palestras, folhetos, relatórios etc.*);**

8) Ano de publicação do material consultado nas referências bibliográficas, excluindo-se autocitações: as citações anteriores a 1990 foram agrupadas por décadas, a partir de 1950; foram também agrupados os quatro primeiros anos da década de 1990 (1990 a 1993); a partir do ano 1994, os dados foram coletados ano a ano.

## **Análise e interpretação dos dados obtidos<sup>59</sup>**

### **1) Idioma**

Tratando-se de um congresso latino-americano, é natural a dualidade existente entre as apresentações em português e espanhol. Até porque a Alaic adota esses dois idio-



mas como línguas oficiais.

## 2) Nacionalidade dos autores

Nota-se uma diversidade de nacionalidades de alguns países da América Latina, com preponderância brasileira no conjunto dos textos estudados, conforme tabela abaixo.

Nacionalidade	1998/2000	2002	2004	2006	2008	Total
Argentina	1	4	7	0	0	12
Boliviana	0	5	0	0	0	5
Brasileira	11	24	15	20	9	79
Chilena	1	2	2	0	0	5
Colombiana	0	0	3	2	1	6
Equatoriana	0	0	0	0	1	1
Espanhola	0	3	3	3	3	12
Mexicana	0	0	1	2	6	9
Portuguesa	0	1	1	0	0	2
Peruana	0	1	0	0	0	1
Uruguaia	1	1	2	0	0	4

## 3) Temática

Os temas gerais e específicos das duas áreas de estudo mais citados foram:

<b>Temas</b>	<b>1998/2000</b>	<b>2002</b>	<b>2004</b>	<b>2006</b>	<b>2008</b>	<b>Total</b>
Administração e comunicação	0	0	3	0	0	3
Assessoria de imprensa e comunicação	0	1	1	1	0	3
Comunicação institucional	0	1	1	0	0	2
Comunicação integrada	0	2	2	0	0	4
Comunicação interna	1	2	2	3	6	14
Comunicação organizacional	8	19	7	10	11	55
Comunicação pública	1	6	2	1	2	12
Cultura organizacional	1	1	4	4	3	13
Discurso organizacional	0	0	3	0	0	3
Estratégia de comunicação	0	2	7	5	2	16
Etimologia da comunicação	0	0	1	0	0	1
Imagem institucional e empresarial	1	0	2	5	0	8
Públicos	1	1	1	3	0	6
Relações públicas	4	14	5	5	2	30
Responsabilidade social	0	2	2	2	0	6
Retórica da comunicação organizacional	0	0	2	1	0	3
Teoria de comunicação organizacional	0	1	2	0	0	3
Teoria de relações públicas	0	1	3	3	1	8

Nos congressos de 1998 e 2000, oito artigos trataram da temática geral de comunicação organizacional e quatro, de relações públicas. Nenhum tema específico teve destaque sobre outro, porém figuraram na pesquisa ainda: comunicação interna; comunicação pública; cultura organizacional; imagem institucional/empresarial; públicos; responsabilidade social; e retórica da comunicação organizacional.

Em 2002, 19 dos 41 artigos trataram da temática de comunicação organizacional e 14, de relações públicas. Outros temas com participação relevante foram: comunicação em universidades; comunicação pública; e tecnologia da informação.

Em 2004, 21% dos artigos trataram de comunicação organizacional e 15%, de relações públicas. A temática das estratégias de comunicação também ganha destaque nesse ano (21%). Observa-se uma inversão no tipo de pesquisa realizada, com 59% de pesquisas teóricas.

Em 2006, 38% dos artigos trataram de comunicação organizacional e 19%, de relações públicas. Em destaque, novamente, estratégias de comunicação (19%) e cultura organizacional e imagem institucional/empresarial, com 15% cada.

Em 2008, 55% dos trabalhos versaram sobre comunicação organizacional e 10%, sobre relações públicas. Os temas de comunicação interna e cultura organizacional tiveram destaque, com 30% e 15% das menções, respectivamente.

#### 4) Tipo de pesquisa

Os tipos de pesquisa utilizados que tiveram maior frequência foram:

Tipo de pesquisa	1998/2000	2002	2004	2006	2008	Total
Pesquisa teórica	3	13	20	9	10	55
Pesquisa empírica	10	23	15	18	10	76

Em 1998 e 2000, 71% dos artigos apresentaram pesquisas de caráter empírico. Dos 14 artigos analisados, apenas nove estavam disponíveis na íntegra. Dos nove, um não apresentou bibliografia. Em 2002, novamente a maioria dos trabalhos (56%) era de pesquisas empíricas. Dos 41 artigos, 36 estavam disponíveis na íntegra para análise bibliométrica. Dos 36 disponíveis, três não apresentaram bibliografia. Em 2004, observa-se uma inversão no tipo de pesquisa realizada, com 59% de pesquisas teóricas. Em 2006, 69% das pesquisas tiveram caráter empírico e apenas um artigo não apresentou bibliografia. Em 2008, metade dos trabalhos apresentou pesquisas empí-

ricas e metade, teóricas. Todos os trabalhos estavam disponíveis e apresentaram bibliografia.

### 5) Autoria do material consultado nas referências bibliográficas

Inicialmente foi relacionado o número de citações dos *papers* de cada congresso do período analisado: 1998/2000 (209); 2002 (648); 2004 (630); 2006 (459); e 2008 (329), perfazendo um total de 2.275 citações. Do conjunto dessa amostra foi verificado o número de citações por autor e autores com uma e duas citações. Os quadros a seguir relacionam os dez autores mais citados nos textos do GT em cada congresso.

#### Congressos de 1998/2000

Autor	Citações
Margarida Maria Krohling Kunsch	4
Gaudêncio Torquato	4
Aluizio Lins Leal	3
José B. Pinho	3
Mauro Wolf	3
J. Balbis	2
Sandra Ball-Rokeach	2
Pierre Bourdieu	2
Pedrinho A. Guareschi	2
C. Wright Mills	2
Luís Momesso	2
Paulo Nassar	2
Linda Putnam	2
Everett M. Rogers	2
Pamela Schockley-Zalabake	2
Victor Torres Tejada	2

<b>Carlos Mendiburu Galdós</b>	<b>2</b>
<b>Autores com 1 citação</b>	<b>168</b>
<b>Total</b>	<b>209</b>

Nos congressos Alaic de 1998 e 2000 foram apresentados 14 artigos, os quais totalizam 209 citações. Destas, citações observamos uma grande dispersão de autores utilizados: 12 receberam 2 citações cada; apenas 3 autores tiveram 3 citações cada; e 2 somaram 4 citações no total de referências.

### Congresso de 2002

<b>Autor</b>	<b>Citações</b>
<b>Margarida Maria Krohling Kunsch</b>	<b>21</b>
<b>Gaudêncio Torquato</b>	<b>10</b>
<b>José Marques de Melo</b>	<b>8</b>
<b>Stuart Hall</b>	<b>7</b>
<b>Pierre Bourdieu</b>	<b>6</b>
<b>Manuel Castells</b>	<b>6</b>
<b>Erving Goffman</b>	<b>6</b>
<b>Octavio Ianni</b>	<b>6</b>
<b>Cecilia Maria Krohling Peruzzo</b>	<b>6</b>
<b>Paul Berger</b>	<b>5</b>
<b>Vincent de Gaulejac</b>	<b>5</b>
<b>Gabriel Kaplún</b>	<b>5</b>
<b>Philip Lesly</b>	<b>5</b>
<b>Roberto Porto Simões</b>	<b>5</b>
<b>Autores com 2 citações</b>	<b>60</b>
<b>Autores com 1 citação</b>	<b>355</b>
<b>Total</b>	<b>648</b>

Já no congresso de 2002, percebe-se um aumento na quantidade de citações e no volume de referências bibliográficas dos artigos, totalizando 648 citações. Nesse ano também é notável o número de autores que receberam duas citações: 60 deles. Ainda assim, a dispersão continua bastante elevada, mostrando que mais de 50% (355 de 648) do total de citações foram designadas a autores que foram citados uma única vez. No entanto, tivemos um número maior de autores que concentram pelo menos 5 citações, como é o caso de Roberto Porto Simões, Philip Lesly, Gabriel Kaplún, Vincent de Gaulejac e Paul Berger. Outros 5 autores receberam 6 citações cada (Pierre Bourdieu, Manuel Castells, Erving Goffman, Octavio Ianni e Cicilia Maria Krohling Peruzzo). Entretanto, grande destaque deve ser dado aos três com maior quantidade de citações por serem autores dedicados às áreas de relações públicas e comunicação organizacional e por serem todos latinos, mais especificamente brasileiros. São eles Margarida M. Krohling Kunsch (21 citações), Francisco Gaudêncio Torquato do Rego (10 citações) e José Marques de Melo (8 citações).

### Congresso de 2004

Autor	Citações
Margarida Maria Krohling Kunsch	17
Edgard Morin	9
Joan Costa	8
James Grunig	8
Justo Villafañe	6
Annie Bartoli	5
Linda Putnam	5
Francisco Gaudêncio Torquato do Rego	4

Autor	Citações
Gareth Morgan	4
Norberto Chaves	4
Pascale Weil	4
Roberto José Porto Simões	4
Eric M. Eisenberg	4
Jorge Etkin	4
Autores com 2 citações	55
Autores com 1 citação	368

Em 2004, o número total de referências bibliográficas se assemelha ao de 2002, com 630 citações. Destas, novamente mais de 50% fazem referência a autores citados apenas uma vez (368) e o número de autores com duas citações também é bem próximo ao registrado em 2002: 55 autores, os quais totalizam 110 delas. Nesse ano, mais uma vez a professora Margarida Kunsch lidera o *ranking* de citações (17), seguida pelos estrangeiros Edgar Morin (9) e James Grunig (8), este último também um autor vinculado às áreas de conhecimento em questão.

### Congresso de 2006

Nome	Citações
Margarida Maria Krohling Kunsch	11
Edgar Morin	10
James E. Grunig	9
Cândido Teobaldo de Souza Andrade	5
Rudimar Baldissera	5
Manuel Castells	5
Alex Primo	5
Roberto Porto Simões	5

Gaudêncio Torquato	5
Wilson da Costa Bueno	4
Manuel Carlos Chaparro	4
David Dozier	4
Fábio França	4
José Benedito Pinho	4
Autores com 2 citações	40
Autores com 1 citação	269
<b>Total</b>	<b>459</b>

No congresso de 2006, o número total de citações cai um terço em média, chegando a 459. A queda também se reflete proporcionalmente na quantidade de autores com apenas 2 citações, que dessa vez somam 40. A média de pouco mais de 50% (269) se mantém com relação ao número de autores com apenas 1 citação. Outra repetição ocorre no *ranking* de autores mais citados: com Margarida M. Krohling Kunsch em primeiro, seguida novamente por Edgar Morin e James Grunig, revelando que esses autores se acham efetivamente presentes no embasamento teórico dos estudos de comunicação organizacional e de relações públicas, de maneira cada vez mais consistente. Ainda assim, é possível notar que a dispersão em relação ao núcleo de autores mais citados é bem grande, não se podendo afirmar como um núcleo sólido mais do que 5 autores recorrentes.

### Congresso de 2008

Autor	Citações
Joaquin Hidalgo	6
Marlene Marchiori	6
James R. Taylor	6
Margarida Maria Krohling Kunsch	5



José Luis Braga	3
Adriana M. Casali	3
Carlos Fernández Collado	3
Domènec Melé	3
Ivone de L Oliveira	3
Charles S. Peirce	3
Txema Ramirez	3
Autores com 2 citações	26
Autores com 1 citação	227
<b>Total</b>	<b>329</b>

No ano 2008, cai drasticamente o número de citações total dos trabalhos: 329. Igualmente, os autores com apenas duas citações somam 26 e, de outro lado, 2/3 (227) das citações fazem referência a autores citados apenas uma vez. Nesse ano é ainda menor a concentração de citações de um único autor, sendo que os 3 mais citados concentram 5 citações cada. São eles: Joaquin Hidalgo, Marlene Marchiori e James R. Taylor. A única autora repetida nesse *ranking* é Margarida M. Krohling Kunsch. Observa-se que as fontes utilizadas permeiam autores tanto das áreas específicas quanto das ciências sociais e humanidades em geral.

#### **6) Tipo de material consultado nas referências bibliográficas, excluindo-se autocitações**

Os tipos de fontes mais utilizadas nos textos estudados foram os seguintes:

Tipos de produção	1998/2000	2002	2004	2006	2008	Total
Anais de evento científico	2	13	13	22	21	71
Artigo de periódico científico	15	32	87	78	53	265
Artigo de periódico não-científico	13	23	5	11	11	63
Capítulo de livro	28	37	68	33	44	210
Dissertação de mestrado ou tese de doutorado	5	10	12	5	4	36
Livro	132	505	417	270	170	1.494
Outros ( <i>sites, palestras, folhetos, relatórios, etc.</i> )	14	55	57	53	58	237

Em 1998 e 2000, o material mais citado foi o livro (63%), seguido de capítulo de livro (13%) e artigo em periódico científico (7%). Autocitações representaram 4%. Em 2002, o material mais citado também foi o livro (75%). Do total, 3% foram autocitações. Dos materiais consultados, 66% estavam em português e 21%, em espanhol. Notam-se, ainda, 10% dos materiais de referência em inglês e 3%, em francês. Em 2004, o material mais citado continuou sendo o livro (63%), seguido de artigo em periódico científico (13%) e de capítulo de livro (10%). Do total, 3% foram autocitações. Em 2006, 57% das citações foram originadas de livros, seguidas por 17% de artigos em periódico científico. Do total, 3% foram autocitações. Em 2008, 47% das citações eram de livros; 15%, de artigos em periódicos científicos; e 12% de capítulo de livros. Do total, 4% eram autocitações. No conjunto total, chama muito a atenção que naquele período o livro ainda constituía a principal fonte de consulta dos pesquisadores da área de humanidades e, no caso específico, das áreas em questão.

**7) Ano de publicação do material consultado nas referências bibliográficas, excluindo-se autocitações**

As citações anteriores a 1990 foram agrupadas por décadas, a partir de 1950. Foram também agrupados os primeiros anos da década de 1990 (1990 a 1997). A partir do ano 1997, os dados foram coletados ano a ano.

Ano de publicação	1998-2000	2002	2004	2006	2008	Total
1940-1949	0	0	0	2	1	3
1950-1959	0	1	3	0	1	5
1960-1969	2	13	5	10	4	34
1970-1979	9	50	13	22	4	98
1980-1989	57	85	91	41	30	304
1990-1997	134	311	262	119	60	886
1998	4	41	42	17	12	116
1999	1	53	33	22	9	118
2000	n/a	56	42	34	19	151
2001	n/a	42	53	32	21	148
2002	n/a	7	37	29	17	90
2003	n/a	n/a	32	41	28	101
2004	n/a	n/a	13	43	31	87
2005	n/a	n/a	n/a	24	31	55
2006	n/a	n/a	n/a	7	21	28
2007	n/a	n/a	n/a	n/a	33	33
2008	n/a	n/a	n/a	n/a	20	20
Sem data	2	16	33	29	19	99

Em 1998 e 2000, 77% das citações apresentam referências da década de 1990, sendo 16% delas em 1995. Em 2002, 75% das citações representam materiais da década de

1990, sendo 11% no ano 1997. Em 2004, 27% dos materiais citados eram datados entre 2000 e 2004; não tinham data 5%. Em 2006, 42% das citações são da década de 2000, sendo dessa década também 63% dos materiais citados em 2008.

## 7. Desafios e perspectivas

Os desafios são muitos e complexos se pensarmos que as organizações e a sua comunicação sofrem todos os impactos provocados com as grandes transformações que vêm ocorrendo na sociedade global nesta era digital. São novos paradigmas para pensar, estudar e praticar a comunicação nas organizações. As profundas mudanças nas esferas econômicas, sociais, políticas, no mundo do trabalho e, principalmente, as transformações relacionais, trazidas com a mudança de paradigma de um mundo analógico para o digital, com a aproximação cada vez mais veloz das tecnologias, entre as quais as de informação e comunicação, são uma realidade incontestável no nosso dia a dia. A comunicação nas organizações, assim como a sociedade, sofre todos os impactos provocados pela revolução digital. Conseqüentemente, o modo de produzir e de veicular as mensagens organizacionais também passa por profundas transformações.

As estruturas de comunicação das instituições governamentais, assim como das organizações em geral, se deparam com novos instrumentos ou suportes do mundo digital, como: e-mail, internet, *blogs*, *fotologs*, *wiki's*, *wikipedia*, sala de imprensa, *chats*, banco de dados, conectividade, interatividade, conexão, *links*, redes sociais de conversação (Orkut, Facebook, *mrs*, *rss*, *web 2.0*, entre tantos outros meios e instrumentos). Todos esses novos suportes devem ser utilizados, mas não podem prescindir de bases científicas, planeja-

mento e uma produção adequada frente às novas demandas sociais.

Toda essa nova realidade deve induzir os pesquisadores a realizarem novos estudos e em uma perspectiva muito mais crítica. As organizações não são mais as únicas fontes de informação. Os receptores são atores ativos que produzem conteúdos e novos significados que possuem muito mais força via redes sociais do que as falas do discurso institucional das organizações e instituições. Ou seja, a comunicação organizacional precisa ser vista sob a ótica da complexidade. Trata-se de uma temática fascinante para ser pesquisada a fundo.

A modernidade, a pós-modernidade e todas as inovações tecnológicas da era digital que acontecem na sociedade são incorporadas pelas organizações, que são partes integrantes do sistema social global. Consequentemente, a comunicação organizacional se apropria também de tudo isto e a complexidade está presente. Se levarmos em conta todos esses aspectos e muitos outros, sabiamente trabalhados por diversos estudiosos, percebemos quão complexa é a comunicação organizacional. Temos de superar aquela visão reducionista que a limita uma perspectiva meramente instrumental, de transmissão de informações e de práticas profissionais, explorando o paradigma da complexidade de Edgar Morin, aplicando-o à comunicação organizacional.

Acreditamos que as novas gerações interessadas em investigar a comunicação organizacional devem ficar atentas às demandas da sociedade e do mercado das comunicações corporativas, governamentais e da esfera pública da sociedade civil organizada. Assim seus estudos terão mais eco e poderão intervir e provocar transformações sociais e induzir as organizações a novos comportamentos institucionais, mais alinhados com os anseios da sociedade contemporânea.

## Considerações finais

Para finalizar, chamamos a atenção para a necessidade de as universidades latino-americanas abrirem mais espaço nos cursos de pós-graduação em comunicação, para que as áreas de comunicação organizacional e relações públicas possam avançar mais na pesquisa científica e contribuir, por meio de uma produção inovadora, com as transformações de paradigmas de suas práticas nas organizações públicas, privadas e do terceiro setor. Não podemos esquecer que o mundo do trabalho presente nas organizações atinge a vida humana, reservando-se à comunicação um papel importante nesse contexto. Cabe à universidade ser vanguarda nessa direção e possibilitar espaços de debates e reflexão para construção de novas teorias nos campos em questão.

Podemos considerar que, graças aos esforços empreendidos pelos estudiosos e à produção científica gerada em comunicação organizacional e relações públicas, uma base conceitual mais sólida vem sendo configurada em nível mundial. Particularmente na América Latina como um todo, é preciso avançar mais e superar certas ideologias que ainda concebem essas áreas como algo voltado apenas para o mundo capitalista, esquecendo-se de sua abrangência e de novos aportes teóricos capazes de redimensionar suas práticas numa perspectiva muito mais crítica e que levem em conta os interesses públicos e não só os privados. Temos que pensar a comunicação nas organizações governamentais, privadas e do terceiro setor, bem como nos movimentos sociais da sociedade civil organizada, sob novos olhares e paradigmas.

# PANORAMA E PERSPECTIVAS DOS ESTUDOS DA COMUNICAÇÃO

Há que existir uma relação sinérgica entre o mundo e as organizações. E, nesse contexto, é a comunicação que viabiliza todo o processo. O funcionamento do sistema econômico-social como uma unidade planetária só se viabiliza graças à existência de um novo sistema tecnológico de comunicação e informação. Daí os novos desafios para os estudos científicos da comunicação organizacional e de relações públicas em um continente marcado pela riqueza da diversidade cultural, mas também por uma desigualdade social que clama por transformações urgentes. Os pesquisadores e gestores de comunicação têm uma missão a cumprir nessa direção.

## Referências

- ANDRADE, ANNA PAULA MUNIZ C. (2008). “Capital científico da pós-graduação em relações públicas: abordagem bibliométrica”. Monografia (Graduação em Relações Públicas). ECA-USP, Universidade de São Paulo, Escola de Comunicações Artes.
- BARQUERO CABRERO, JOSÉ DANIEL; R. PÉREZ SENAC. “Relaciones públicas: evolución histórica y cronológica de las relaciones públicas y comunicación en Hispanoamérica”. [S. l.]: Confiarp, [s. d.].
- BECERRA, NELLY A. PAJUELO. (1983). *Perfil das relações públicas na América Latina*. Dissertação (Mestrado em Ciências da Comunicação). ECA-USP, Universidade de São Paulo, Escola de Comunicações e Artes.
- BURRELL, GIBSON; G. MORGAN. (1979). *Sociological paradigms and organizational analysis*. Heinemann, London.
- CHENEY, GEORGE ET AL. (2004). *Organizational communication in an age globalization: issues, reflections, practices*. [1984]. Waveland Press, Inc, Prospect Heights, Illinois.
- CÓRDOBA, VENANCIO ELIAS CABALLERO. (2006). *As relações públicas na América Central: origem, evolução e prática*. Tese (Doutorado em Ciências da Comunicação). ECA-USP, Universidade de São Paulo, Escola de Comunicações Artes.
- CROPP, FRITZ; D. PINCUS. (2001). “The mystery of public relations: unraveling its past”. Em HEAT, ROBERT. *Handbook of public relations*. Sage, Thousand Oaks/London. pp. 189-203.



DANIELS, TOM D.; B. SPIKER; M. J. PAPA. (1997). *Perspectives on organizational communication*. 4th. ed. Brown & Benchmark, Dubuque.

DEETZ, STANLEY. (2001). "Conceptual foundations". Em JABLIN, FREDERIC M.; PUTNAM, LINDA L. (Eds.). *The new handbook of organizational communication: advances in theory, research, and methods*. Sage Publications, Thousand Oaks. pp. 03-46.

EINSEBERG, ERIC; H. L. JR. GOODALL. (2001). *Organizational communication: balancing creativity and constraint*. 2nd ed. St. Martin's Press, New York.

FARIAS, LUIZ ALBERTO DE. (2006). *Comunicação organizacional e relações públicas: um estudo diálogo entre Brasil e México*. Tese (Doutorado em Integração da América Latina). Programa de Pós-Graduação em Integração da América Latina (Prolam-USP), Universidade de São Paulo.

FERNANDEZ COLLADO, CARLOS; S. SÁNCHEZ GUTIÉRREZ. (2013). *La comunicación en las organizaciones: 100 autores en 500 palabras*. Asociación Mexicana de Comunicadores Organizacionales, México.

FERRARI, MARIA APARECIDA. (2000). *A influência dos valores organizacionais na determinação da prática e do papel dos profissionais de relações públicas: estudo comparativo entre organizações do Brasil e do Chile*. Tese (Doutorado em Ciências da Comunicação). ECA-USP, Universidade de São Paulo, Escola de Comunicações e Artes.

(2009). "Cenário latino-americano da comunicação e relações públicas". Em GRUNIG, JAMES E.; FERRARI, MARIA APARECIDA; FRANÇA, FÁBIO. *Relações públicas: teoria, contexto e relacionamento*. SP: Difusão, São Caetano do Sul. pp. 125-199.

GOBBI, MARIA CRISTINA. (2008). *A batalha pela hegemonia comunicacional na América Latina: 30 anos da Alaic*. Cátedra Unesco-Methodista de Comunicação para o Desenvolvimento Regional, Universidade Metodista de São Paulo, São Bernardo do Campo, SP.

GRUNIG, JAMES E. (Org.). (1992). *Excellence in public relations and communication management*. Erlbaum Associates, Hillsdale.

(2003). “A função das relações públicas na administração e sua contribuição para a efetividade organizacional e societal”. Trad. de John Franklin Arce. Em *Comunicação & Sociedade*. v. 24, n.39. Póscom-Umesp, São Bernardo do Campo. pp. 67-92.

GRUNIG, JAMES E.; T. HUNT. (1984). *Managing public relations*. Erlbaum Associates, Hillsdale.

JABLIN, FREDERIC M.; L. L. PUTNAM (EDS.). (2001). *The new handbook of organizational communication: advances in theory, research, and methods*. Sage Publications, Thousand Oaks.

KUNSCH, MARGARIDA M. KROHLING. (1997). *Relações públicas e modernidade: novos paradigmas na comunicação organizacional*. Summus, São Paulo.

(2003). *Planejamento de relações públicas na comunicação integrada*. 4. ed. rev., ampl. e atual. Summus, São Paulo.

(2008). “Comunicação organizacional e relações públicas; perspectivas dos estudos latino-americanos”. Em *Revista Latinoamericana de Ciencia de la Comunicación*, a. V, n. 8-9, jan.-dez. Alaic, edição especial, São Paulo. pp. 226-240.

(Org.). (2009a). *Relações públicas: história, teorias e estratégias nas organizações con-*

*temporâneas*. Editora Saraiva, São Paulo.

(Org.). (2009b). *Comunicação organizacional* - Vol. 1. Histórico, fundamentos e processos. Editora Saraiva, São Paulo.

(2011). “Comunicação organizacional e relações públicas: perspectivas dos estudos latino-americanos”. Em *Revista Internacional de Relaciones Publicas*. v. 1. Universidad da Málaga, Espanha. pp. 69-96.

LESLEY, PHILIP. (1995). *Os fundamentos de relações públicas e da comunicação*. Pioneira, São Paulo.

MORGAN, GARETH. (1996). *Imagens da organização*. Atlas, São Paulo.

MUMBY, DENIS K. (2007). “Organizational communication”. Em RITZER, GEORGE (Ed.). *Encyclopedia of Sociology*. Blackwell Publishing, New York.

PUTNAM, LINDA. (1982). “Paradigms for organizational communication research”. Em *Journal of Speech Communication*, v. 46. pp. 192-106.

(2009). “Metáforas da comunicação organizacional”. Em KUNSCH, MARGARIDA M. KROHLING (Org.). *Relações públicas e comunicação organizacional: campos acadêmicos e aplicados de múltiplas perspectivas*. Difusão Editora, São Caetano do Sul, SP. pp. 43-67.

PUTNAM, LINDA L.; M. E. PACANOWSKY. (1983). *Communication and organizations: an interpretive approach*. Sage Publications, Inc., Newbury Park/London.

ROMANCINI, RICHARD. (2006). *O capital científico da comunicação e suas referências*. Tese (Doutorado em Ciências da Comunicação). ECA-USP, Universidade de

São Paulo, Escola de Comunicações Artes.

SPINAK, ERNESTO. (1998). “Indicadores cienciométricos. Ciência da Informação”. Em *Ibict*, v. 27, n. 2, maio/ago. Brasília. pp.141-148.

TAYLOR, JAMES R. (1993). *Rethinking the theory of organizational communication: how read an organization*. Ablex, Norwood.

(2005). “Engaging organization through worldview”. Em MAY, SUE; MUMBY, DENNIS K. (Eds.). *Engaging organizational communication theory and perspectives: multiple perspectives*. Sage, Thousand Oaks. pp. 197-221.

TAYLOR, JAMES R.; E. J. VAN EVERY. (2011). *The situated organization: case studies in the pragmatics of communication research*. Routledge, New York.

# EDUCOMUNICACIÓN EN AMÉRICA LATINA.

## TENDENCIAS Y EXPECTATIVAS.

| **Delia Crovi Druetta**

| **Luz María Garay Cruz**

La iniciativa de la Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación (ALAIC) de elaborar un estado de la cuestión de los grupos de trabajos que la integran, viene a saldar una antigua deuda que el campo de conocimiento de la comunicación tiene consigo mismo: contar su propia historia, referir su evolución y como construcción científica, mostrar su desarrollo a lo largo de los años. En este contexto y aunque no agotemos todas las fuentes ni seamos capaces de referir cada una de las aportaciones que recibió en las últimas décadas el tema comunicación-educación, en este trabajo procuramos identificar aquellos elementos que los enlazan.

El ámbito del análisis es Latinoamérica y partimos de un supuesto: en la región existen tendencias, desafíos y retos compartidos. Sabemos, no obstante, que la realidad e historia de cada país imprimió a la comunicación-educación características diferentes. Sobre todo, si tomamos en cuenta, como lo haremos en estas reflexiones, que muchos de los programas y actividades referidas a la educomunicación son producto de acciones gubernamentales ligadas casi siempre a dos elementos claves para el desarrollo del tema que nos ocupa: la voluntad de los países para mejorar su educación nacional superando rezagos y poniéndose a la vanguardia; y la tendencia a incorporar las tecnologías de diferentes generaciones como un factor de desarrollo, promesa no siempre convertida en éxitos debido a una visión tecnodeterminista.

Cabe destacar de inicio que, aunque ha recibido un tratamiento más intenso y variado en los últimos lustros, la relación de la comunicación con la educación es tan antigua como el campo mismo de la comunicación en general. Desde los primeros planteamientos teóricos y los estudios empíricos fundacionales, hubo estudios referidos al comportamiento infantil frente a los medios, los que junto con la tendencia a aplicar los descubrimientos tecnológicos mediáticos en los procesos educativos (cine, radio, televisión, computadoras, según su momento), llevaron a reflexionar sobre la conexión de estas áreas de conocimiento.

Es importante señalar que las autoras de este trabajo comparten una trayectoria de varios años en el análisis de la educocomunicación, habiendo participado en varios programas de investigación sobre el tema, así como en la coordinación de grupos de la especialidad y en la creación en 2012 del GECE (Grupo de Estudio en Comunicación y Educación), en el cual participan colegas de varias instituciones de educación superior mexicanas. Entre las actividades comunes figura la coordinación del Grupo de Investigación (GI) “Comunicación y Educación” de la AMIC (Asociación Mexi-

cana de Investigadores de la Comunicación), la cual en 2008 se dio a la tarea de recopilar una serie de estados del arte sobre subtemas.

El supuesto planteado en párrafos anteriores acerca de la existencia de lineamientos comunes en materia de educomunicación en América Latina, sirve de punto de partida para estas reflexiones. Sin embargo, en buena medida retomamos también aquel trabajo publicado por AMIC<sup>60</sup>, referido exclusivamente al caso mexicano, actualizándolo y ampliando ahora la mirada hacia toda la región a fin de señalar coincidencias y singularidades nacionales.

## ¿Qué entendemos por estado del arte?

Con el fin de delinear los trazos metodológicos que orientaron estas reflexiones, referiremos brevemente qué estamos entendiendo por Estado del Arte. El Estado de la cuestión es también denominado con frecuencia Estado del Arte, expresión traducida del inglés de la cual se han derivado interpretaciones y significados diversos. Según Norma Ferreira, se trata del grado mayor de desarrollo temático sobre un tópico específico en el presente (Ferreira, 2002). En el mismo sentido, J. Eslava sostiene que denota el nivel más alto de desarrollo de un dispositivo, técnica o algún campo científico, alcanzado en un tiempo determinado (Eslava, 2002).

La determinación del tiempo resulta nodal, por lo que el estado del arte no refiere tanto a una historia sino que expresa la construcción de un corte sincrónico acerca de la evolución de un tema de investigación. En nuestro caso se trata entonces de una suerte de corte al momento actual del campo que estamos analizando: comunicación-educación o CyE, al que también designaremos de manera indistinta como

educomunicación o comunicación educativa. Las características de este corte es que ofrece tanto un panorama de las investigaciones realizadas como tendencias que se derivan del acervo identificado. De esta manera es posible reunir información para dar estructura o discutir una cierta producción académica sobre la materia bajo análisis. Uno de los propósitos es visualizar las líneas de trabajo que se derivan de tal producción académica, mostrando sus dimensiones más destacadas o privilegiando distintos lugares o épocas.

El trabajo que presentamos a continuación responde a este concepto del estado del arte, por ello descartamos una reconstrucción histórica de lo producido en materia de comunicación-educación. Además de esa perspectiva teórica de lo que entendemos por Estado del arte, cabe aclarar que existe una imposibilidad tangible de construir un devenir histórico en torno a la relación CyE, debido a la gran abundancia de estudios, sobre todo empíricos o reportes de experiencias, que dan cuenta de la aplicación de tecnologías (tradicionales y digitales) a la educación.

Como veremos más adelante, existe un cierto recelo para establecer interfaces dialógicas entre los campos de la comunicación y educación, no obstante, estamos ante una línea de investigación ampliamente desarrollada. Y aunque persiste una cierta ignorancia del otro, el vínculo entre ambas disciplinas es tan fuerte que ha merecido incluso la creación de instituciones dedicadas a su estudio. Tal es el caso del Instituto Latinoamericano de la Comunicación Educativa (ILCE) con participación de numerosos Estados latinoamericanos así como de la Organización de Estados Americanos. Existen, además, instituciones de educación superior creadas para formación de educadores (presenciales y abiertas) donde las líneas de trabajo sobre comunicación y empleo de tecnologías en procesos de enseñanza tienen una presencia creciente (Universidad Pedagógica Nacional de México; Universidad Pedagógica Nacional de



Colombia; Universidad de Educación a Distancia de Costa Rica; Universidad Nacional de Educación a Distancia de Costa Rica; Universidad Virtual de Quilmes, Argentina; Universidad Interamericana de Educación a Distancia de Panamá; Universidad de la República, Uruguay, por mencionar sólo algunas). A este panorama se suman innumerables gabinetes psicopedagógicos, de comunicación, de producción audiovisual, de apoyos audiovisuales, etcétera, que funcionan en instituciones de educación de los cuatro niveles: primaria, media, media superior y superior. Destacan asimismo, departamentos o dependencias universitarias dedicadas en parte al análisis de la comunicación-educación.

## **Estructura del análisis**

Este Estado de la cuestión o Estado del arte presenta el conjunto de la producción académica en materia de educomunicación latinoamericana rastreada mediante la consulta de diversas fuentes (ver Anexo No. 1), lo que nos permitió contar con un documento básico para discutir su origen y desarrollo, así como identificar los desafíos de la región en esta materia. Esto nos llevó a detectar líneas de reflexión destacadas y períodos que se fueron construyendo muchas veces al abrigo de las generaciones tecnológico-mediáticas que impactan a la educación.

La revisión incluyó una consulta general a las bases de datos disponibles, así como a fuentes digitales que dan cuenta de la literatura representativa existente. Debido a que el trabajo se realizó en México, visitamos o consultamos digitalmente los acervos de instituciones de educación superior de este país, sobre todo aquellas que cuentan con carreras de comunicación o afines. Adicionalmente, fueron consultadas digitalmente las bases de datos de las principales instituciones latinoamericanas que

ofrecen estudios del campo de conocimiento de la comunicación y cuentan con producción académica.

El artículo incluye dos Anexos, en el primero referimos las fuentes consultadas, y en el segundo presentamos un cuadro con los temas recurrentes de las investigaciones de la región indicando, cuando fue posible, los países en las que fueron realizadas. Este cuadro marca tendencias y ausencias. Presenta un panorama general del tema que nos permitió realizar una suerte de mapeo en el cual visualizamos las tendencias más evidentes, los periodos más destacados en la construcción académica y reflexiva del vínculo educomunicativo. Esta labor dio como resultado un análisis que dividimos en tres partes:

- Construcciones teóricas acerca de la educomunicación.
- Identificación y análisis de los periodos de producción científica.
- Análisis de las principales tendencias en la producción latinoamericana en materia de comunicación-educación, y su reflejo en los encuentros ALAIC.

Consideraciones finales acerca de las prioridades actuales de la investigación acerca de este tema, en las que identificamos tendencias dominantes y ausencias relevantes que pueden ser tema de nuevos desafíos para la investigación, tales como: visibilizar el vínculo CyE como área de conocimiento; abrir un diálogo transdisciplinario que enriquezca su estudio más allá de la comunicación y la educación (psicología, sociología, antropología, historia, arte, etcétera); construir un discurso coherente sobre su desarrollo.

## Construcciones teóricas acerca de la educomunicación

Debido a que la relación entre comunicación y educación ha sido construida desde estos dos campos de conocimiento, existen propuestas teóricas que parten de la mirada de cada una de esas disciplinas.

Para la educación la presencia de la comunicación como un proceso de intercambio simbólico suele ser esquiva, lo que ha llevado a que existan numerosos trabajos que entienden y explican el vínculo CyE en la educación formal, no formal e informal, desde la enseñanza mediada por tecnologías de comunicación-información. También son frecuentes los estudios que dan cuenta de los procesos comunicativos entre los diferentes actores que conviven en las instituciones educativas, su misión como proveedoras de contenidos y agentes sociales, sus sistemas de organización y financiamiento. Al tener su acento puesto en la enseñanza en las relaciones institucionales, la perspectiva de la educación se moviliza desde otra intencionalidad: no considera a la comunicación una práctica social, sino un ámbito desde el cual se aportan aparatos técnicos que sirven a los propósitos educativos. Sin duda existen otros destacados aportes desde esta mirada que van más allá de la incorporación de innovaciones tecnológicas al proceso de enseñanza, pero desde nuestro punto de vista aún hace falta un mayor desarrollo teórico desde la educación para explicar el cruce de sentidos que ofrece la educomunicación.

Pero la mirada de este estado del arte parte de la comunicación, un campo de abordajes múltiples que presentan una constante tendencia a la hibridación de perspectivas y puntos de vista. En este sentido, consideramos importante destacar la

propuesta de Carlos E. Valderrama (2000), quien plantea tres tesis para el vínculo comunicación-educación: la de la interfaz, la de la conformación de un nuevo campo y la interdiscursiva. La tesis de la interfaz considera que comunicación y educación son disciplinas que conviven y se tocan, pero lo hacen desde universos autónomos. La tesis de la conformación de un nuevo campo sostiene que ambas disciplinas confluyen en un único y novedoso campo de conocimiento: la comunicación educativa. En su tercera tesis, que es la que adoptamos en estas reflexiones, Valderrama sostiene que existe una relación interdiscursiva entre comunicación y educación, identificando en ella cuatro escenarios para la investigación:

- a. Educación para la comunicación.
- b. Mediación tecnológica en la educación.
- c. Gestión de la comunicación en el espacio educativo.
- d. Reflexión epistemológica sobre la interrelación comunicación/educación como fenómeno cultural emergente.

Estos escenarios están representados con diferentes énfasis en las investigaciones sobre CyE y, sin reconocerla explícitamente, la interdiscursividad ha atravesado a algunos de estos estudios. Estos cuatro escenarios, que no son excluyentes sino que ayudan a ordenar el campo, han permitido que los investigadores se muevan en ellos según sus preferencias o razones institucionales, según su propia evolución académica o dependiendo de ciertos determinantes históricos.

## Identificación y análisis de los periodos de producción científica

El entrecruzamiento de las causales mencionadas nos permitió construir un mapeo que nos lleva a reagrupar los trabajos sobre educomunicación de la región en tres periodos, marcados por evoluciones tecnológicas, pero que lejos de conformar compartimentos estancos son vasos comunicantes que los alimentan y enriquecen:

- Los orígenes o los medios electrónicos (1950 a finales de los 70).
- El desarrollo o los medios digitales (inicio de los 80 a finales de los 90).
- El presente o la confluencia de cambios y desafíos (desde 2000).

A partir de este señalamiento, referiremos a grandes rasgos al tipo de estudios surgidos en cada uno de esos tres periodos. Asimismo, procuraremos entrelazarlos con los cuatro escenarios propuestos por Valderrama: educación para la comunicación; mediaciones tecnológicas; gestión de la comunicación en el espacio educativo; y epistemología de la comunicación/educación.

## 1. En los orígenes, impresos y medios electrónicos

Situamos este periodo entre los 50 y finales de los 70, y consideramos que es cuando inician formalmente las investigaciones acerca de CyE. Interpretamos que los trabajos desarrollados en esos años responden al auge que tanto en el aula como en la educación a distancia, tuvieron los medios de comunicación electrónicos y otros apoyos técnicos. Recordemos que por esos años un buen número de productos técnicos (filminas, retroproyectores, proyectores de diapositivas, de cuerpos opacos, cámaras de 8 milímetros, películas en 16 milímetros, etc.), se empleaban en la enseñanza de una manera desordenada, pero que daban a las aulas un toque de modernidad tecnológica que hasta entonces estaba sólo y básicamente confinado a los impresos (mapas, láminas, ilustraciones).

La aparición de la TV vino a sumarse a los años de experiencia ganados por la radio educativa y muchos más por el uso de la prensa en las escuelas. El conjunto de estas aportaciones fue tan determinante que se llegó a pensar que podrían poner fin a los rezagos educativos. Como toda innovación tecnológica, la expansión social de los medios masivos de comunicación se interpretó como una gran esperanza educativa que, si bien el tiempo desmintió, en su momento dio lugar a la creación de espacios institucionales dedicados especialmente al desarrollo de apoyos didácticos y a las mediaciones tecnológicas en la educación. Sin embargo, estos laboratorios por lo general se situaron en la tesis de la interfaz.

Producto del uso frecuente de los medios de comunicación como recursos didácticos auxiliares en el aula, en los años 60 surge el concepto de comunicación educa-

tiva. Este aporte da lugar tanto a investigaciones que analizaron el fenómeno emergente de la comunicación en la enseñanza, como a reportes y estudios de caso que dan cuenta de los proyectos que en todo el mundo comienzan a ponerse en marcha. La existencia de un Estado de bienestar todavía determinante, permitió el desarrollo de programas institucionales importantes sustentados en los medios con el fin de impulsar la educación como factor de desarrollo (tal fue el caso de la Telesecundaria creada en México en 1968 o el Saci-Exern que iniciara en 1967, en Río Grande do Norte, Brasil).

La educación a distancia (ED) comienza también a jugar un papel fundamental en las nuevas propuestas de enseñanza mediada tecnológicamente y por lo tanto en las investigaciones que genera, lo que la lleva a crecer e institucionalizarse. Debido a su novedad, el tema resulta de gran interés y da lugar a numerosos estudios que conforman etapas. Así, para Chacón y Rivas, estos trabajos pueden dividirse en tres etapas:

*La primera generación de la ED estaba basada en el uso de los textos y la correspondencia y es hasta finales de los años 50's que se incorpora un nuevo paradigma de la audiencia tomada de los medios de educación masiva, particularmente la radio y el cine y la televisión. El uso de estos tres medios sirvió para proveer educación a grandes grupos mediante difusión de mensajes, esto trajo como consecuencia la acuñación del término tele educación, el cual tenía como característica la unidireccionalidad y el uso de un medio a la vez (Chacón y Rivas, citados en Rivera: 1994).*

Durante este periodo, de gran presencia del Estado, fue notorio el uso de los medios

existentes (algunos de los cuales eran gubernamentales) para apuntalar los desafíos de la educación. Fue asimismo notable la inversión para equipar a instituciones educativas con los últimos adelantos mediáticos. También en los años 70, como producto de los cambios pedagógicos, algunos países introdujeron la enseñanza multimedia o modular, cuya innovación fue combinar medios impresos, videos, audio, etc., en función de los objetivos instruccionales y la utilización de tutores locales en lugar de los tutores por correspondencia. Estas experiencias dieron lugar a registros por parte de investigadores situados en la tesis de la interfaz, interesados en dar cuenta de su carácter innovador.

Es posible afirmar que el auge de la ED dio lugar al realce de la educación mediada tecnológicamente, donde la comunicación tuvo y tiene un papel protagónico. Sobre todo a partir de los medios electrónicos (segundo periodo según Chacón y Rivas), el uso de tecnologías de información se extiende en el ámbito de la educación en todo el mundo, dando lugar a programas que los usan en todos los niveles, tanto presenciales como a distancia.

Respecto a la investigación generada en torno a este primer periodo, cabe expresar que la comunicación ha aportado pocos análisis sobre el uso de impresos. Estos recursos fueron actores claves para el desarrollo inicial de la ED, pero la comunicación, todavía incipiente, no registra en detalle esas experiencias que en cambio fueron analizadas desde la educación para la cual representaban una novedad. Años después estos primeros intercambios entre maestros y alumnos en los cursos a distancia serían inspiradores, al revisar y reivindicar la figura del tutor, potenciada con el desarrollo y aplicación de las tecnologías de información y comunicación, TIC, y su oferta de una educación personalizada e interactiva.



En cambio, el interés por la investigación se despierta ante el asombro provocado por el uso educativo de los medios masivos, lo que lleva a los especialistas a estudiarlos en el aula y en la ED. Consideramos que este primer periodo marcó el camino de los otros dos, al señalar los tópicos de más interés:

El uso de los medios de comunicación en la educación a distancia (primero medios impresos, luego electrónicos y recientemente los digitales).

Promoción del diálogo a través de los materiales didácticos, con el tiempo y la digitalización se fueron perfeccionando, impactando directamente a los procesos de interacción comunicativa y pedagógica.

El papel del comunicólogo en el diseño de los materiales y/o de los entornos de aprendizaje, asumido como experto en los medios de comunicación y sus lenguajes.

Diferenciación de: educación en medios (educación mediada tecnológicamente), educación con medios (enseñanza apoyada en medios de comunicación o tecnologías), y educación para los medios (formación para una recepción crítica).

Estos tópicos no representan todas las temáticas de investigación abordadas desde la comunicación educativa, pero configuran las tendencias que dan origen y cobijo a temas similares o subsidiarios. Entre otros tópicos está la comunicación en el aula analizada con el propósito de desentrañar esa dinámica, así como las características del proceso de aprendizaje mediado total o parcialmente con recursos tecnológicos, y el incipiente uso de medios masivos en el salón de clases.

Durante este primer periodo se discutió también el concepto de tecnología educativa, atravesado al principio por concepciones conductistas que fueron cediendo en

la medida en que la reflexión teórica marcó las limitaciones de ese enfoque. Aquel primer concepto ha sido superado teóricamente, pero en la práctica el conductismo no está tan alejado como quisiéramos de los programas educativos presenciales o a distancia.

La creatividad para proponer y llevar a cabo programas a distancia inspiró el registro de experiencias durante este primer periodo, las que a veces no pasan de ser un relato de lo sucedido con poca o nula interpretación, pero aún así contribuyen a documentar actividades educomunicativas. Tal vez porque aún no se habían superado las abundantes recriminaciones hacia la tecnología, basadas en el argumento de que podían llegar a reemplazar a los maestros, subsistió entonces una visión pesimista, que fue matizándose en la medida en que los estudios de caso permitieron comprobar que lejos de desplazar al maestro, éste debía emprender transformaciones para un mundo nuevo donde poco a poco la comunicación y los recursos tecnológicos se iban convirtiendo en uno de sus ejes.

Finalmente, cerrando este primer periodo vale la pena mencionar una de las mayores deudas que el campo de conocimiento de la comunicación tiene hasta el presente: la educación para la comunicación. La formación de un receptor crítico, comprometido con sus propias expresiones y reivindicaciones, es un camino recorrido a medias que involucra no sólo al ámbito educativo sino a la sociedad en su conjunto. Los aportes de América Latina han sido ricos, comenzando por la obra de Paulo Freire y siguiendo por Mario Kaplún, Daniel Prieto Castillo, Jesús Martín Barbero y Guillermo Orozco Gómez, entre otros. Algunos de estos autores se convirtieron, desde los años 60, en verdaderos pioneros en el tratamiento del tema.

## 2. El desarrollo o los medios digitales

A partir de los años 80 las TIC fueron certeras en cuanto a su impacto en materia de educación, por ello configuran lo que definimos como un segundo periodo de los estudios sobre CyE. Estos análisis abarcan tanto la educación a distancia como otros usos de la comunicación en la enseñanza. Además, con el cambio del modelo político-económico hacia el neoliberalismo, se producen transformaciones significativas en el sistema educativo de la mayor parte de los países, lo que da lugar al estudio del complejo entramado de las instituciones de enseñanza y las políticas públicas en materia de comunicación y educación.

Antes de la apabullante presencia de las TIC en la vida cotidiana que se produce en los años 90, la educación había hecho sus incursiones en el ámbito de la informática, buscando incorporar las computadoras a las aulas o, por lo menos, a las instituciones educativas. Más adelante, con la posibilidad de la interconexión en red, la mirada de las escuelas gira hacia esa posibilidad que es, al mismo tiempo, un signo de modernidad.

Derivados de proyectos gubernamentales, un buen número de programas educativos empiezan a centrarse en el uso de la televisión y los satélites o las redes de telecomunicaciones (por ejemplo, la Red Edusat en México o programas académicos apoyados en teleconferencias o de TV grabados sobre temas diversos). A partir del uso cada vez más generalizado de las redes, las escuelas se trazan como meta tener acceso a ellas y los gobiernos comienzan a desarrollar programas para alcanzar el acceso universal y con esto abatir la brecha digital (entre otros: UBA XXI creado en 1986 en Argentina; e-México, 2001, y Enciclomedia, 2004, ambos de México; Colombia Digital, 2002, Plan Nacional de Inclusión Digital, Bolivia, 2007).

La incidencia de las innovaciones digitales en la vida cotidiana de los ciudadanos es, tal vez, el cambio más importante ocurrido desde la revolución industrial. Su importancia se vislumbra no sólo en la educación, sino en un conjunto amplio de actividades que abarcan el trabajo, el entretenimiento, las relaciones interpersonales. Son cuantiosos los estudios que entre el asombro y la novedad, buscan registrar las transformaciones que viven los sistemas educativos apoyados en las TIC.

En esta etapa se dio con gran fuerza la inserción de la computadora en el ámbito educativo, la que ya había comenzado a insinuarse en los últimos años de la etapa anterior. Esto fue motivo de diversos estudios que buscaban identificar la manera eficaz de aprovechar sus posibilidades en el proceso educativo, colocándola en un lugar mucho más activo que como un mero instrumento auxiliar. La perspectiva de la comunicación educativa más afianzada para entonces analizó también el nuevo lugar de la computadora en la educación.

Antonio Bartolomé (1999) sostiene que la relación entre educación y TIC se centra en el uso de la computadora. Y en ello identifica dos tipos de posibilidades: producir materiales multimedia y un medio que permite la interacción entre los actores del proceso educativo gracias a las redes informáticas. Ambos escenarios han sido y son sin duda, motivo de investigaciones de especialistas en CyE.

La perspectiva de Bartolomé acerca de las tres etapas de introducción de las computadoras en la escuela (Aprender sobre computadoras, desde las computadoras y con computadoras) es compatible con algunas tendencias de la investigación desde la comunicación educativa. Tales visiones indican: el *conocimiento* de la tecnología, el *aprendizaje de lenguajes* y el *diseño de mensajes*, etapa en la cual por fin el alumno aprovecha plenamente en el proceso educativo a la computadora como recurso tec-

nológico.

De acuerdo con lo que reportara José Luis Romero (2001) hace poco más de una década, las cinco líneas principales de investigación en relación con las computadoras en México son: evaluación del uso de las computadoras en la educación; usos de Internet; actitudes frente a la computadora; descripción de uso de las computadoras en la educación presencial y uso de la computadora en la educación a distancia.

Estas tendencias o líneas de investigación son perceptibles en los estudios latinoamericanos, lo que puede corroborarse cuando se revisan las memorias de congresos convocados por las comunidades académicas de la comunicación y la educación (ALAIC, por ejemplo), así como en textos de revistas y libros especializados en esas temáticas.

Existe una coincidencia temporal y temática en trabajos de evaluación y diagnósticos que se han realizado sobre el uso de las computadoras en el aula, en especial cuando es necesario rendir cuentas sobre los recursos económicos que se invierten en la instalación de equipos en las aulas escolares. Tales son los casos de Enciclomedia en México (Evaluación de Enciclomedia, desarrollado por la Subsecretaría de Educación Básica de la SEP); plan Ceibal de Uruguay (Evaluación del Plan Ceibal, realizado por el Departamento de Monitoreo y Evaluación del Plan Ceibal); y Colombia Digital, entre otros.

De manera más puntual se han desarrollado investigaciones para identificar los cambios en las dinámicas escolares y los procesos de aprendizaje que se generan a partir de la inserción de las computadoras en los salones de clase. Esto se identifica al revisar temáticas recurrentes relacionadas con el tema en revistas especializadas

en tecnologías, medios y educación, por ejemplo: Revista Comunicar de Argentina, Revista Mexicana de Investigación Educativa y Revista Científica del Instituto Latinoamericano de Investigación Educativa.

Otro tema que ha generado interés entre la comunidad de estudiosos de la comunicación y la educación es la Educación a Distancia. Éste ha estado determinado por los avances tecnológicos que amplían las posibilidades de una comunicación mediada no presencial.

La educación a distancia se construye a partir de una situación educativa en la que las personas participantes no coinciden en tiempo y lugar, por lo tanto se requiere de diversos medios para establecer lazos comunicativos que permitan realizar procesos de aprendizaje. Con el auge de las TIC se tendió a creer que los rezagos en la enseñanza se solucionarían, por lo que la ED cobra un papel cada vez más protagónico en el nivel superior, generando en los últimos 15 ó 20 años propuestas, proyectos y programas académicos que se han convertido en materia de investigación para disciplinas como la pedagogía, la sociología y por supuesto la comunicación educativa, entre otras. Esto permitió la gestación de temas y proyectos de investigación interdisciplinarios que atienden asuntos relacionados con esta modalidad educativa. Cabe puntualizar asimismo, que la ED se constituyó también en un importante nicho de mercado para la enseñanza privada, por lo que no se descarta la existencia de numerosos estudios de factibilidad económica, desconocidos en el ámbito académico, pero fundamentales para hacer del uso de las TIC un buen negocio educativo.

En este contexto, la educación superior privada o pública han hecho uso de recursos diversos que van desde los medios convencionales impresos, hasta videos, audio, teléfono, fax, CD Room, transmisiones televisivas y de videoconferencia vía satélite,

así como la red Internet. Estos empleos de la TIC han sido profusamente reportados en estudios de caso.

A decir de Beatriz Fainholc (1997), la ED ofrece la posibilidad de extender las oportunidades educativas a grupos, regiones, contextos y países que de otra forma no podrían acceder a ella. Es en esta modalidad en la cual se reconoce cada vez más la importancia de introducir el uso de las TIC. Por esta razón, las investigaciones realizadas reflejan la importancia conferida a la ED.

Podemos decir también, en concordancia con lo anterior, que ya no resulta tan fácil identificar estudios de carácter nacional, debido a que las propias ventajas de interactividad, tiempo y espacio que ofrecen las TIC en ED son aprovechadas por los investigadores que comienzan a hacer estudios de carácter regional e internacional. Son frecuentes además los trabajos de intervención educativa, que consisten en llevar a la práctica las premisas de la investigación acción, a partir de las cuales, e *in situ*, logran operar cambios deseados o buscados en situaciones específicas de enseñanza (ya sea esta formal, no formal o informal). En este contexto, los encuentros de ALAIC se convierten en un espacio de oportunidad tanto para intercambiar resultados de proyectos e intervenciones, como para propiciar estudios comparativos o simplemente reflejarse en las investigaciones que realizan los demás, indagando sus bases teóricas y metodológicas.

Un ejemplo claro de la regionalización de las investigaciones sobre la ED es el proyecto coordinado por Claudio Rama y Patricia Lupion Torres “La Educación Superior a Distancia en América Latina y el Caribe” (2009). Este trabajo integra diagnósticos y balances de investigadores y especialistas de 12 países: Argentina, Bolivia, Brasil, Costa Rica, Ecuador, Guatemala, Honduras, México, Panamá, República Do-

minicana, Uruguay y Venezuela. En ellos los investigadores discuten a fondo el proceso de virtualización de la Educación Superior y de la expansión de la educación a distancia en la región, tópico que, como se ha mencionado, está totalmente vinculado con el campo de la CyE.

Durante este periodo cobran fuerza también, sobre todo a partir de los 90, temas como la investigación sobre recepción de medios y la formación de receptores críticos, línea que retoma los planteamientos originales del brasileño Paulo Freire y el uruguayo Mario Kaplún cuyo origen ya situamos en el primer periodo. Esta perspectiva aparece en investigaciones realizadas por latinoamericanos que encuentran en ALAIC un lugar para el intercambio: los Grupos de Trabajo (GT). Allí pueden, cada dos años, reunirse, confrontar puntos de vista, articularlos y sumarlos. Y aunque la recepción crítica excede el ámbito específico de la CyE, encuentra en este vínculo temático un desarrollo específico, debido a la necesidad de formar receptores de nuevo cuño, capaces de leer los mensajes mediáticos desde una perspectiva crítica.

Este periodo se caracterizó también por dar una nueva interpretación al uso didáctico de los medios de comunicación colectiva en el aula, colocándolos dentro de un diseño pedagógico integral. Se buscó con nuevas investigaciones rescatar la función amplia que cumplen estos medios en las clases presenciales, hasta entonces condenados a ser una suerte de discurso paralelo.

Como parte del interés renovado por la ED, un área en constante cambio y transformación, en su momento de auge, se estudió el uso de satélites en programas educativos a distancia. Estos trabajos pusieron énfasis en el registro de los sistemas satelitales nacionales o regionales que, en casi todos los casos, fueron empleados con fines educativos.



En esta etapa encontramos también investigaciones desarrolladas a nivel institucional sobre la creación de espacios virtuales y objetos de aprendizaje, las cuales en algunos casos se realizaron sistemáticamente. Destacan asimismo, diversos aportes sobre la formación de tutores en uso de TIC, esto debido a que los nuevos programas a distancia y presenciales, como ya se dijo, reivindican la labor histórica del tutor, enriqueciéndola con nuevas tareas derivadas de la digitalización.

Resultado de una tendencia de investigación previa que concreta sus resultados en productos audiovisuales e impresos para la formación, se desarrollan proyectos institucionales de educación o alfabetización para los medios. La importancia de ellos reside en que se basaron en investigaciones previas que detectaron los elementos notables a tomarse en cuenta para la formación de profesores como receptores críticos frente a los medios, así como para desarrollar en ellos habilidades didácticas para diseñar estrategias de intervención pedagógica en sus aulas aprovechando los mensajes mediáticos.

No obstante las numerosas aportaciones que realizan los académicos investigando temas de CyE, Guillermo Orozco y Frank Viveros, en un trabajo desarrollado a finales de los 90 (1997), expresan que los esfuerzos oficiales por vincular la escuela con los medios no tenían entonces una perspectiva integral. El estudio, situado en México, refiere que es en el Plan Nacional de Educación 1995-2000 cuando se aborda por primera vez el asunto de los medios y se lo hace en dos sentidos. Por un lado se reconoce la capacidad de alcance, difusión y socialización de las nuevas tecnologías, considerando que reducen distancias, lo que favorece la emergencia de programas a distancia<sup>61</sup>. Por otra parte se manifiesta una preocupación por el avance de los medios de comunicación colectiva y el reto que esto implicaba para la escuela y la familia. Se hace una propuesta formal para usar los medios y enriquecer el proceso de

enseñanza, impulsando su uso en el aula (periódico, historieta, programas de radio, entre otros), en especial a nivel básico. Esto daría lugar a numerosos estudios de caso en las aulas, realizados desde la perspectiva de la educación. Para la comunicación el interés ha estado más vinculado a los grandes medios y de manera particular a programas basados en el uso de medios, dejando en un segundo plano a las transformaciones en el aula. Es por ello que los principales estudios desde la perspectiva comunicacional se refirieron a programas desarrollados por esos grandes medios.

Como producto de esta perspectiva se crean algunos observatorios que tienen como objetivo estudiar contenidos mediáticos y promover estudios para la recepción. Existe por ejemplo el Observatorio Iberoamericano de la Ficción Televisiva (OBITEL) creado en 2005, entre cuyas tareas está la realización y publicación de un estudio anual de la industria iberoamericana. Actualmente está integrado por once países, de los cuales ocho son latinoamericanos: Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Ecuador, México, Uruguay y Venezuela. La red de investigadores está formada por especialistas internacionales en televisión interesados por promover la producción, circulación de programas y estudios de la recepción en el espacio audiovisual iberoamericano: Su primer anuario, publicado en 2007, llevó por título “Cultura y mercados de la ficción televisiva en Latinoamérica”. En los últimos años, los trabajos realizados por investigadores participantes en esta red han sido presentados en varios grupos de trabajo de la ALAIC.

## Presente digital: confluencia de cambios y desafíos

El componente de las tecnologías digitales en procesos educativos presenciales y en los sistemas a distancia, así como en actividades de formación y actualización, es ineludible en los actuales intereses de investigación en materia de CyE. No obstante, existen otros problemas que preocupan y que por ello están siendo estudiados: políticas públicas de comunicación y educación; políticas científicas; nuevos proveedores de enseñanza; disponibilidad y acceso a la información; relación de egreso con mercado laboral; acceso democrático a la educación, etcétera. Los tópicos que están siendo analizados dentro del ámbito general de la CyE son muchos y variados, por ello y a fin de ordenar esta reflexión, nos parece pertinente dividirla retomando las cuatro áreas de trabajo señaladas por Carlos Valderrama: educación para la comunicación, mediación tecnológica en la educación, gestión de la comunicación en el espacio educativo y reflexión epistemológica sobre la interrelación comunicación/educación como fenómeno cultural emergente. Sobre cada una de ellas presentamos una reflexión general.

### 1. Educación para la comunicación

América Latina es pionera en estudios y propuestas sobre educación para la comunicación. Este interés se desprende de la estructura mediática de la mayoría de las naciones, caracterizada por grandes monopolios u oligopolios que concentran los mensajes. Hay también legisladores que a lo largo de los años han asumido la defensa de esos intereses concentradores, y grupos que se enfrentan a ellos proponiendo

acciones diversas entre las cuales siempre está presente la educación para una recepción crítica. Así, enseñar a la gente a recibir críticamente los contenidos de los medios se transformó en un tema importante para la investigación, buscando con ello abrir brecha para la réplica y la expresión ciudadana.

En este contexto, el tema ha sido abordado de manera preferente en la región, manifestándose tanto en propuestas teóricas, como en estrategias metodológicas. Se registran numerosos estudios de caso que pueden servir de guía y orientación para el tratamiento de la recepción crítica en otras regiones.

La concepción de lo que debe entenderse por recepción mediática ha ido cambiando con el tiempo. Cabe recordar que en los inicios los medios electrónicos experimentaron desde la educación un rechazo total, posicionándolos (sobre todo a la televisión) como lo opuesto a la enseñanza. Sin embargo, esta perspectiva ha cambiado en buena medida a partir de los estudios realizados. Ahora es la propia escuela quien sugiere aprovechar la información de los medios de comunicación para reforzar conocimientos adquiridos en las aulas o convertirlos en una suerte de disparador para el tratamiento de algunos temas tanto en el aula como en familia. También en algunos programas se ha incorporado la materia comunicación, que busca explicar a estos medios y posicionarse en una mirada crítica sin dejar de reconocer que forman parte importante de la cultura actual.

Tanto para la educación como para la comunicación, este tema generó y sigue generando interés entre los investigadores, ofreciendo un espacio importante para estudiar los efectos de los medios y los procesos de recepción (sobre todo entre niños). Se han realizado también estudios sobre mediación pedagógica y su relación con los medios, así como diagnósticos sobre los procesos de comunicación institucional.

En la actualidad, la recepción crítica está girando su mirada hacia los nuevos medios y, sobre todo, hacia el complejo entramado de discursos y contenidos que reciben las audiencias mediante pantallas múltiples eslabonadas.

## 2. Mediación tecnológica en la educación

La atención que en estos tiempos reciben los estudios en torno al uso y apropiación de las TIC en la educación deviene, por un lado, de las constantes innovaciones que nos ofrece la tecnología y, por otro, de los cambios propiciados por el modelo político económico vigente que condiciona las políticas gubernamentales en materia de educación, ciencia y tecnología. Tales políticas generalmente buscan ampliar la base tecnológica mediante la meta del acceso universal, pero poco es lo que se analiza en cuanto a dos procesos que van ligados a ese acceso: el uso y la apropiación. Consideramos que el uso es diferenciado por lo que las políticas públicas deben atender a esta diferenciación y con ello sacar el mejor provecho de la base tecnológica. Por su parte, la apropiación constituye un proceso de cambio cultural profundo que determina las prácticas sociales mediante las cuales los individuos no sólo acceden y usan las tecnologías, sino que pueden llegar a modificar su intencionalidad e inserción en la vida social.

El reconocimiento en las políticas educativas nacionales de la importancia que tienen los medios en la enseñanza, se hace más ostensible con el uso generalizado de los recursos digitales, en los que nuevamente se identifica un factor para superar rezagos educativos. Este interés se concretó en programas educativos diversos (CEIBAL en Uruguay, UBA XXI en Argentina, Enciclomedia en México, entre otros), no siempre exitosos, que han sido ampliamente referidos en estudios y reportes de

investigación. También han sido registrados programas de alcance reducido o mecanismos de interacción con posibilidades educativas, tales como los foros de discusión, chats, videoconferencias, wikis, blogs, redes sociales y por supuesto el correo electrónico. Estas innovaciones despiertan el interés de tesistas de posgrados y de investigadores que detectan y analizan nuevas formas de socialización y recursos de aprendizaje.

### **3. Gestión de la comunicación en el espacio educativo**

El proceso de comunicación educativa en sí y su gestión hasta ahora no han sido suficientemente analizados. No obstante, desde la educación existe un interés marcado por conocer más sobre la gestión de la comunicación en los espacios educativos, debido a que algunos estudios anteriores enfatizan la potencialidad de los medios u otros recursos tecnológicos en esa gestión.

Muchos de estos estudios se concretan en intervenciones de comunicación educativa, cuyo fin es producir transformaciones específicas. En este contexto, el proceso acción-reflexión-acción constituye un camino que están recorriendo algunas instituciones educativas de vanguardia y organizaciones no gubernamentales, a fin de producir cambios significativos en los modelos específicos de comunicación, tales como el uso de la telefonía celular, cambios de programas o hábitos de estudio, diagnósticos de comunicación institucional.

A partir de una comprensión amplia del concepto “espacio educativo”, las investigaciones sobre este tema no se refieren exclusivamente a la relación interpersonal, sino

que abordan todos los niveles posibles dentro de una institución de enseñanza. Los trabajos referidos a los procesos de comunicación establecidos en diferentes niveles (interpersonal, intermedio y masivo) condujeron a los investigadores a plantearse la necesidad de estudiar tanto lo que sucedía en el aula, como en las instituciones y la relación de éstas y sus actores con la sociedad. Aunque por tratarse de estudios de caso, algunos de estos trabajos no son generalizables, sus perspectivas teórica y metodológica refieren aportaciones notables al estudio de la CyE. Se realizan asimismo, trabajos sobre la divulgación del conocimiento científico y artístico por parte de las universidades (Crovi, 2004, 2005, 2006, 2007 y 2009a y b), un tema prometedor en el contexto de la sociedad de la información y el conocimiento.

Tanto la comunicación interpersonal desarrollada en el aula o en programas a distancia, como la comunicación institucional u organizacional que se ubica en el nivel intermedio y la comunicación social vinculada a las relaciones de las instituciones educativas con la familia, los medios y la sociedad, han sido objeto de estudios puntuales. En general sus resultados indican la ausencia de procesos participativos y horizontales, perspectiva ampliamente defendida desde los postulados teóricos de la educomunicación. Se trata así, de una línea de trabajo con enormes posibilidades de evolución, si tomamos en cuenta que la intervención de las TIC y el replanteamiento global de los sistemas de enseñanza, representan desafíos fundamentales para la investigación.

## 4. Reflexión epistemológica sobre la interrelación comunicación/educación como fenómeno cultural emergente

La educomunicación ha sufrido grandes transformaciones provenientes, a nuestro juicio, de dos escenarios esenciales: el tecnológico y el de las políticas públicas neoliberales en materia de educación y comunicación. La incidencia de estos y otros factores lo transforman en un campo de estudio en construcción y en renovación constante. Exige una mirada multidisciplinaria que involucre, por lo menos, a la comunicación, la educación, la sociología, la psicología y la economía política. Por sus condiciones materiales, Latinoamérica se ha distinguido como pionera en este campo, de allí la importancia de sus aportaciones que debemos seguir enriqueciendo con nuevas investigaciones y propuestas teórico-metodológicas.

La reflexión epistemológica sobre CyE existente hasta ahora fue dibujando caminos no recorridos. En efecto, como resultado de los cambios impuestos a los sistemas educativos, en especial a los de educación superior, a principios de la presente década cobró una nueva dimensión, que repercute especialmente en la que se ofrece a distancia o abierta. En estos sistemas aparecen nuevos proveedores educativos, surgen actores diferentes en los procesos de enseñanza aprendizaje y, sobre todo, aparecen nuevas fuentes de financiamiento para la educación superior. Estos cambios están ligados a las exigencias de un mercado laboral competitivo, en constante renovación de ideas y lucha por los espacios comercializables de la producción humana. Las transformaciones propuestas por UNESCO a fines del siglo pasado para la educación superior, llevan al paradigma de una educación permanente o para toda la



vida, que reposiciona el sentido mismo de las universidades y su misión como productoras y difusoras del saber científico.

En un mundo que reconoce cada vez más la importancia del conocimiento y la utilización de la alta tecnología, las universidades se encuentran abrumadas por una demanda creciente de aspirantes que quieren obtener un grado académico. Estos requerimientos llevan a revisar planes y programas de estudio, a actualizar las dinámicas organizacionales de las instituciones educativas, a buscar nuevas formas para atender a un mayor número de alumnos con la misma infraestructura material y humana, lo que conduce a un replanteamiento que involucra aspectos tales como su financiamiento, el papel que juegan maestros y alumnos, y los sistemas educativos presenciales, entre otros aspectos.

En este contexto, los estudios académicos deberían ser un punto de partida que oriente las transformaciones que vivimos. Sin embargo, los estudios realizados no son suficientes y sus resultados en ocasiones refieren a casos aislados que no pueden ser generalizados. Por ello la investigación en CyE tiene actualmente importantes desafíos, ya que estamos pasando de procesos más o menos organizados a sistemas altamente estructurados en los cuales la evaluación se yergue como un eje fundamental y su finalidad responde a lineamientos internacionales. Como respuesta a un sistema caracterizado por procesos en los cuales premios y castigos adquieren gran valor, el interés de los investigadores se desplaza hacia el análisis de los programas de estudio vigentes y los cursos que se imparten, con miras a lograr menor deserción y una mejor adaptación de los egresados al mercado de trabajo<sup>62</sup>. Colateralmente, estos estudios analizan el lugar y el desempeño de maestros e investigadores en la actual realidad.

Destaca también un entrecruzamiento entre educomunicación y economía política de la comunicación, lo que da como resultado una mirada epistemológica novedosa que vincula las políticas públicas, la economía política de la educación y los procesos de industrialización de la enseñanza, con la situación concreta de los programas educativos (Crovi, 2004, 2005, 2006). En estas investigaciones se descubren temas que constituyen retos para nuevos estudios: los esfuerzos infructuosos por pasar de simples programas educativos digitalizados, al establecimiento de políticas públicas que incorporen los avances tecnológicos; el feroz proceso privatizador de la enseñanza que hemos vivido en los últimos años; la historia de las relaciones con las tecnologías y su construcción social; los análisis de contenido sobre cursos, materias y programas; así como aportaciones de índole metodológica.

## **Principales tendencias en la producción latinoamericana**

A partir de las fuentes consultadas para la elaboración de este artículo, analizando 207 trabajos (Anexo No. 2), identificamos algunos temas recurrentes, los cuales presentamos a continuación en orden decreciente, especificando entre paréntesis el número de trabajos detectados sobre cada tópico:

- 1. Reflexiones y estudios sobre el desarrollo teórico y metodológico de la comunicación educativa (48)
- 2. Incorporación de TIC en la educación (40)

- 3.Relación entre comunicación y educación (32)
- 4.Medios de comunicación y educación (28)
- 5.Comunicación educativa, desarrollo y cambio social (15)
- 6.Educación, entornos digitales y virtuales (15)
- 7.Comunicación educativa en al aula escolar (12)
- 8.Comunicación educativa a nivel superior (8)
- 9.Medios, tecnologías y educación a distancia (5)
- 10.Alfabetización en medios de comunicación (4)

Este orden enuncia dos grandes preocupaciones para los investigadores de la CyE latinoamericanos: el desarrollo teórico-metodológico del tema (en total pueden contabilizarse al menos 80 estudios, o sea el 40%) y el escenario tecnológico digital en la educomunicación, que aparece directamente en 64 trabajos: 32%. Tal recurrencia, comprensible porque busca explicar y reflexionar acerca de las dimensiones de la CyE, por lógica lleva a descuidar otros temas: por ejemplo, un interés limitado por la educación a distancia, tema nodal en estos días debido a las posibilidades que se atribuye a esos sistemas para enfrentar los rezagos. También la alfabetización en medios aparece como un tópico a profundizar, en especial porque resulta indispensable para la región si queremos generar un pensamiento crítico frente a estos recursos. Asimismo, llama la atención el reducido interés por investigar el aula, espacio angular de la educación; así como por la educación superior que tiene mucho que mos-

trar a partir de los cambios experimentados a nivel global desde finales del siglo pasado.

Respecto a los dos temas nodales abordados en los trabajos que fueron identificados, cabe agregar que el primero demuestra interés por la construcción de este campo. En cuanto al segundo, notamos que los trabajos cuyo objeto de estudio es la incorporación de tecnologías en la educación coinciden con varios factores que ya se han mencionado acerca de las tendencias de investigación en la década de los 90: temas que comenzaron a presentarse no solamente en espacios académicos sino en balances de políticas públicas y programas educativos que enarbolaron el discurso de la mejora a partir del empleo de los recursos tecnológicos y digitales. Hasta la fecha este tema, que puede verse como general, da pie a diversas investigaciones específicas sobre el uso de las computadoras, la educación en línea y las plataformas digitales para la educación.

Un asunto más que ha derivado en varias de las líneas de investigación detectadas es el relacionado con los medios de comunicación y la educación, tema sobre el cual se ha hablado en apartados anteriores. Una de las preocupaciones expresadas, pero que aún falta profundizar, es la necesidad de desarrollar estrategias de intervención para la formación de receptores críticos, capaces de analizar y ponderar la información proveniente de los medios. Destaca por otro lado que en la mayoría de los trabajos realizados se identifica a la escuela como un espacio que puede coadyuvar al desarrollo y puesta en práctica de dichas estrategias, rubro en el que se inscriben trabajos relacionados con la alfabetización en medios o como parte de los estudios de recepción.

Respecto a los países productores de este conocimiento, ubicamos a México en el

primer lugar con 62 estudios; en segundo puesto Colombia con 47; Brasil con 41; Argentina con 24; Perú 12; Chile y Bolivia 6 cada uno; Venezuela 3; Costa Rica y Paraguay 2; El Salvador y Panamá con 1 respectivamente. El hecho de que consultáramos las bases de datos desde México, pudo inducir a variaciones tanto en el registro general de temas como en los estudios realizados a nivel de cada país. Pensamos que existen otras investigaciones no identificadas por estar dispersas, pero también por ser poco difundidas debido a que se trata de estudios académicos de divulgación interna o local, y de publicaciones con ediciones limitadas. Entre esta invisibilidad se cuentan, por ejemplo, las tesis de grado y posgrado que suelen registrar trabajos empíricos de gran interés pero que no siempre se incluyen en bases de datos internacionales y muchas veces no se publican.

En la difusión de esos trabajos locales y dispersos, ALAIC juega un papel central, ya que muchos son presentados en el Grupo de Trabajo Comunicación y Educación durante los congresos bianuales. Las modificaciones que experimentaron los posgrados a partir de finales de los 70 y principios de los 80, que llevaron a una popularización y en algunos casos masificación de maestrías y doctorados, permitió aumentar la generación de investigaciones referidas a CyE, así como a otros temas puntuales de la educomunicación. Muchos de estos trabajos, infortunadamente, no prosiguieron debido a la falta de oportunidades para sus autores en el ámbito académico o la escasez de recursos dedicados a la investigación de tipo longitudinal que tanto falta nos hace. Sin embargo, algunos llegaron a conocerse en las discusiones de este GT, alimentando el diálogo entre colegas interesados por los mismos temas.

El panorama que presentamos, claro está, representa sólo tendencias dibujadas a partir de la integración de fuentes que están lejos de ser exhaustivas. De allí que las consideremos sólo tendencias que también se identifican en el GT Comunicación y

Educación de ALAIC. Cabe mencionar que una parte de la producción de este grupo ha sido presentada en dos libros (Crovi, 2001 y 2004), así como en artículos publicados en revistas especializadas y ha alimentado el intercambio de ideas y puntos de vista en los congresos de la Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación, donde las preocupaciones por la perspectiva teórico-metodológica, las tecnologías (sobre todo las digitales) y el reporte de estudios de caso, han sido recurrentes.

## **Consideraciones finales: retos y prioridades de investigación**

En el análisis del vínculo comunicación/educación la producción latinoamericana puede considerarse fundacional. A pesar de la diversidad de enfoques, orígenes y propuestas con que el tema ha sido abordado, se destacan dos aspectos que determinan al conjunto:

1. La riqueza de su producción, tanto en materia de propuestas teóricas como por los resultados obtenidos mediante estudios empíricos.
2. La dispersión de los trabajos realizados.

Se trata de dos ejes que marcan nuevos desafíos a la investigación, sobre todo tomando en cuenta la permanente renovación de las tecnologías que apoyan a los pro-

cesos educativos mediados, así como las transformaciones que está experimentando la educación, tanto al interior de las propias instituciones como por el lugar social que se le atribuye actualmente y que ha venido a modificar el que la distinguía desde hace más de un siglo.

Si comparamos las tendencias detectadas en las investigaciones que integran este estado de la cuestión con la propuesta de Carlos Valderrama, referida en los párrafos iniciales, vemos que los temas que pueden abarcar una mirada interdiscursiva de la educomunicación se agrupan en dos: mediación tecnológica en la educación y reflexión epistemológica sobre la interrelación comunicación/educación como fenómeno cultural emergente. No obstante, este estado de la cuestión señala dos importantes ausencias: educación para la comunicación y gestión de la comunicación en el espacio educativo.

En efecto, gran parte de los estudios que hemos referido se derivan de la importancia que se atribuye a viejos y nuevos medios de comunicación. Este legítimo interés por conocer más y mejor a la comunicación educativa mediada tecnológicamente, ha llevado a colocar en un segundo plano de interés a la educomunicación no mediada, es decir, aquellos procesos de enseñanza aprendizaje intersubjetivos, caracterizados básicamente por establecer un intercambio simbólico a través del diálogo que se establece en el espacio educativo. Falta también reivindicar un mayor interés por la educación para la comunicación, tema que constituye una suerte de eterna asignatura pendiente para nuestro campo. La inclusión de materias referidas a la comunicación en algunos programas escolares de educación básica y media, en realidad no llena ese vacío porque tales programas son diversos y en general se construyen con una visión descriptiva de los medios.

En los tiempos actuales, cuando se atribuye un papel protagónico a las redes sociales digitales (a nuestro juicio en ocasiones desmedido), es necesario que la investigación no olvide al diálogo como principio germinal de la educomunicación, ya que es el instrumento que permite gestionarla tanto en espacios áulicos como institucionales. Del mismo modo, los estudios que se llevan a cabo deben integrar a sus intereses el viejo reto de enseñar a comunicar, recordando que el diálogo está siempre en la base de todo proceso educativo, mediado o no por tecnologías.

Destacamos asimismo, que todo proceso de comunicación educativa debe ser analizado en profundidad desde una mirada multidisciplinaria, algo de lo cual carecen la mayoría de los estudios identificados en este estado del arte. Por lo general responden a uno u otro de sus ejes; así, lejos de adoptar una perspectiva interdiscursiva, en esos trabajos comunicación y educación se comportan como caminos paralelos. Las investigaciones acerca de la educomunicación serían sin duda más ricas si respondieran a miradas convergentes de disciplinas tales como la pedagogía, la ciencia de la educación, la psicología, la comunicación, la sociología, la antropología o la economía política.

Sobre esta última perspectiva de análisis, pensamos que en la actualidad resulta fundamental el entrecruzamiento CyE con la economía política, debido al giro que han estado tomando en los últimos lustros las políticas públicas referidas a educación, así como a ciencia y tecnología. Recordemos que tanto para algunos especialistas como para otros actores sociales, estamos asistiendo a procesos que llevan a privatizar los sistemas educativos y es claro que se ha ido acentuando la distinción entre dos compartimentos: educación pública y educación privada, hasta llegar a percibirse como sistemas antagónicos. Más allá de sus diferencias, configuran en conjunto un nuevo panorama en el que intervienen intereses políticos, económicos y el factor tecnológi-



co. Esos distintos intereses son los que hoy día entretejen los destinos de los sistemas educacionales y como tal deben ser analizados desde la economía política en interfa- ce con la educomunicación.

Creemos que la interdiscursividad como aproximación teórica a la relación comuni- cación/educación contribuye a fortalecer miradas interdisciplinarias, tan necesarias para comprender las nuevas formas de actuar en una sociedad global, digitaliza- da. Educación y comunicación establecen un vínculo representativo de los grandes cambios sociales que estamos viviendo, de allí la necesidad de conocerlo más, en sus grandes manifestaciones pero también en las pequeñas y aparentemente cotidianas.

ALAIC constituye, entre otros, un espacio de privilegio para analizar estos factores, visibilizar sus problemáticas y difundir sus contradicciones. Incluso el desarrollo de estudios comparados entre diversos países de la región, todavía insuficientes, puede echar luz sobre condicionantes internacionales que determinan los actuales procesos educomunicativos y el reposicionamiento de sus actores.

En estos procesos de cambio la comunicación educativa puede ocupar un lugar des- tacado en las aulas, al interior de las instituciones, en los sistemas de educación a distancia, o en la relación escuela-sociedad. Los nuevos medios digitales, en oca- siones conocidos por los estudiantes a partir del inicio de sus trayectorias escolares, conforman espacios de socialización de nuevo cuño que no deben ser ignorados por los sistemas de enseñanza. Como ya está ocurriendo, tales recursos son motivo de programas de alfabetización o de desarrollo de habilidades digitales en los que la comunicación educativa contribuye a establecer parámetros para conceptualizarlos, aún así, pocas veces se identifica y reconoce su papel.

Recuperar la historia de la educomunicación, su construcción teórica y los registros empíricos, es una tarea aún inacabada que merece ser continuada para reconocer, aún más, el lugar fundacional que en ella tiene América Latina. También lo es tejer el entramado de estudios dispersos que aún no ha sido posible reunir, pero que en su conjunto pueden explicar mucho de lo que en esta materia está ocurriendo. El futuro inmediato de nuestras sociedades está ligado a la educación, y también a las diferentes formas que adquieren los procesos comunicativos. Ambos aspectos se potencian, convirtiéndose en claves de la investigación para alcanzar un desarrollo equilibrado y una ciudadanía plena.

## BIBLIOGRAFIA

BARTOLOMÉ ANTONIO. (1999). *Nuevas Tecnologías en el Aula. Guía de Supervivencia*. Instituto de Ciencias de la Educación de Barcelona, España.

CHACÓN, FABIO. (1997). “Comunicación mediante computadoras y educación a distancia”. En FAINHOLC, BEATRIZ, *Nuevas tecnologías de la información y la comunicación en la enseñanza*. Aique, Argentina.

CROVI DRUETTA, DELIA. Coordinadora. (2001). *Comunicación y educación. Perspectiva latinoamericana*. ALAIC- Instituto Latinoamericano de la Comunicación Educativa, ILCE. México.

(2004). “Aportes latinoamericanos al estudio de la comunicación en México”. En *Hacia la construcción de una ciencia de la comunicación en México. Ejercicio reflexivo. 1979-2004*. Lenin Martell, Coordinador. AMIC, México.

(2005). “Universidad y distribución social del conocimiento. Transformaciones a partir del uso de las redes”. En DE LOS RÍOS NORMA; SÁNCHEZ, IRENE (Compiladoras). *América Latina: aproximaciones multidisciplinarias*. Posgrado en Estudios Latinoamericanos, FFL, UNAM.

Coordinadora. (2006). *Bitácora de viaje. Investigación y formación de profesionales de la comunicación en América Latina*. ALAIC- Instituto Latinoamericano de la Comunicación Educativa, ILCE, México.

(2007). *Comunicación educativa y mediaciones tecnológicas. Hacia nuevos ambientes de aprendizaje*. Serie: Autores y actores de la educación. Instituto Latinoamericano de la Comunicación Educativa, ILCE; México.

(2009a). “Acceso, uso y apropiación de las TIC en comunidades académicas”. Diagnóstico en la UNAM. FCPS, UNAM y Plaza y Valdés editores, México.

CROVI DRUETTA, D. Y L. M. GARAY CRUZ. (2009b). “Comunicación–Educación. Hacia la construcción de un estado del arte”. En VEGA MONTIEL, A. (Coordinadora). *La comunicación en México, Una agenda de investigación*. UNAM, Universidad Juárez Autónoma de Tabasco, Universidad Autónoma de Baja California y Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación, México.

ESLAVA, J. (2002). “Estado del arte de la investigación en anestesia”. (online). (19/08/06). Disponible en [www.scare.org.co/rca/archivos/articulos/2002/vol\\_1/HTML](http://www.scare.org.co/rca/archivos/articulos/2002/vol_1/HTML)

FAINHOLC, BEATRIZ. (1997). *Nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación en la Enseñanza*. Aique, Argentina.

(1999). *La Interactividad en la Educación a Distancia*. Paídos, Madrid.

FERREIRA, NORMA. (2002). “Las pesquisas denominadas estado del arte. Educ. Soc.”. En *Educação & Sociedade*. Vol. 23, No. 79. (19/08/06). Disponible en [www.scielo.br/scielo.php?script=csi\\_arttext&pid=S0101](http://www.scielo.br/scielo.php?script=csi_arttext&pid=S0101)

GONZÁLEZ, FABIO. (2005). “Escritura del estado del arte”. (online) (18/08/06). Disponible en <http://dis.unal.edu.co/~fgonza/courses/2005-II/seminario/estadoArte.pdf>.

LÓPEZ Y MOTA, ÁNGEL. Coordinador. (2003). *Saberes Científicos, humanísticos y Tecnológicos. Procesos de enseñanza aprendizaje*. Tomo II: Didáctica de las ciencias histórico-sociales. Tecnologías de información y comunicación. COMIE, México.

MENA MERCHÁN, BIENVENIDO. (1994). *Nuevas Tecnologías para la Enseñanza. Didáctica y Metodología*. Ediciones de la Torre, España.

(1996). *Didáctica y Nuevas Tecnologías en la Educación*. Editorial Escuela Española, España.

OROZCO, GUILLERMO Y FRANK VIVEROS. (1997). “Percepciones oficiales sobre los medios y su vinculación con la Escuela en México”. En *Revista del Consejo nacional de la Educación*, Junio, no. 51. Ed. CONALITE, México. pp. 31-49.

TORRES, P. L.; C. RAMA. (Organizador). (2009). *La Educación Superior a Distancia en América Latina y el Caribe: Realidades y Tendencias*. Editora UNISUL, Palhoça.

RIVERA, GLADYS. . (1994). “La educación a distancia vs. Nuevas tecnologías”. En la página Ser UNAM. Disponible en [www.unam.mx](http://www.unam.mx)

ROMERO, JOSÉ LUIS. (2001). “Educación y computadoras, una aproximación al estado actual de su investigación en México”. En *Revista Mexicana de Investigación Educativa*, abril, 2001, consultada el 2 de marzo de 2007. Disponible en <http://redalyc.uaemex.mx/redalyc/pdf/140/14001108.pdf>

VALDERRAMA, CARLOS. (2000). *Comunicación-Educación. Coordenadas, abordajes y travesías*. Ed. Siglo del Hombre, Universidad central de Colombia.

## ANEXO No. 1

### Sitios consultados para el Estado del arte Comunicación y Educación

Base de datos del Coneicc-Iteso

[http://www.coneicc.org.mx/?contenido=/centro\\_documentacion/busca.cfm&interno=yes](http://www.coneicc.org.mx/?contenido=/centro_documentacion/busca.cfm&interno=yes)

Catálogo Redalyc

<http://redalyc.uaemex.mx/>

BIDI UNAM

<http://www.dgbiblio.unam.mx/>

Universidad Nacional de Colombia (Catálogo de la biblioteca digital)

<http://www.sinab.unal.edu.co/?q=node/11>

Catálogo en línea Universidad de Lima Perú

<http://www.ulima.edu.pe/departamento/biblioteca>

Catálogo en línea Universidad Javeriana de Colombia

<http://biblos.javeriana.edu.co/uhtbin/cgiirsi/x/x/0/49/>

Catálogo en línea Universidad Católica de Chile

[http://todosibuc.uc.cl/primo\\_library/libweb/action/search.do?dscnt=1&dstm-](http://todosibuc.uc.cl/primo_library/libweb/action/search.do?dscnt=1&dstm-)

p=1364918856743&filler=GUEST&vid=PUC&fromLogin=true&fromLogin=true

Catálogo en línea Universidad de Buenos Aires

<http://www.sisbi.uba.ar/>

Catálogo en línea Universidad de la Plata

<http://biblio.unlp.edu.ar/new/catalogos.html>

Catálogo Universidad de Campinas

<http://acervus.unicamp.br/>

Catálogo de trabajos de la Universidad Nacional Asunción Paraguay

[http://sdi.cnc.una.py/zsgb/cliente\\_invest.cgi](http://sdi.cnc.una.py/zsgb/cliente_invest.cgi)

Catálogo Universidad de Sao Paulo

[http://buscaintegrada.usp.br/primo\\_library/libweb/action/search.do?dscnt=1&scps=scope%3A%28USP%29%2Cprimo\\_central\\_multiple\\_fe&frbg=&tab=default\\_tab&dsmtp=1364919558155&srt=rank&ct=search&mode=Basic&dum=true&indx=1&tb=t&vl\(freeText0\)=educomunicacion&fn=search&vid=USP&-fromLogin=true](http://buscaintegrada.usp.br/primo_library/libweb/action/search.do?dscnt=1&scps=scope%3A%28USP%29%2Cprimo_central_multiple_fe&frbg=&tab=default_tab&dsmtp=1364919558155&srt=rank&ct=search&mode=Basic&dum=true&indx=1&tb=t&vl(freeText0)=educomunicacion&fn=search&vid=USP&-fromLogin=true)

Catálogo de Ciencias Sociales Universidad Mayor de San Andrés Bolivia

<http://fcs.biblio.umsa.bo/cgi-bin/koha/opac-main.pl>

Boletín de IESAL

[http://www.unesco.org.ve/index.php?option=com\\_content&view=article&id=2100%3AAla-educacion-superior-a-distancia-en-america-latina-y-el-caribe-realidades-y-tendencias&catid=126%3Anoticias-pagina-nueva&Itemid=712&lang=es](http://www.unesco.org.ve/index.php?option=com_content&view=article&id=2100%3AAla-educacion-superior-a-distancia-en-america-latina-y-el-caribe-realidades-y-tendencias&catid=126%3Anoticias-pagina-nueva&Itemid=712&lang=es)

Obitel

<http://obitel.net/about/%C2%BFque-es-obitel/>

Unesco

[www.uned.es/catedraunesco-ead](http://www.uned.es/catedraunesco-ead)

Subsecretaria de Educación Básica-SEP-México

[www.basica.sep.gob.mx/dgme](http://www.basica.sep.gob.mx/dgme)

Plan Ceibal

[www.ceibal.org.uy](http://www.ceibal.org.uy)



## ANEXO No 2

## Tendencias y líneas de investigación en educomunicación en América Latina

Temas	Número de Trabajos	Países de origen
Reflexiones y estudios sobre el desarrollo teórico y metodológico de la comunicación educativa	47	México (15), Colombia (9), Argentina (5), Brasil (13) Perú (2), Venezuela (1) El Salvador (1) BidiUNAM (2)
Incorporación de TIC en la educación	40	México (10), Chile(1), Colombia (10), Argentina (10) Brasil (6) Paraguay (1), Perú (2)
Relación entre comunicación y educación	32	México (8), Colombia (9), Argentina (3), Brasil (7), Bolivia (1) BidiUNAM (2), Panamá (1)
Medios de comunicación y educación	28	México (9), Colombia (5), Argentina (4) Brasil (5) Paraguay (1), Bolivia (1), Costa Rica (2), Chile (1)
Comunicación educativa; desarrollo y cambio social	15	México (5), Brasil (3), Perú (3), Colombia (3), Venezuela (1)
Educación, entornos digitales y virtuales	15	México (3), Chile (2) Argentina (1) Brasil (2), Bolivia (1), Venezuela (1), Perú (1), Colombia (4)
Comunicación educativa en el aula escolar	12	México (2), Colombia (3), Argentina (1), Brasil (3) Bolivia (3)
Comunicación educativa en nivel superior	8	México (5) Brasil (1), Colombia (2)
Medios, tecnología y educación a distancia	5	México(1), Chile(1), Colombia (1), Perú (2)
Alfabetización en medios de comunicación	4	Brasil (1), Perú (1), Colombia (2)
Comunicación educativa en nivel preescolar	3	México (2) Brasil (1)
Democracia y educomunicación	3	México (3)
Uso didáctico de videojuegos	1	Perú (1)
Educación no formal	1	Colombia (1)
Comunicación educativa y discapacidad	1	Chile (1)

Fuente: elaboración propia a partir de las investigaciones identificadas.

338

**COMUNICACIÓN Y  
SALUD EN AMÉRICA  
LATINA**

# **COMUNICACIÓN Y SALUD EN AMÉRICA LATINA:**

## **UN CAMPO EN PERMANENTE MOVIMIENTO**

**| Inesita Soares de Araújo**

**| Milca Cuberli**

## Introducción

Historia, políticas, discursos, teorías y metodologías, prácticas, tecnologías, capitales, sujetos individuales y colectivos, agendas, intereses, negociaciones, conflictos, interfaces... Todo esto y más conforman el campo de la Comunicación y Salud, considerando como campo un espacio relacional y multidimensional en el cual fuerzas de desigual poder luchan para transformar o mantener sus posiciones (Bourdieu, 1989).<sup>63</sup>

El movimiento de pensar y sistematizar un conocimiento sobre este campo, teniendo en cuenta el ámbito de América Latina (AL), encuentra limitaciones. A pesar de los orígenes comunes, AL es una región diversa en relación a sus culturas, formación histórica, procesos políticos, temporalidades, la existencia y el papel de los movimientos sociales en la salud y el desarrollo científico y tecnológico. De esta manera, dos palabras clave organizan y subyacen a este movimiento: *historicidad* y *contexto*.

La Comunicación y Salud (CyS), además, no es un área específica de contornos delimitados. Contrariamente, está formada por otros campos, en constante movimiento, siendo los principales aquellos que conforman su designación, los campos comunicacional y sanitario. Nos adjudicamos desde ahora nuestra incapacidad para abarcar toda la complejidad de estos campos. Salud, por sí misma, se extiende en varios ambientes y colectivos, organizaciones públicas, privadas, estatales o no gubernamentales, nacionales o internacionales. En este sentido, priorizamos la salud pública de naturaleza colectiva, tomando como punto de anclaje las políticas y prácticas de las instituciones de salud y sus influencias y asociaciones. En cuanto a la comunicación, trabajaremos sobre los enfoques que impactan en las prácticas de la CyS. Sin embargo, otros campos afectan directamente a la CyS, siendo sus interfaces definitorias de

sus caminos. Destacamos la Información en Salud, la Educación para la Salud y la Ciencia & Tecnología. En este sentido, una palabra clave para nosotros es *interfaz*.

Por “Comunicación y Salud” nos referimos a la existencia de un campo compuesto, formado en la intercesión, buscando sus propios caminos políticos, conceptuales y prácticos. El conectivo “y” expresa esta articulación, delimitando “un territorio de disputas específicas, aunque atravesado y formado por los elementos característicos de uno y de otro y de la formación social más amplia que los alberga” (Cardoso y Araújo, 2009:95). Otras denominaciones frecuentes, Comunicación para la Salud y Comunicación en Salud, históricamente sedimentadas, presentan un aspecto en común que las diferencian de CyS: traducen una visión de la comunicación al servicio de la salud, perdiendo de vista su dimensión de campo.

La primera de todas las mediaciones es la mirada de los investigadores. Así, nuestro modo de mirar es retrospectivo y esto significa imprimir a los hechos pasados la mirada contemporánea. Además, nuestro punto de vista es condicionado por nuestros contextos de formación y profesionales: las autoras son formadas en comunicación y trabajan en instituciones de salud pública.

Finalmente, nuestra mirada se asienta en un marco teórico específico que, además de teórico, es político. Es imposible no asumir una postura política cuando se trata de un campo relacionado con prácticas sociales tan importantes en la vida de los seres humanos y de la sociedad, además de un campo producido en estrecha correlación con las políticas públicas, por lo tanto, que afecta la vida de las personas y las sociedades. Asimismo, hablar de comunicación, en cualquiera de sus facetas, es hablar de relaciones de poder y, sin una teoría del poder, corremos el riesgo de convertirnos en vehículo de reproducción de conceptos y formas cristalizadas de poder, lo

que lamentablemente ocurre con frecuencia en la CyS.

Nuestro modo de mirar percibe la comunicación como un proceso social de producción de los sentidos que ocurre a través de los discursos sociales que compiten en las múltiples arenas públicas por el poder de crear la realidad. Entre otras, las arenas de investigación, de formación/enseñanza, intervención, legislación, medios de comunicación, producción y comunicación científica. Así, al escribir sobre la CyS en América Latina estamos compitiendo por la posibilidad de “hacer ver y hacer creer” (Bourdieu, 1989) sobre una forma de entender este importante campo para la vida, el desarrollo y el bienestar humano.

El texto fue organizado en tres partes. En la primera, abordamos la Comunicación y la Salud en AL: la formación del campo, las teorías y metodologías más relevantes y las prácticas, que son el lugar de convergencia y articulación de los diversos enfoques. La segunda trata de los escenarios de la investigación en CyS. En la tercera, buscamos identificar las tendencias actuales en el campo.

Para este trabajo, contamos con la ayuda de colaboradores: Carlos Camacho, de la Universidad Andina Simón Bolívar, Bolivia; Mercedes Zevallos, del Banco Mundial en Lima y directora del escritorio de consultoría Conacción–Promoviendo Vínculos, Perú; Ma. Elena Zermeño, Janet García y Adriana González, respectivamente de las Universidades Autónomas de Baja California, Nuevo León y Puebla, México; Mariana Curotto, del Instituto Nacional del Cáncer y Andrea Palopoli, de la Dirección de Información y Comunicación del Ministerio de Salud de la Nación, ambas de Argentina. A todos, nuestro agradecimiento y la certeza de que están presentes en este texto.

# Comunicación y Salud en América Latina: de la formación del campo hasta las tendencias actuales

En este tópico, presentaremos tres aspectos de la conformación de la CyS en AL: la formación del campo, las teorías y metodologías, y las prácticas, en su relación con los contextos, aspectos compartidos por todos los países de la región, pero en ciertos ángulos con diferencias significativas.

## La formación del campo

Por sus características de hibridez y dependencia a los vientos políticos, sociales, tecnológicos y sanitarios, la CyS es un campo en permanente construcción, signado por variadas tendencias, que refiere tanto a la producción, la difusión o el análisis de temas de salud, como a la producción y aplicación de estrategias comunicacionales para la prevención y promoción de la salud de la población. Se suman, además, la implementación de políticas de salud y movimientos de carácter reivindicatorio.

Los primeros cruces entre comunicación y salud en América Latina se remontan a las décadas iniciales del siglo XX, cuando en algunos países surgieron estructuras institucionales que especificaban la tarea de comunicación en el ámbito de la salud. En México, a través de una oficina de Propaganda y Educación Higiénicas, en 1921, simultánea a la publicación del primer código sanitario (Zermeño, 2012) y en Brasil, mediante la creación, en 1923, del Servicio de Educación y Propaganda, en el Departamento Nacional de Salud Pública (Cardoso, 2001). Desde entonces, se han produ-

cido múltiples intersecciones entre la comunicación y la salud que han generado la conformación de un campo de conocimiento e interés interdisciplinario en constante desarrollo y expansión (Cuberli y Albardonado, 2012).

Entretanto, la constitución del campo de la CyS es más reciente. Petracci y Waisbord (2011) sostienen que ello se constituyó como lugar de reflexión académica formalizada en Estados Unidos y algunos países europeos durante las décadas de 1960 y 1970. Incluso, podemos decir que solamente en los años 90 ganó consistencia en AL un movimiento que nos permite considerar la existencia de un campo, no sólo como un conjunto de elementos articulados, nombrados y reconocidos, sino también, como un espacio de aplicación más sistemática de políticas, prácticas, investigación y enseñanza. Según Petracci y Waisbord (ídem), dicho desarrollo es tanto el resultado de la creciente especialización y fragmentación del estudio de la comunicación, como de la centralidad de la salud en las sociedades contemporáneas. Pero estos factores por sí solos no podrían explicar el “boom” de la CyS en las últimas décadas, si no incluimos análisis de los cambios ocurridos en el campo de la Salud, a través de la emergencia de nuevas concepciones de salud, como de la Salud Colectiva y la noción de “promoción de la salud” como eje de una nueva visión acerca de cómo se alcanza una vida con más calidad.

## **El campo de la salud pública y colectiva**

La crisis del concepto biomédico durante la década de 1970 permitió la emergencia de un concepto de salud holístico, por lo cual se alcanzó una visión que trasciende el problema médico para implicar el entorno físico-ambiental y la situación económico-social del individuo (Silva Pintos, 2001). Así, el concepto de salud desarrolló

nuevos sentidos que trascendieron el binomio enfermedad/curación. Este movimiento ocurrió en toda AL, ya que estuvo ligado a los caminos establecidos internacionalmente por las organizaciones de salud reunidas en grandes conferencias, bajo el patrocinio de la Organización Mundial de la Salud (OMS), que produjeron documentos que establecían lineamientos para los países y que hasta hoy son referencia en nuestros países para sus políticas y prácticas de salud. Destacamos:

la *Declaración de Alma-Ata* (Rusia, 1978), donde se estableció a la salud como derecho humano y fundamental, definida como “un estado de completo bienestar físico, mental y social, y no sólo la ausencia de enfermedad”, además de relacionarla con el desarrollo económico y social y a la paz en el mundo. El documento reconoce el derecho a la participación individual y colectiva “en la planificación e implementación de su atención sanitaria”, con referencias a que las necesidades sean expresadas por la comunidad.

la *Carta de Ottawa para la Promoción de la Salud* (Canadá, 1986) delineó los principales direccionamientos para el abordaje de la Promoción de la Salud (PS), que “consiste en proporcionar a los pueblos los medios necesarios para mejorar su salud y ejercer un mayor control sobre la misma”. La Carta vincula la salud a la calidad de vida y a la equidad sanitaria, estableciendo que “esto implica una base firme en un medio que la apoye, acceso a la información y poseer las aptitudes y oportunidades que la lleven a hacer sus opciones en términos de salud”. Al hablar del reforzamiento de la acción comunitaria, defiende que es indispensable “un total y constante acceso a la información y a la instrucción sanitaria”.

la *Declaración de Yakarta sobre la Promoción de la Salud en el Siglo XXI* (Indonesia, 1997) reflexiona sobre los factores determinantes de la salud y las estrategias necesi-



rias para la promoción de la salud en el siglo XXI, bajo el lema: “Nuevos actores para una nueva era”. Entre los factores determinantes incluye el acceso a los medios de información y a la tecnología de comunicaciones, percibidos como de “mucho potencial para la salud”.

Estos documentos<sup>64</sup> son fundamentales para comprender la construcción de la CyS en América Latina, porque en ellos están lanzados los principios organizadores de los argumentos que permiten la inclusión de la comunicación como área estratégica para los fines de la Salud: la obligación de los gobiernos de informar y educar sobre salud, la importancia del involucramiento de la comunidad en sus designios sanitarios, la relevancia de la Atención Primaria a la Salud (APS) –con todo lo que remite a relación interpersonal– y de la Promoción de la Salud, con su necesidad de creación y reforzamiento de las capacidades de la población de protagonismo y autogestión de la salud. Todo esto supone información, educación y comunicación en estrecha relación, con repercusiones en el plano discursivo, en el desarrollo de nuevas áreas/proyectos de investigación y la creación de diferentes áreas de formación profesional.

## **De la Salud Pública a la Salud Colectiva**

El Movimiento de Medicina Social Latinoamericana, desarrollado en la década de 1970, con la crítica hacia el pensamiento médico hegemónico propició el surgimiento de una perspectiva más amplia y comprensiva que la “Salud Pública”. A diferencia de esta, “Salud Colectiva” habla de un campo de saberes, de prácticas y áreas profesionales caracterizado por tener dimensiones técnicas, ideológicas, políticas, económicas y culturales. Su objetivo último es favorecer la constitución de sujetos sociales

y entenderlos como tales, desde y en los servicios de salud, tomando en cuenta su realidad histórica (Granda, 2004). La Salud Colectiva posee un fuerte carácter crítico, dado que su objetivo último es lograr la transformación de los colectivos, tratando que éstos se involucren en los procesos de mejora de su calidad de vida. Para ello, se propone el uso de metodologías participativas, que favorecen un mejor acercamiento a las poblaciones y conocimiento sobre los sentidos que los colectivos impregnan a sus prácticas. Al traer los sujetos para el centro de la Salud, esa perspectiva es un espacio propicio para el desarrollo de la Comunicación y Salud.

En la práctica, estas concepciones, principios y directrices fueron adoptados sin dejar de lado los modos anteriores de pensar y accionar, posibilitando una mezcla de abordajes con consecuencias sobre las prácticas comunicativas, conformando así el campo de la CyS.

## **El campo de la comunicación y políticas públicas**

Así como no tuvimos la pretensión de discurrir sobre el campo de la salud, atándonos a los aspectos más relacionados con nuestro intento, tampoco tenemos la pretensión de abarcar el campo de la comunicación. Aquí, movilizaremos algunos de los aspectos que nos remiten a la interfaz con la salud. Más específicamente, del sub-campo de la Comunicación y Políticas Públicas.

Las políticas se tornan públicas cuando contemplan intereses públicos y cuando dejan de ser tan sólo documentos, al circular y ser apropiadas por la población. No se hace esto sin comunicación y está ahí el principio organizador del sub-campo Comunicación & Políticas Públicas. Entretanto, como afirman Araújo y Cardoso, “la

relación más intrínseca ocurre en el ámbito de la gestación de las políticas públicas, siendo la comunicación estructurante de las mismas, así como de los demás procesos sociales” (2007: 5).

La dimensión operacional se refiere a la faz más visible de esta relación, la que implica la utilización de medios de comunicación para el cumplimiento de los objetivos de las instituciones públicas o de sectores organizados de la población que hacen intervención social.

Comunicación y Políticas Públicas hace referencia a un conjunto de posturas –teóricas, metodológicas y políticas– y de prácticas que orientan los procesos de elaboración, implementación y gestión de políticas públicas. Está asociada, así, a los procesos de intervención social y a lo largo del tiempo recibió denominaciones que correspondían a los contextos de cada época, como Comunicación para el Desarrollo y Comunicación para el Cambio Social. Sus modelos teóricos, que van desde el desarrollismo hasta la producción social de los sentidos, varían de acuerdo con la época y con el *locus* de producción y circulación del conocimiento. Como acentúan Araújo y Cardoso (ídem), “no es un espacio de consenso, pero sí de divergencias y disputas de intereses”.

Si hablamos de disputas de intereses, hablamos de la lucha por la hegemonía. Siendo una característica intrínseca a los campos, se manifiesta con vigor en el de Comunicación y Políticas Públicas. Sus vinculaciones a políticas de gobierno, a las organizaciones internacionales de desarrollo, a las necesidades vitales de las poblaciones y a la movilización de amplios recursos financieros y económicos hacen que el embate por los espacios políticos y por las posiciones que permitan interferir en la definición de los modos de pensar, planear e interferir sobre la realidad social se muestre

evidente y no permita cualquier veleidad respecto a la neutralidad de la comunicación.

Por otro lado, no se puede decir que haya un “proceso evolutivo” de los abordajes. Las fuerzas centrífugas y centrípetas de la sociedad, en sus múltiples entrecruzamientos, acuerdos y enfrentamientos históricos y contextuales, produjeron y continúan produciendo enfoques teóricos y metodológicos no excluyentes; al contrario, pueden ser encontrados en pacífica convivencia hasta en el mismo discurso o plan de acción.

La constitución histórica de este campo puede ser relatada de muchas maneras y exigirían más espacio. Pero señalamos un marco muy significativo acerca del establecimiento de presupuestos que hasta hoy direccionan en parte la comprensión y los rumbos del campo. Estamos hablando del Punto 4, plan de desarrollo lanzado en 1949, en el contexto de post-guerra, por el gobierno norteamericano, direccionado a acciones de superación de la pobreza y enfocado particularmente en los sectores de la agricultura, salud y control de la natalidad<sup>65</sup>.

El plan utilizó por primera vez en las Relaciones Internacionales la palabra *sub-desarrollo*, para nombrar especialmente a los países de América Latina y África. La pobreza era percibida como producto de la falta de actitudes e informaciones adecuadas al progreso, ignorándose sus determinantes estructurales, como la mala distribución de los recursos nacionales, así como los demás factores económicos, políticos sociales y ambientales. Esta pobreza se enfrentaría con una comunicación adecuada para que la gente pudiera motivarse e informarse sobre el mejor modo de obtener el desarrollo. La comunicación se presentaba como una palabra clave y estratégica para el cambio de actitudes y comportamientos y esta estrecha relación

atraviesa las décadas, influyendo incisivamente en todas las áreas del campo de la Comunicación y Políticas Públicas, como el de la Salud.

El desarrollismo se mantiene vigente hasta hoy, aunque no se pueda encontrarlo en “estado puro”. Además, los cambios políticos, sociales y económicos nacionales e internacionales, el avance de las teorías de la comunicación, las nuevas coyunturas y perspectivas de los campos produjeron nuevos abordajes, con un mayor potencial de transformación social.

Entre las influencias que propiciaron estos cambios desde sus orígenes, pueden ser apuntadas los abordajes humanistas-dialógicos, desde Paulo Freire, con la consecuente emergencia de la educación popular, hasta la comunicación alternativa y las luchas por la democratización de la comunicación. Casas (2008) señala como hechos significativos la Cumbre Mundial de la Sociedad de la Información (ocurrída en Ginebra, 2003 y Túnez, 2005), que “efectúa una serie de recomendaciones en función de colocar las tecnologías de información y comunicación (TICS) al servicio del desarrollo”; y el Congreso Internacional de Comunicación para el Desarrollo (2007), en el cual se redefinió a la Comunicación para el Desarrollo “como una comunicación social que concierne a las personas y a los procesos necesarios con el objetivo de producir resultados positivos en términos de desarrollo en donde los medios de comunicación y la tecnología son medios y no fines en sí mismos” (2008: 8).

Finalmente, los dominios temáticos abarcados por la Comunicación y Políticas Públicas obligaron al campo a absorber los cambios específicos, en general con una naturaleza más progresista y cuestionadora del orden vigente. Hoy, la palabra clave en este escenario es sostenibilidad: social, económica y ambiental. Pero, otra más antigua se mantiene “en alta”, sumando sentidos a los que tenía históricamente, que

es el “cambio social”. Ambas se encuentran presentes en la Comunicación y Salud de nuestros días.

## Otros campos en interface

Además de la comunicación y de la salud, otros campos producen efectos en la CyS. Aunque no se puedan delimitar exactamente sus límites y sin agotar las posibilidades, mencionamos: Información en Salud, Ciencia y Tecnología, Educación en Salud y Educación Popular en Salud.

Los límites entre Información y Comunicación en Salud son objeto de permanentes debates y disputas. En la teoría comunicacional son muchas las posibilidades interpretativas pero, en general, se puede decir que la información es del orden del cierre, de la reducción de las incertidumbres y la comunicación de la apertura a la alteridad, por lo tanto, de la inestabilidad (Oliveira, 2004). Entretanto, en la Salud, la Información está asociada a los sistemas de información que reúnen, procesan, producen y ofrecen informaciones (indicadores, datos estadísticos, análisis, etc.) a las organizaciones de salud. Algunos ámbitos de la Comunicación, así, dependen de la Información y vice-versa, como los de investigación, enseñanza, comunicación de riesgo, entre otros. En este sentido, son campos complementarios, aunque se puede considerar a la Información como un campo autónomo, para lo cual convergen las Ciencias de la Información y la Epidemiología, entre otras áreas del conocimiento.

La Ciencia & Tecnología tampoco se desvincula de la CyS. Las ideas de progreso y desarrollo que enmarcaran profundamente la CyS estuvieron desde siempre asociadas a las de innovación científica y tecnológica. Todo movimiento ocurrido en este

campo produce, entonces, impacto en las ideas, políticas y prácticas de la CyS. En algunos ámbitos, como el de la divulgación científica en salud, esta relación se presenta con mucha claridad; en otros, mediada por la Salud, por su dimensión investigativa y por la creciente vinculación a las tecnologías de información y comunicación.

Entretanto, tal vez el campo más articulado a la CyS sea el de la Educación para la Salud (EpS), sobretudo su variante de Educación Popular en Salud (EPS). La EpS, como término genérico, se ha usado para describir los esfuerzos de proporcionar información y conocimientos relativos a la promoción de la salud (Valadez Figueroa, Villaseñor Farías y Alfaro Alfaro, 2004). Sin embargo, como cualquier concepto social, las representaciones que han guiado la práctica de la EpS se fueron transformando a lo largo del tiempo, junto a sus diferentes modelos teóricos-prácticos.

De los inicios del siglo XX hasta la década de 1960, la EpS se caracterizó por la presencia de dos enfoques: informativo prescriptivo, que puso su centro de atención en el proceso de transmisión de información con una intención preceptiva, y el enfoque basado en el comportamiento humano, que se asentó en las intervenciones destinadas a facilitar cambios en las conductas y en los estilos de vida. Los modelos educativos bajo estos enfoques se sostienen sobre el concepto de proceso salud-enfermedad como fenómeno biológico e individual y ubican los problemas de salud en los individuos.

A partir de entonces, se puede reconocer la emergencia de un conjunto de ideas y prácticas nombradas y reconocidas como la Educación Popular en Salud (EPS). La EPS reconoce la influencia de los factores sociales, ambientales y de desigualdad económica sobre las condiciones de salud de la población y hace hincapié en la interacción dialógica entre las personas y su realidad. Se trata de no limitar el proceso

educativo a la transmisión de un saber, sino de ubicarlo en el marco de su contexto de vida y la construcción de su propia historia.

La EPS produjo algunos cambios en la EpS, pero las dos vertientes siguieron sus propios caminos pedagógicos, institucionales y políticos, con frecuentes cruces, de acuerdo con los contextos específicos de los diferentes países. En general, la EpS es comprendida como recurso fundamental de la promoción de la salud –sobre todo en aquellos sectores más vulnerables de la población latinoamericana-, abordaje que puede verse reflejado en la presencia de carreras y especializaciones en diferentes universidades en América Latina, que orientan sus programas a capacitar profesionales de la salud para ayudar a prevenir enfermedades y a fomentar la práctica de conductas saludables en la población. La EPS sigue su trayectoria de reconocimiento en cuanto a un modo específico de pensar y practicar la salud, inclusive ascendiendo a la estructura organizacional de la Salud, como en el caso de Brasil.

Tanto una como otra, pueden confundirse con la CyS, sea por sus presupuestos o por sus prácticas. En la Salud, se dice frecuentemente que no se puede separar comunicación y educación en sus dominios, pues serían dimensiones de un mismo proceso. Sin embargo, los campos reivindican para sí mismos un mayor protagonismo: la educación ve a la comunicación como estrategia y la comunicación entiende la educación como una de sus dimensiones.

## **Teorías y metodologías de Comunicación y Salud**

Dar cuenta de los marcos teóricos-metodológicos de referencia de la CyS en América Latina implica asumir la confluencia de diferentes perspectivas que han influen-



ciado al campo en distintos momentos. Implica también aceptar los límites de conocimiento impuestos por las diferencias entre los varios países de la región y por los diferentes contextos, ya que, no obstante los esfuerzos de análisis históricos, producción de antologías y otros del mismo orden, la CyS no cuenta con trabajos que puedan efectivamente abarcar las múltiples realidades regionales y las variaciones internas en los países. Por estas razones, afirmamos con Petracci y Waisbord (2011:10), que “cualquier intento por capturar la diversidad de enfoques, modelos y prácticas en comunicación y salud es necesariamente incompleto”.

### 2.2.1 Un avistaje panorámico

Así como los condicionantes históricos de la Salud y de las Políticas Públicas, la concepción de comunicación es un fuerte determinante de este escenario. Las perspectivas que tratan de la comunicación como un proceso lineal y unidireccional, ocupándose de la transmisión de mensajes (dispositivo técnico); que creen en la comunicación como el mejor camino para el modelaje de comportamientos (dispositivo auxiliar); que relevan su aspecto mediático, con aptitud para hablar rápidamente con grandes contingentes humanos, así como destacan su propiedad interaccional (dispositivo mediador), todas están de un modo o de otro presentes en los modelos teóricos y prácticos de la CyS.

Algunos movimientos ocurridos en la comunicación latinoamericana también impactaron estas perspectivas, entre otros la crisis de los modelos funcionalistas, la emergencia de una crítica al énfasis en los contenidos, percibidos como alienantes, la defensa de que ellos deberían corresponder a las necesidades de la población, y la discusión sobre el papel de la información para la consolidación democrática, con la

emergencia de la “comunicación alternativa” (Fausto Neto, 1995).

Otros movimientos están en la base de teorías que inspiran nuevas prácticas de la CyS. En la línea del tiempo del campo de la Comunicación ya no serían tan nuevas, pero para la CyS pueden considerarse recientes. Así, el redescubrimiento de los sujetos y de la Historia; la noción de contexto como palabra-clave; la percepción de la comunicación como práctica social y lugar de producción de los sentidos; el develamiento de la existencia de mediaciones y mediadores en el proceso comunicativo están contribuyendo para la renovación del campo y para una comprensión más refinada de los procesos sociales y comunicacionales.

### **2.2.2 Perspectivas teóricas dominantes en CyS**

Waisbord (Cuberli y Palopoli, 2011: 2) argumenta que no hay teorías sobre CyS; hay teorías de comunicación y teorías de salud pública, “pero aún no tenemos teorías donde se salga de esta división”. Concordando, trataremos aquí de “perspectivas teóricas”, como conjuntos de teorías que buscaron y buscan explicar la práctica de la comunicación en la salud, pero también produjeron estas mismas prácticas, en una relación dialéctica que suele ocurrir en los campos aplicados de la comunicación.

En términos globales, se destacan la comunicación para el cambio de comportamiento, la comunicación para el desarrollo, la comunicación participativa o comunitaria y la asociación entre comunicación y cambio social. Se puede decir que ellas son transversales a los modos de percibir, explicar y practicar la comunicación y salud, que tienen sus especificidades y también sus antagonismos, al mismo tiempo que se muestran entrañadas mutuamente.

El reto del cambio de conductas es, sin duda, más antiguo. Se puede decir que la asociación de la salud con el cambio del comportamiento de las personas tiene su origen en los descubrimientos científicos de los principios del siglo XX, cuando la teoría miasmática, por la cual las enfermedades eran adquiridas difusamente en el medio ambiente, perdió espacio para la posibilidad de identificación de un solo agente causador de cada enfermedad y de formas específicas de transmisión y control. La atención fue dislocada, entonces, para los individuos que necesitarían corregir sus hábitos; esto remite a las prácticas de educación y, posteriormente, a las de comunicación (Cardoso, 2001).

Pero, como perspectiva que tenía más claro el rol de la comunicación, toma fuerza en conjunto con el desarrollismo, siendo constituida a partir de las teorías psicológicas y sociológicas, principalmente, desde un nivel individual a uno interpersonal. Después de los años '80, la perspectiva permaneció activa, caracterizándose como la más vigorosa entre todas, tanto por ubicarse de modo transversal a las demás, como por los ámbitos que abarca.

La Comunicación para el desarrollo, a su vez, ha sufrido modificaciones a lo largo del tiempo, correspondientes al propio movimiento semántico del término desarrollo, que sigue los vientos históricos y políticos nacionales e internacionales. El desarrollismo tuvo inicialmente un carácter bien definido pero, después de una “baja de popularidad”, pasó por reformulaciones, hasta la noción contemporánea de desarrollo sostenible, que moviliza esfuerzos internacionales e involucra con fuerza el campo de la Salud.

Entretanto, de un modo general, la idea de que la comunicación está en la base de la solución de problemas de desarrollo sigue sólida en muchos espacios, reafirmando

los contornos iniciales de la perspectiva, en los años 50, que dio origen a la expresión *comunicación desarrollista*. De las teorías asociadas, destacamos las de la Modernización, especialmente la de “Difusión de Innovaciones” de Everett Rogers (1962). La mirada modernizadora postulaba que el cambio de comportamiento podría obtenerse con estrategias de información. Waisbord (2001) destaca que esas corrientes se limitan al individuo, con una teoría de base psicológica, donde el consumo de medios es un indicador de actitudes modernas y recurso efectivo para el cambio de comportamiento.

Waisbord (2001) apunta también a lo que considera un segundo paradigma de la perspectiva, constituido por las críticas al paradigma dominante. Desde ese enfoque, el subdesarrollo es resultado de la desigualdad de poder y se propone una perspectiva participativa en los procesos de comunicación y desarrollo. La atención se centra en las políticas nacionales de comunicación, siendo prioritario un abordaje de las causas sociales de la pobreza y la marginación. En este caso, el valor de los medios de comunicación no se debe a que sean instrumentos de transmisión sino de comunicación, en el sentido de las relaciones interpersonales, del intercambio de puntos de vista y del fomento de la participación.

Beltrán (2010) advierte que fueron los pensadores latinoamericanos<sup>66</sup> quienes principalmente pusieron en cuestión al concepto clásico de comunicación que rigió hasta fines de la década de los 60. Este cuestionamiento ha acompañado a un proceso de cambio de paradigma de comunicación para el desarrollo, que continúa abierto hasta la actualidad y que supone pensar los procesos comunicacionales en salud en articulación con el desafío de la profundización democrática.

Se puede comprender mejor esta perspectiva tomando en cuenta que muchas de las

tendencias teóricas y metodológicas que se desarrollaran en AL, a partir de los años 70 y principalmente de los 80, tenían en común una perspectiva de cambio social, además de una relación intrínseca con la emergencia de los movimientos sociales. Sus propuestas pedagógicas toman distancia de la concepción utilitarista, al considerar que la participación comunitaria es un componente fundamental para intervenir en los procesos de salud/enfermedad/atención (Casas, Cuberli y Demonte, 2004) y que los procesos de la CyS no remiten a una relación lineal entre discursos emitidos y recibidos, sino que mediaciones materiales y simbólicas convergen durante el proceso (Orozco Gómez, 1994). Pueden enumerarse algunas de sus contribuciones al abordaje de temas de salud: la movilización comunitaria, el uso de técnicas educativas y participativas, la articulación de saberes técnicos con los saberes de la comunidad local y la promoción de la participación y la intersectorialidad en el desarrollo de políticas públicas para enfrentar las necesidades básicas de la población.

De cierto modo, la perspectiva de la comunicación participativa comparte algunos de estos presupuestos, pero tiene características muy peculiares. La participación ya está implícita en muchas definiciones de comunicación, desde el propio campo de la comunicación, que la inviste de las propiedades de diálogo, encuentro y reciprocidad. Cuando, a partir del cambio de rumbos en las décadas del 70 y del 80 de la orientación internacional para la salud, se pasó a indicar la participación como indispensable para el alcance de las metas de una salud más universal y equitativa<sup>67</sup>, convirtiéndose en una categoría casi ontológica: en la CyS, o se es participativo, o no se es. Los sistemas nacionales de salud progresistas también se constituyeron en bases que exigían el involucramiento de las poblaciones en los programas y acciones de salud.

Waisbord (Cuberli y Palopoli, 2011) se interroga por las implicancias de una conver-

gencia teórica y empírica entre los modelos de difusión y los de participación. Esa convergencia la observó en la teoría de la Comunicación para el Cambio Social, aunque sostenga que las coincidencias que pudieran identificarse no resolverían las viejas discrepancias entre estos enfoques. En el mismo sentido, para Obregón (2010), el proceso histórico de la comunicación para el desarrollo estuvo vigente en las últimas décadas del siglo pasado a través del giro conceptual habilitado por la Comunicación para el Cambio Social, según el cual la comunicación no solamente permite procesos de cambio –colectivos, antes que individuales– sino también dejar a un lado su conceptualización como una simple generación de mensajes.

Todavía, otros enfoques están luchando en nuestros tiempos por visibilidad, reconocimiento y experimentación.

### **2.2.3 Perspectivas teóricas contemporáneas en CyS**

Las perspectivas anteriormente esbozadas han prevalecido por décadas en la investigación y en la práctica de la CyS en la región y en el mundo. No obstante, en AL, han sido objeto de críticas desde sectores académicos y/o científicos, particularmente las de cambio de conductas y las de base difusionista, con su abordaje restringido en lo individual y sostenido en la perspectiva instrumental de comunicación, en la que priman los aspectos informacionales y tecnológicos.

En el contrapunto, las perspectivas teóricas y conceptuales en CyS de los últimos años se hallan signadas por abordajes que han tendido a priorizar dinámicas sociales y culturales. Entre otros suelen mencionarse, desde el campo de la comunicación, las

perspectivas de la producción social de los sentidos y la de las mediaciones sociales.

Estos abordajes han propiciado tomar distancia de una concepción fragmentada de la CyS por su característica relacional, que incorpora distintas metodologías, sujetos y formas de comunicación, de manera transversal e integradora. Además, se han asociado a proyectos de cambio social que ponderan las mediaciones sociales y la cultura como marcos de interpretación de la realidad. Desde estos modos de mirar, los medios de comunicación continúan teniendo un rol relevante en la producción social de sentido; no obstante, comparten ahora el énfasis con otras mediaciones sociales que intervienen en la vida cotidiana de las personas.

Desde la salud colectiva, el pensamiento avanza y se radicaliza en algunos sectores. Esto permite la incorporación –aunque incipiente– de los aportes de la economía política de la comunicación, que acentúa las evidencias del rol de los medios en la producción de los sentidos de la salud y de las relaciones de poder. A nivel regional e internacional, el principio de la equidad en salud hace converger la atención del mundo en las enfermedades negligenciadas<sup>68</sup> y en los determinantes sociales de la salud; la CyS profundiza sus vínculos con las cuestiones de la desigualdad social en salud y se visibiliza la emergencia de nuevas relaciones entre estas y la comunicación<sup>69</sup>.

Todavía estamos hablando de tendencias. Los paradigmas dominantes siguen fuertes en muchos espacios institucionales, como apuntaran Araújo, Cardoso y Murtinho (2010). Lo que pudieron constatar en una investigación en el escenario brasileño –y que muy probablemente corresponda en buena medida a lo que pasa en otros países de la región– es que el discurso de los dirigentes y equipos técnicos de comunicación, así como las políticas y prácticas institucionales de CyS, aunque con cierta

porosidad, traducen una comprensión de que la comunicación sirve para cambiar percepciones y conductas, identifican la causa de muchos problemas en la falta de acceso a la información o reducen la problemática a una cuestión de ajuste de códigos, y perciben las tecnologías como una panacea para los desafíos a enfrentar.

## 2.2.4 Y las metodologías, *¿cómo están?*

Por su relación intrínseca con las teorías, nos gustaría destacar ciertos procedimientos metodológicos que fueron y que siguen siendo importantes en la configuración del campo de la CyS.

En todo el período áureo de la comunicación vinculada al desarrollo difusionista y al cambio de comportamiento, los métodos eran directivos, buscaban asegurar la transferencia de informaciones y el modelaje de las conductas. El esquema emisor-receptor producía la preocupación con el ajuste de los códigos a las posibilidades de los receptores. El uso intensivo de los medios buscaba la máxima amplitud del alcance de los mensajes. En este tiempo, la producción y distribución de materiales impresos dividió espacios con el uso de los medios masivos.

Con la llegada de los modelos más participativos se puede registrar como avance la implementación de procedimientos de escucha y de búsqueda de diagnósticos participativos locales, que fueron convertidos en métodos por las instituciones internacionales de salud, sea en el ámbito de la EpS o de la CyS.<sup>70</sup>

No podemos dejar de hacer mención a la estrategia metodológica IEC, que intentó reunir las tres áreas –Información, Educación y Comunicación– teniendo la cultura como eje central. Estos y otros métodos siguieron en parte rehenes de algunos viejos



modelos, sobre todo al mantener los objetivos de cambio de conductas, al trabajar con la noción de persuasión, o al considerar el contractualismo semántico como la dimensión comunicacional más relevante. Actualmente, se puede decir –en términos generales– que las metodologías que más crecen no sólo en AL, sino en todo mundo “al Sur”, tienen su principal anclaje en el Marketing Social de la Salud. De este se puede decir que recoge y “moderniza” los presupuestos del difusionismo y de la perspectiva participativa, articulados a los principios estratégicos de la publicidad. Por su importancia, volveremos a ello un poco más adelante, de modo asociado a las prácticas.

Cabe un registro de las metodologías de movilización. De un modo general, la “movilización social” suele constituirse en un espacio de expresión y consolidación de la perspectiva campañista –la cuál abordaremos más adelante– con el uso intensivo de los medios de comunicación y motivación puntual. Pero otra propuesta viene poco a poco ganando adeptos en la salud, con base en el método de Bernardo Toro, filósofo y educador colombiano. Toro (1996) indica un proceso de movilización desde las fuerzas orgánicas de la sociedad, que resulta en un proceso progresivo de articulación en torno de objetivos comunes, pero con desarrollo de estrategias particulares, propuestas y aplicadas por la gente involucrada, con apoyo material, logístico y de capacitación por parte del Estado. Este proceso tiene hoy aplicaciones en el campo de la salud, incluso como método de investigación.<sup>71</sup>

Por fin, los movimientos sociales, como el feminista y de los derechos de las minorías, los estudios culturales y los pos-coloniales, las perspectivas que ponen en foco las relaciones desiguales entre Norte y Sur están entre las nuevas influencias sobre la CyS, exigiendo nuevas metodologías, más consonantes con la concepción de comunicación asociada con la pluralidad, la ciudadanía y con los derechos humanos de

modo general. O, como diría Boaventura Santos, consonantes a una “ecología de saberes” (Santos, 2010).

## **2.3 Prácticas de Comunicación y Salud: paradigmas en articulación**

Perspectivas teóricas generan metodologías que resultan en prácticas. En la CyS, lo que podemos considerar más característico del campo son las múltiples articulaciones de paradigmas. Este movimiento evidencia y resulta del embate entre los distintos modos de concebir la sociedad, la relación Estado-población, la salud, la comunicación y las formas de asociación entre estos dos campos. Debido al mecanismo de la naturalización de los conceptos y prácticas, fortalecido por la escasez de oportunidades y conocimientos que permitan a los gestores y trabajadores de la salud y de la comunicación reflejar críticamente sus propias labores, estas articulaciones pasan desapercibidas. Así, se presenta como un problema para los analistas, no para el mundo empírico.

Para comprender mejor el movimiento de cruces, elegimos al tema de la participación como eje de convergencia de cuestiones diversas, que serán complementadas por aportes referentes específicamente al marketing social de la salud, a los medios y a la campaña como práctica transversal.

### **2.3.1 De la participación**

Distintos autores coinciden en que AL lleva décadas de ventaja al resto de las re-

giones desde el punto de vista de las experiencias y reflexiones sobre comunicación popular, participativa y dialógica (Gumucio Dagron 2001; Obregón y Mosquera, 2005). Fue en nuestra región que se observaron los principales movimientos e intervenciones que se preocuparon por la participación, la legitimación de las demandas de la comunidad y autonomía sobre los procesos de salud-enfermedad-atención de la población, tanto por el influjo directo de las orientaciones internacionales para la salud, como por los movimientos sociales y políticos. La CyS, así, no sólo ganó contornos más progresistas como se ha ido fortaleciendo por medio de la aplicación de distintas estrategias y tácticas concretas y heterogéneas, unas generadas en ámbitos de la salud pública y otras en la sociedad civil y el campo de la comunicación en general.

Una característica de AL fuertemente asociada a las prácticas participativas, bajo la perspectiva de contexto, es la acentuada multiculturalidad de sus poblaciones, con su diversidad étnica, cultural, tecnológica y los procesos interculturales propiciados por la migración. Esto, sumado a las diferencias contextuales de los grupos y a la distinción urbano-rural y centro-periferia, entre otras, exige de la CyS una toma de posición: o se persiste en las prácticas verticales y ciegas a toda diferenciación, o se imprime a sus estrategias un abordaje más democrático y comprensivo de las múltiples dinámicas de producción, circulación y apropiación de los sentidos sociales y de la salud.

Desde la Comunicación Popular, que surgió como una dimensión articulada a un proceso transformador fundado en la participación y el diálogo (Kaplún, 1998), se realizaron estrategias para garantizar la inclusión de personas y colectivos en los programas de salud, que pudiesen favorecer la horizontalidad en el encuentro entre diferentes actores. Ello no significaba negar las diferencias y las relaciones de poder

propias de toda interacción social. Por el contrario, las estrategias suponían asumir la existencia de conflictos y diversidades en sus distintos niveles de acción. En ese sentido, fueron categorías relevantes para la CyS, en función de conseguir el sustento y la apropiación de los objetivos y logros de los programas por parte de la población (Petracci, Cuberli y Palopoli, 2010).

Pero, estos logros fueron observados de forma localizada y restringida: la mayoría de las intervenciones mezcló las premisas democráticas de la participación con el autoritarismo de la perspectiva desarrollista y conductista. La participación en salud muchas veces fue reducida a una convocatoria para adherir a programas elaborados de forma aislada y ajena a las percepciones e intereses de las comunidades o poblaciones.

Si quisiéramos una definición de lo que hoy sería la CyS desde la participación, por lo menos en nivel propositivo, podríamos convocar a Beltrán (2010), para decirnos que:

(...) la comunicación para la salud es el proceso en el que diferentes actores sociales e institucionales (públicos y privados) –teniendo como eje a la comunidad- diagnostican, planifican, producen, difunden y evalúan mensajes que proporcionen conocimientos, forjen actitudes y provoquen prácticas favorables al cuidado de la salud compatibles con las aspiraciones de la comunidad.

Esta definición incluye elementos claves para la comprensión de la configuración

contemporánea de la participación en CyS: la intervención ocurre con el concurso de varios actores sociales, lo que apunta para el nuevo rol de las organizaciones no gubernamentales y de los movimientos sociales en salud, que cada vez más actúan en la implementación de las políticas públicas; las comunidades son la referencia, lo que indica una preocupación con las especificidades y percepciones locales; el diagnóstico y la planificación son incorporados, por lo menos al nivel de las aspiraciones, como etapa preliminar de la intervención, lo que también remite a los contextos; las etapas de producción, circulación (“difusión”) y apropiación son previstas; la apropiación se identifica con los cambios de actitudes y las adopciones de prácticas, además de adquisición de conocimientos.

Nuestra experiencia apunta a la dificultad para la realización del diagnóstico, planificación y evaluación. Además, podemos asegurar que gran parte de las estrategias se limitan a planear la producción, quedándose la circulación y apropiación desasistidas y ocurriendo de forma asistemática, contribuyendo esto fuertemente para el fracaso de numerosas intervenciones.

Por fin, las cuestiones acerca de la relación entre los individuos y los profesionales de la salud se hallan en el ámbito ampliado de la participación. Según Díaz (2011), en esta relación fue establecida una desigualdad basada en el saber del profesional y reforzada por la simbología (el uniforme, el lenguaje inaccesible para los pacientes, etc.). Esta relación desigual, tan antigua cuanto la práctica médica, aún se sostiene y se ve reforzada por la formación que reciben los profesionales sanitarios, donde la comunicación sigue siendo una materia prácticamente ausente. Entretanto, viene sufriendo las resonancias de los nuevos enfoques de la salud, desde la promoción de la salud hasta los programas de salud familiar y de agentes comunitarios de salud. El advenimiento de la Internet contribuyó a disminuir la desigualdad de poder en-

tre los servicios de salud y los que de ellos necesitan. Siendo una relación basada en el saber-poder, fue afectada por el acceso a informaciones de salud que están abundantemente disponibles en la web, tanto por fabricantes de medicamentos como por instituciones de salud, públicas y privadas. Investigaciones ya concluidas y en curso atestan la emergencia de una nueva postura delante de la autoridad médica, exigiéndose la participación en el diagnóstico y en la discusión del tratamiento.

### 2.3.2 El Marketing Social de la Salud

Enfocamos una práctica que es ejemplar en relación a la mezcla de paradigmas y abordajes, además de constituirse en fuerte tendencia contemporánea en AL. Más que una práctica, el Marketing Social es una propuesta teórica y metodológica que, originada en el mundo empresarial y vinculada al contexto discursivo de la responsabilidad social, aporta en el campo de la Salud a través de los organismos internacionales. La perspectiva está en la base de varios métodos elaborados y diseminados por fundaciones y organismos internacionales de salud y de desarrollo<sup>72</sup>, pudiéndose considerar “avasalladora” en términos de los embates del campo por los modos de pensar y hacer CyS.

Como estrategia, el Marketing Social en Salud (MSS) busca identificar los focos de resistencia al cambio (abordaje conductista), para después formular propuestas, planear la presentación de las ideas y preparar la estructura para la sustentación de la campaña. Como se percibe, incorpora la lógica publicitaria: entender las motivaciones para elaborar estrategias que disuelvan las resistencias o generen deseo de consumo de un producto. Uno de los puntos de partida se apoya en la perspectiva desarrollista de la comunicación: los problemas de salud son producidos por actitudes y

predisposiciones de la gente, que pueden ser cambiados mediante la comunicación.

El MSS, sin duda, es –en algún nivel- de naturaleza participativa, preconiza el involucramiento de los individuos y las familias en los objetivos definidos. Pero traduce bien el mestizaje conceptual del que hablamos anteriormente, al manejar tendencias y perfiles estadísticos, dejando afuera lo que no puede ser agrupado (los contextos específicos); percibir a la gente como clientes/consumidores, alejándose de la noción de ciudadanos (tenemos ahí contrapuestos los derechos del consumidor y los derechos de ciudadanía); dejar en la sombra el conocimiento de que las determinaciones de la salud son más amplias que las actitudes y comportamientos individuales y evaluar sus logros con base en datos cuantitativos.

Según Araújo y Cardoso, en Brasil se observa

*progresiva substitución de la “comunicación” por el “marketing social” en el discurso, pero también en la práctica institucional: sectores y profesionales especializados en marketing están recibiendo las incumbencias antes delegadas a los profesionales de la comunicación. Programas embasados fundamentalmente en los principios del marketing han sido presentados e implantados como de comunicación. (2007:108-109)*

El COMBI –Communication for Behavioural Impact- es un buen ejemplo de la aplicación de las premisas del MSS en un programa de desarrollo apoyado por la OPS e instituciones asociadas. Desde los comienzos del siglo XXI ha sido implantado en muchos países de la AL, entre ellos Brasil, Costa Rica, Cuba, Colombia, República

Dominicana, El Salvador, Guatemala, Honduras, Nicaragua, particularmente para el control del dengue y del VIH-sida. El texto de abajo fue extraído de un manual de la OMS sobre el método y es ejemplar de esta mezcla y de la afirmación de un modo de concebir la CyS.

[COMBI] Reconoce que, en la salud, el *objetivo fundamental* es el *impacto comportamental*: alguien que haga algo. Enfatiza: *necesitamos de informaciones*; *necesitamos de educación*; *necesitamos de persuasión*; *necesitamos de involucramiento comunitario*; *necesitamos de una sociedad activa*; *necesitamos de un gobierno comprometido*; y *necesitamos también de una sensibilidad del consumidor que focaliza en la toma de decisiones y comportamiento del consumidor, aplicada a comportamientos saludables* (OMS, 2009: 9). (énfasis y traducción nuestras).

### 2.3.3 De los medios

El uso de medios de comunicación está íntimamente vinculado a las perspectivas de CyS, desde sus principios, en los '50, cuando se tenía apenas a la radio y al cine. Mucho ya se ha escrito sobre su rol en las prácticas de CyS, tanto por una visión crítica cuanto por otra más “entusiasta”; tanto de los medios comunitarios (que se vinculan a la participación), como de los masivos (que se asocian a las campañas de largo alcance). Considerando la relación entre los medios y la salud, intensa y multifacética, Araújo y Cardoso (2007) hacen mención a las perspectivas que los ven como espacio de diseminación de discursos antagonistas a los de las instituciones de salud pública,



de circulación de los mensajes de la salud, sobre todo las campañas y de estrategias de embates por el poder simbólico que se originan y se desdoblán en otros lugares.

Pero, es cierto que los medios, particularmente la TV, ocupan hoy una posición central en las políticas de comunicación en la Salud, que confieren énfasis a las estrategias de promoción de la imagen de los gobiernos, los gobernantes y sus acciones. Con la TV, llegan sus cánones, lógicas, prácticas, reglas, perfil profesional, su cadena productiva, se amplían las evidencias de las articulaciones entre intereses económicos y políticos alrededor de la salud y se fortalece la concentración de la charla autorizada (ídem).

Las voces periféricas están presentes en los medios, sí, pero en espacios controlados o en situaciones en que son enmarcadas, descontextualizadas y despojadas de su carga ideológica. En contrapartida, tanto los medios comunitarios como los dichos “radicales” buscan, al contrario, la posibilidad de hacer circular otras percepciones, otros discursos e imprimir sentido a las cosas del mundo, de la salud y de la vida (ídem).

Un punto relacionado a esto es la emergencia de la modalidad de práctica e investigación denominada “observatorios de medios de comunicación”. Los observatorios se inscriben entre las iniciativas de la sociedad en dirección a un mayor conocimiento sobre el fenómeno y las prácticas mediáticas, con fines de ejercer una acción sobre las mismas. Están en este caso los observatorios que se dedican a los modos mediáticos de producción de sentidos sobre la salud. De modo general, los observatorios son, por un lado, herramientas de delineación de problemáticas, observación y seguimiento de fenómenos que posibilitan la obtención de datos estadísticos; por otro, un modo de socializar información, experiencias, saberes, metodologías y la

discusión científica, con el objetivo de favorecer a la construcción de conocimiento científico y al desarrollo de políticas públicas en salud. Además, aún –y en tanto que dispositivo de comunicación– facilitan la construcción de redes entre investigadores, universidades, instituciones públicas y privadas, organizaciones de la sociedad civil y la comunidad en general.

Un rol importante que ejercen, con su enfoque crítico sobre problemáticas sociales, es favorecer a la producción de ‘otros’ sentidos, posibilitando la visibilización de temas y actores cuyas demandas de salud no tienen acceso a la agenda mediática, social y política.

### **2.3.4 El campañismo, una práctica transversal**

La modalidad estratégica en CyS conocida como “campaña” atraviesa las décadas, los países y los gobiernos. En general, podemos decir que se caracteriza como un esfuerzo concentrado de diseminación de una conducta que debe ser adoptada inmediatamente –en casos de urgencia epidemiológica– o a medio/largo plazo, en casos de enfrentamiento de una situación de salud pública que incluye un cambio de actitud por parte de la población. El supuesto que subyace en cualquier campaña/intervención es que el desarrollo de las mismas contribuye al aumento de la conciencia y a la preocupación por la salud (Petracci y Waisbord, 2011).

Pero, tal vez por su vinculación al cambio de conductas, que sin duda es la perspectiva más arraigada entre todas de la CyS, las campañas se naturalizan como una práctica indisociable de la salud. Podemos decir que es la más importante, a tal punto que se nombra “campañismo” a un modo predominante y exclusivo de los gobiernos

de practicar la comunicación en Salud. El término pasa también a designar unos puntos que son vistos con preocupación desde una crítica basada en una perspectiva más integral tanto de la salud como de la comunicación, que incluye la necesidad de reconocimiento de los sujetos, sus contextos y sus derechos. Destacamos la exclusividad de la dimensión informacional de la comunicación; la centralización de los procesos productivos, con la consecuente inadecuación de códigos lingüísticos y culturales; los estrechos límites de la evaluación, que privilegia los números e ignora las lógicas de la recepción/apropiación; la temporalidad de las campañas, asociadas siempre al mismo calendario de eventos, dejándose al descubierto otras necesidades de información o comunicación de la población.

En nuestros días, aunque las campañas en la CyS puedan recurrir solamente a los medios masivos, cada vez más utilizan una pluralidad de acciones y medios convergentes, incluso la internet, con recurso a las redes sociales, blogs y otros espacios. Efectivamente, fueron y continúan siendo lugares de experimentación de nuevas estrategias desde la publicidad, así como siguen siendo puntos de resistencia de las concepciones conductistas de la CyS.

## **Investigación y enseñanza en Comunicación y Salud**

### **3.1 Escenario de la Investigación**

Como señalan Araújo y Cardoso (2007), el mayor desafío que hoy se le presenta a la

CyS es metodológico. Preguntan las autoras: “¿cómo convertir conceptos como polifonía, producción social de los sentidos, lugar de interlocución, contexto y discurso en método de investigación?” (2007: 121). Si esto es válido como una cuestión para la comunicación, para la CyS se vuelve más complejo, por la intersección de campos con distintos métodos.

Un retrato actual y una breve retrospectiva nos permiten afirmar que son los métodos de las Ciencias Sociales y las teorías de la Comunicación los que predominan en el campo. Así, históricamente la investigación en CyS acompañó al desarrollo investigativo de la comunicación: sucesivamente y acumulativamente, tuvimos las evaluaciones de códigos y de canales, los métodos basados en la *communication research*, particularmente de los efectos y respecto a los liderazgos, los estudios empíricos de los medios masivos de comunicación y de la opinión pública, las investigaciones de base semiótica, las de análisis de contenido y las de discursos. El advenimiento de los estudios de recepción posibilitó –además de un indebido recrudescimiento de los estudios de comprensión de mensajes– el surgimiento de investigaciones enfocadas en las representaciones de las enfermedades y de la salud en general. Paradójicamente, no hubo el mismo entusiasmo por el enfoque de las mediaciones, siendo los medios de comunicación de largo alcance el principal tema de investigación: la prensa escrita y digital, la TV, la radio digital y comunitaria y la internet, privilegiándose su dimensión productiva. En la actualidad, vemos también el crecimiento del interés por los métodos de análisis de las redes sociales digitales y de los espacios virtuales de un modo general.

Considerándose su vinculación al campo teórico, se puede decir que la investigación en CyS fue promovida desde dos diferentes enfoques, el instrumental y el relacional. El primero, asociando la comunicación al uso y manejo de técnicas y medios

de comunicación (Cuberli, 2008) y con su sustento teórico en las teorías de la información. Se articula armónicamente con los aportes de la publicidad, del marketing social y privilegia los métodos cuantitativos, además de favorecer los estudios de *recall*, los análisis de adecuación de materiales comunicacionales –y de los medios en general– a sus receptores, las evaluaciones de impacto y todas las investigaciones que miden los efectos de los mensajes en el público.

El enfoque relacional emerge de la insuficiencia de lo anterior para comprender las múltiples dimensiones de la práctica social, con sus procesos simbólicos y sus relaciones de poder constructoras de sentidos. Incorpora dos elementos claves: las mediaciones, a través de las cuales se construyen las relaciones sociales y la cultura, como terreno que abona e interviene en estas relaciones (Díaz, 2011). Este enfoque engloba y propicia investigaciones sobre los procesos de producción, circulación y negociación simbólica, como los modos particulares de producir sentidos sobre la salud, las estrategias de rechazo a un orden discursivo desigual, los diferentes modos de superar la invisibilidad y de construcción de una presencia pública y política.

Petracci y Waisbord (2011) delimitan la existencia de cuatro áreas de investigación y discusión predominantes en los estudios en CyS: el abordaje de los temas de salud en los medios masivos de comunicación; la comunicación médica institucional; el análisis de campañas e intervenciones en salud; la comunicación y políticas de salud.

Asimismo, unos temas recién aparecen en el escenario y otros claman por atención. El lugar donde se habla define en parte los temas, pero sobre todo el modo de acercamiento. Así, los investigadores que vienen de la comunicación tienen tendencia hacia el uso de métodos de las ciencias sociales y sus temáticas: el poder, la cultura, el orden, el conflicto, el estigma, la discriminación y la formación de identidades,

entre otros (Pettracci y Waisbord, 2011). Los que tienen su inscripción en la salud, en general, quieren comprender los procesos de producción de los sentidos que afectan el campo de la salud, con el compromiso de que este conocimiento contribuya para avanzar en el proyecto de una salud más integral e inclusiva (Araújo y Cardoso, 2007).

Entre los puntos que están al descubierto y que podrían integrar una agenda de investigaciones del campo, incluimos: la conceptualización de los modelos teóricos que sustentan las investigaciones y las prácticas; la circunscripción de los nuevos actores –¿Quién habla hoy sobre CyS? ¿Desde qué lugar? ¿Por cuáles dispositivos? ¿Con qué objetivos? ¿Qué voces permanecen sin espacios de expresión y circulación?–; la identificación de los actores que definen la agenda de los temas a tratar, cómo y por qué lo hacen; análisis de los modos de articulación de los sujetos en las redes, bajo las relaciones de poder; las demandas sobre salud como eje de movilización social; el diagnóstico y análisis de los contextos y modos de circulación y apropiación de la comunicación mediática e institucional; el desarrollo de métodos apropiados al campo, sus actores, objetos y objetivos, sobretodo que favorezcan la escucha de la polifonía social. (Menéndez Hevia, 2011; Araújo y Cardoso, 2007; Pettracci y Waisbord, 2011)

Además de la coyuntura teórica y del propio dinamismo del campo, otros factores se muestran fundamentales en la conformación de la investigación en la CyS. Ganan relieve los grupos formales de investigadores, los periódicos científicos y los eventos científicos de las áreas comunicacional y de salud, que abren espacios de acogida para los temas de la CyS, tanto en el interior de otras temáticas como en espacios específicos. Entre estos, se destaca la Comsaúde –Conferencia Brasileña de Comunicación y Salud–, promovida durante doce años, hasta 2009, por la Cátedra Unesco de

Comunicación para el Desarrollo Regional, de la Universidad Metodista de São Paulo (Brasil).

Una mención destacada merecen los GTs –Grupos Temáticos o de Trabajo- vinculados a asociaciones científicas, que han tenido un rol de gran importancia en la agregación, visibilidad y circulación del debate teórico y metodológico en el campo. Dos ejemplos ayudan a dimensionar esto: el GT Comunicación y Salud de la ABRASCO –Asociación Brasileña de Salud Colectiva (Brasil)- y el GT Comunicación y Salud de la ALAIC –Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación.

El GT de la ABRASCO, creado en 1994, tiene carácter permanente y miembros fijos. En todos los congresos de la Asociación realiza paneles, cursos, sesiones de presentación de trabajos científicos y otras actividades científicas. Tuvo gran relevancia en la constitución del campo en los inicios de los '90, participando de debates políticos posteriores a la inclusión del Sistema Único de Salud en la constitución brasileña. En las Conferencias Nacionales de Salud, juega un rol importante en la defensa de las reivindicaciones del campo.

El GT de la ALAIC no tiene miembros fijos, excepto sus coordinadores. Su primera edición ocurrió en 2004 y desde entonces realizó 5 reuniones, como parte de los congresos de ALAIC. La existencia de un grupo específico en la estructura de ALAIC referente a esta interfaz no sólo representa un espacio de consolidación del sub-campo, sino que también lo legitima. Además, aunque diversos factores conformen la posibilidad de participación en el congreso y que otros GTs acepten trabajos con temas relacionados al de la CyS, el GT de ALAIC permite delinear en buena parte la configuración de la investigación en AL.

Así, podemos identificar, a partir de sus registros, la predominancia numérica de investigadores brasileños: de 130 participantes en las 5 ediciones, 91 son de Brasil, seguidos por 16 de México y 8 de Argentina. También dicen presente Chile, Colombia, Uruguay y Cuba. Entre las temáticas, aunque se fueron modificando a lo largo de los años, predominan los estudios mediáticos, seguido por los análisis de políticas públicas y de la conformación del propio campo y por los estudios de prácticas locales y/o relacionales. Aunque se tenga trabajos sobre los sistemas privados de salud, el campo de la salud pública es largamente preferido.

El escenario de la investigación en CyS se encuentra en constante movimiento. La permanente expansión del sector sanitario y la relevancia que le otorgan las sociedades contemporáneas, el crecimiento del post-grado para la especialidad, así como la percepción de la salud como fenómeno social plantean ricas posibilidades para el avance en las investigaciones.

Las demandas actuales apuntan a un nuevo orden evaluativo. Hay que superar los límites estrechos de la evaluación de impacto, generalmente de naturaleza cuantitativa, en la cual se analizan las campañas por su producción y distribución de materiales, el recuerdo o la comprensión de los mensajes, la cobertura de vacunación o la distribución de preservativos, etc. El campo necesita de indicadores cualitativos, que resulten de una ampliación de los procesos investigativos de los flujos, las mediaciones, los modos de apropiación, los múltiples sentidos circulantes. Pero hay que, simultáneamente, mejorar los modos de circulación de los resultados de las investigaciones, que en general se quedan circunscritos a los eventos o publicaciones académico-científicos. La CyS, por sus orígenes y vinculaciones, tiene un compromiso social y político y esto significa, entre otras cosas, la democratización de los conocimientos producidos.



## El posgrado en Comunicación y Salud

La investigación en CyS ha sido impulsada consistentemente por los cursos de posgrado, tanto en el área de la comunicación como de la salud. Si bien aún hay mucho camino por recorrer, el surgimiento de estos cursos en universidades e institutos científicos latinoamericanos, tanto de la Salud como de la Comunicación, dan cuenta del reconocimiento académico que está tomando este campo de estudio.

Estas iniciativas datan del inicio de los '90, pero se verifica un mayor crecimiento en el siglo XXI. No se tiene todavía una cartografía más completa de todas las ofertas en la región, porque no estamos hablando solamente de cursos de maestría y doctorado, más factibles de circunscripción, sino también de líneas de investigación en CyS en cursos de otras áreas, además de especializaciones.<sup>73</sup>

En general, los presupuestos de estos cursos –tanto de la Salud como de la Comunicación– corresponden a una visión de salud consonante con lo establecido internacionalmente (salud como derecho y resultante de múltiples factores, no sólo ausencia de enfermedad); la comunicación, a su vez, es vista por algunos como un modo de contribuir al alcance de la salud y por otros, como forma de comprensión de los sujetos, contextos y sentidos de la salud y la sociedad.

En fin, la acogida que diversos posgrados de Salud y de las Ciencias Humanas y Sociales han dado a los proyectos de investigación que tienen objetos de cruce entre comunicación y salud, muestra que la comunidad académica señala favorablemente la dimensión científica de un tema que estuvo mucho más asociado a las políticas públicas y a las prácticas de la sociedad y que ahora aboga por un lugar desde el cual también puede contribuir a la sociedad en su comprensión y perfeccionamiento.

## Entrecruzamientos y tendencias contemporáneas de la Comunicación y Salud

Contexto, participación, cambio social, vínculo; autonomía, justicia, solidaridad, equidad: palabras que definen las tendencias contemporáneas del campo de la CyS. Pero no podemos dejar afuera al cambio comportamental que sigue siempre presente.

Los desplazamientos mencionados anteriormente se han ido desarrollando en AL en las últimas décadas y dan cuenta de tendencias que se hacen visibles tanto a nivel teórico-metodológico como en diversos y heterogéneos campos de acción de la CyS, desde los marcos internacionales, la organización regional, las políticas públicas, las intervenciones territoriales, así como en el desarrollo de iniciativas de formación e investigación, que han ido adquiriendo relevancia en la región. Acentuamos algunas de estas tendencias.

La salud no escapa de las crisis económicas y sociales del mundo contemporáneo. Así, las políticas sanitarias siguen en gran parte definidas por las organizaciones internacionales que, a su vez, pautan sus agendas tanto por el Banco Mundial como por los contextos epidemiológicos de las regiones y países (Casas, 2008). Entretanto, otros intereses, no siempre localizados en las regiones atendidas, definen las condiciones de soporte a la investigación y la acción. Así por ejemplo, hay muchos más recursos para estudiar los procesos comunicacionales que involucran el VIH-sida, que la tuberculosis, la lepra o el mal de chagas, que son “enfermedades de los pobres”. Asimismo, el “negligenciamiento” recién empieza a recibir inversiones, por orientación internacional. Esto se puede entender por varios encuadres. En las últimas décadas, asistimos a un proceso de cambio que se halla atravesado por múltiples

dimensiones que se caracterizan por la progresiva globalización de la economía capitalista y la mundialización de la cultura, proceso que impone el desafío de revertir el incremento de la desigualdad, la pobreza y la exclusión social. La Salud es indisoluble de este contexto (para bien o para mal).

Algunos factores dificultan la demarcación del campo de la CyS o, por lo menos, una cartografía más completa de sus sujetos, temas, prácticas, perspectivas teórico-metodológicas, producción científica y agenda política. Por un lado, despuntan modos de nombramiento de sub-campos o áreas de estudios que engloban la CyS, como “comunicación en la intervención social”, “gestión de los procesos comunicacionales”, “comunicación y políticas públicas” o “estrategias de comunicación”, con una perspectiva transversal, abierta a los dominios conexos. Por otro, la salud incluye cada vez más temas en su agenda, que heredan los presupuestos y prácticas de la CyS, pero también los renuevan: medio ambiente, indigenismo, violencia, drogas, tránsito, género etc.

Además, la expansión temática de la CyS ha ampliado su campo de acción incorporando nuevos tópicos, como la e-salud, que emana de la explosión de las TIC y aprovecha tecnologías informáticas para fortalecer la prestación de servicios y la promoción de la salud y la comunicación de riesgo, que interviene en prevención y soporte en epidemias, desastres, bioterrorismo, exposición de las personas a sustancias peligrosas, contaminación de alimentos, agua o aire. (Kreps 2010). El tema del riesgo sigue más allá de la vinculación a eventos circunstanciales. Como problematizan Lerner y Sacramento (2013), una “lógica del riesgo” produce efectos sobre nuestro modo de estar en el mundo y de asociar la salud a la vida como un todo. Esta lógica, que se asocia con el proceso de la “medicalización de la vida”, hace que seamos todos enfermos en potencial, provoca “el desbordamiento de la idea de enfermedad para

nuestro cotidiano, en la medida que ella es una amenaza permanente, una presencia constante en su virtualidad”<sup>74</sup>

Otras temáticas y conceptos se presentan y garantizan “un lugar al sol” en el escenario contemporáneo de la CyS. Crecen en importancia las experiencias y los estudios interculturales y sobre/con etnias específicas; representaciones y prácticas de salud son estudiadas entre los pueblos originarios, los habitantes de las fronteras, los migrantes. El concepto de biopolítica hace referencia al gerenciamiento de los cuerpos, pone en juego las relaciones de poder producidas por el discurso médico y realiza las mediaciones tecnológicas de las prácticas del cuidado (Lerner y Sacramento, 2013); el empoderamiento se hace fuerte en el discurso y pasa a adjetivar buena parte de las prácticas que incluyen el protagonismo de la población; las desigualdades en salud demandan investigaciones y posicionamientos políticos desde la comunicación; las múltiples lógicas comunicacionales y los diferentes modos de producción de conocimiento sobre la salud piden consideración y respeto. “Derechos” es ahora una palabra clave.

Ciertas prácticas empiezan a ocupar más espacios en los planes y políticas: la abogacía, que traduce una acción de defensa de intereses o compromiso activo con una causa o propuesta; el activismo informativo, que utiliza estratégicamente los medios masivos para proponer iniciativas sociales o políticas sanitarias; el desarrollo de juegos digitales, tanto los individuales como los *games online*, que movilizan millares de jugadores alrededor de un mismo objetivo; las diversas prácticas basadas en las redes constituidas a partir de y en soportes digitales; y el crecimiento de las radios comunitarias.

Un punto a ser considerado en el escenario actual es el de la fragmentación de la

salud pública, que compartimenta la realidad sanitaria en múltiples nichos determinados por las enfermedades. Así, tenemos quien estudia o cuida del VIH-sida, el dengue, la tuberculosis, el cáncer etc. Esto se refleja en la CyS, que organiza su intervención y frecuentemente su investigación por estos parámetros. Waisbord llama la atención sobre esto, afirmando también que “la agenda de investigación es empírica, no teórica. (...) Es en términos prácticos, qué es lo que funciona y lo que no funciona”. (Cuberli y Palopoli, 2011: 5-6). Sin descartar la diversidad de contextos y situaciones que escapan a la regla, podemos decir que de un modo general esto describe bien el escenario.

Entretanto, desde los años '90 ocurre un movimiento de demanda por la formación de posgrado, por parte de los agentes de los organismos públicos y privados que buscan modelos de análisis y acción más efectivos que el difusionista y más compatibles con su visión política de la sociedad. Inicialmente de naturaleza político-institucional, pasó a ser también teórico-académico, porque exige y propicia un cambio referencial teórico-metodológico. Este movimiento contribuye para equilibrar la vocación pragmática del campo.

El desarrollo sigue siendo un concepto ordenador del campo. Pero, sus concepciones han anclado en las cuestiones de la equidad, la justicia y la igualdad, basadas en la sostenibilidad y la reducción de la pobreza desde un abordaje integral e interdisciplinario. La información, la comunicación, la cultura, las políticas sociales y la promoción del capital social se convierten en aspectos estratégicos y los modelos y conceptos diversos de desarrollo han incidido en los modos de entender y gestionar la política social en sectores como la salud, la educación y la comunicación.

En el plano internacional, la CyS presenta algunos puntos comunes a todas las re-

giones ‘al sur’ del planeta, como su vinculación a las necesidades de salud, una cierta subordinación a los organismos internacionales de la salud en la agenda temática, sus estrechos lazos con los medios y las tecnologías. Entretanto, teniendo en cuenta que estos factores se dan en distintos grados, hay que considerar que en el plan de la investigación, de la enseñanza y de la producción de un pensamiento sobre el campo, AL está mucho más adelante que los demás. Según Waisbord (Cuberli y Palopoli, 2011: 4), hay mucha más reflexión sobre CyS en la AL, pero la diferencia no es sólo cuantitativa: en el África, las problemáticas son pensadas desde afuera, desde los centros internacionales de salud, en cuanto AL también se piensa a sí misma.

Pensándose a sí misma o incorporando orientaciones externas, la CyS en AL comparte con otras regiones un momento histórico de transición entre paradigmas, que sigue el movimiento más general del campo de la comunicación y desarrollo y realiza (por lo menos al nivel discursivo) los conceptos de comunicación contra-hegemónica emancipadora de los pueblos y comunidades, capacitación individual y colectiva, organización popular, integración de las minorías, rescate y valorización de las experiencias y conocimientos locales, encuadre “multi” e interdisciplinario (...), liberación frente a las estructuras político-partidarias opresivas, combate a la pobreza, a la ignorancia, al aislacionismo y a la infoexclusión y educación no formal de las poblaciones periféricas (Paula, 2012:18)

## *En fin...*

Empezamos este texto afirmando que la CyS es un espacio de disputas de intereses, un territorio de interfaz entre dos campos en que los juegos de interés son intensos. Comunicación es el lugar de la lucha por el poder simbólico, por la construcción de la realidad; Salud es el lugar donde las cuestiones son las de la propia Vida. Ambas movilizan muchos recursos. Estamos, por lo tanto, en un territorio estratégico, en el cual el embate entre las fuerzas sociales centrípetas y centrífugas ocurre de forma vital.

Afirmamos también que la CyS es un campo en constante movimiento, sea en las dimensiones histórica, política, semántica o en sus articulaciones con otros campos. Además, ni las prácticas sociales son libres de contradicciones, ni los discursos son espacios cerrados. Al revés, son afectados por tensiones, acuerdos, rupturas, mediaciones de todo orden. Movimiento e interés son, entonces, marcas de un campo que permiten entender su naturaleza, el trayecto histórico y orientan la investigación.

Entre los principales desafíos de la salud están la democratización del acceso a los servicios de salud y a la información, la superación de los efectos de la desigualdad social y la implementación de estrategias que de facto propicien el protagonismo de la población. Como se puede percibir, dependen de la comunicación para su concreción o enfrentamiento.

De un modo general y teniendo en cuenta las diferencias, las definiciones de CyS comparten la idea de que se trata de procesos de comunicación en pos de transformaciones individuales y colectivas hacia una situación que se considera de más

salud en su sentido ampliado y más favorable al desarrollo humano. Fausto Neto (1995), hace ya una década, llamó a la CyS como un inmenso cantero de obras. Así continúa siendo.



## Referencias bibliográficas

ALIANZA PARA LA COMUNICACIÓN EN SALUD. (2003). *El nuevo Proceso P, pasos en comunicación*. Centro para Programas de Comunicación de la Facultad de Salud Pública Bloomberg de la Universidad Johns Hopkins, Baltimore.

Araújo, I. S. (2000). *A Reconversão do Olhar: prática discursiva e produção dos sentidos na intervenção social*. Ed. Unisinos, São Leopoldo-RS.

Araújo, I. S.; J. M. CARDOSO, (2007). *Comunicação e Saúde*. Editora Fiocruz, Rio de Janeiro.

Araújo, I. S. ET AL. (2003). *Promoção da Saúde e Prevenção do HIV/Aids no Município do Rio de Janeiro: uma metodologia de avaliação para políticas e estratégias de comunicação*. Relatório de pesquisa. Icict/Fiocruz, Rio de Janeiro.

Araújo, I. S.; J. M. CARDOSO; R. MURTINHO. (2010). “A Comunicação no Sistema Único de Saúde: cenários e tendências”. En *Revista Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación*. n.10. pp. 104-115.

BELTRÁN, L. (2010). “Comunicación para la salud del pueblo: Una revisión de conceptos básicos”. En *Estudios sobre las culturas contemporáneas*. Vol. XVI, Núm. 31. Universidad de Colima, México. pp. 17-65.

BOURDIEU, P. (1989). *O Poder Simbólico*. Difel, Lisboa.

CARDOSO, J. M. (2001). *Comunicação, saúde e discurso preventivo: reflexões a partir de uma leitura das campanhas nacionais de Aids veiculadas pela TV (1987-1999)*. [Dissertação de Mestrado]. Universidade Federal do Rio de Janeiro.

CARDOSO, J. M.; I. S. Araújo. (2009). “Comunicação e Saúde”. En PEREIRA, I. B; LIMA, J.C.F. (Ed.), *Dicionário da Educação Profissional em Saúde*. 2da ed. Ed. Fiocruz, Rio de Janeiro.

CASAS, L. (2008). *La Comunicación para la salud: prácticas diversas, saberes concurrentes y problemas comunes*. 10º Congreso Redcom. Universidad Católica de Salta. Disponible en [http://www.ucasal.net/unid-academicas/artes-y-ciencias/congresos/redcom10/archivos/redcom-ponencia/Ejes23y4/Eje4/Mesa4-4/Casas\\_PN\\_.pdf](http://www.ucasal.net/unid-academicas/artes-y-ciencias/congresos/redcom10/archivos/redcom-ponencia/Ejes23y4/Eje4/Mesa4-4/Casas_PN_.pdf)

CASAS, L.; M. CUBERLI, Y F. DEMONTE. (2004). “La comunicación en el ámbito de la salud: perspectivas para repensarla”. En revista *Salud y Población* N° 4. Dirección de Capacitación Desarrollo. GCBA, Buenos Aires.

CUBERLI, M. (2008). “Perspectivas comunicacionales para pensar las prácticas en salud: pasado y presente de un campo en construcción”. En *Revista Question*, Núm. 18, otoño. Disponible en [http://perio.unlp.edu.ar/question/numeros\\_anteriores/numero\\_anterior18/nivel2/editorial.htm](http://perio.unlp.edu.ar/question/numeros_anteriores/numero_anterior18/nivel2/editorial.htm).

CUBERLI, M; A. PALOPOLI. (2011). “Entrevista con Sílvio Waisbord”. En *Revista Argentina de Comunicación (RAC)*. Sección Entrevistas. Prometeo, Buenos Aires. pp 217-226.

CUBERLI, M; M. ALBARDONEDO. (2012). “Categorías analíticas para la investigación en comunicación y salud. Aportes desde el análisis del discurso”. XI Congreso Latinoamericano de Investigadores de la Comunicación, Uruguay. [http://alaic2012.comunicacion.edu.uy/sites/default/files/gt5\\_cuberli\\_milca.pdf](http://alaic2012.comunicacion.edu.uy/sites/default/files/gt5_cuberli_milca.pdf).

DÍAZ, H. (2011). “La comunicación para la salud desde una perspectiva relacional”.

En *Comunicación y Salud: Nuevos escenarios y tendencias*. Editorial Complutense, Madrid. Disponible en: [http://www.fundacionabbott.es/documentos/publicaciones/comunicacion\\_y\\_salud/nuevos\\_escenarios\\_y\\_tendencias.pdf](http://www.fundacionabbott.es/documentos/publicaciones/comunicacion_y_salud/nuevos_escenarios_y_tendencias.pdf) [consultado el 10/01/2013].

FAUSTO NETO, A. (1995). “Percepções acerca dos Campos da Saúde e da Comunicação”. En PITTA, M. A. R. (org.). *Saúde e Comunicação: visibilidades e silêncios*. Hucite/Abrasco, São Paulo. pp. 267-293.

GRANDA, E. (2003). “¿A qué llamamos Salud Colectiva, hoy?”. Universidad Nacional de Loja. Disponible en [http://www.bvs.sld.cu/revistas/spu/vol30\\_2\\_04/spu09204.htm](http://www.bvs.sld.cu/revistas/spu/vol30_2_04/spu09204.htm).

GUMUCIO-DAGRÓN, A. (2010). “Cuando el doctor no sabe: Comentarios críticos sobre promoción de la salud, comunicación y participación”. En *Revista Culturas Contemporáneas*, Vol.XVI, Núm. 31. Universidad de Colima, México. pp. 67-93.

KAPLÚN, M. (1998). *Una Pedagogía de la Comunicación*. Ediciones de la Torre, Madrid.

KREPS, GARY. (2010). “Health Communication Theories”. En *Encyclopedia of Communication Theory*. SAGE Publications. Disponible en [http://www.sageereference.com/communicationtheory/Article\\_n172.html](http://www.sageereference.com/communicationtheory/Article_n172.html).

LERNER, K. Y I. SACRAMENTO. (2013). *Saúde e Jornalismo: modos de analisar*. Texto de libro inédito, en proceso de publicación. Rio de Janeiro.

MENENÉNDEZ HEVIA, T. (2011). “Prólogo”. En CAMBRA, MENÉNDEZ HEVIA Y UGARTE ITURRIZAGA (orgs.). *Comunicación y salud, nuevos escenarios y ten-*

*dencias*. Editorial Complutense, Madrid. Disponible en: [http://www.fundacionabbott.es/documentos/publicaciones/comunicacion\\_y\\_salud/nuevos\\_escenarios\\_y\\_tendencias.pdf](http://www.fundacionabbott.es/documentos/publicaciones/comunicacion_y_salud/nuevos_escenarios_y_tendencias.pdf). Consultado: 5 de marzo 2013.

OBREGÓN, R. (2010). “Un panorama de la investigación, teoría y práctica de la comunicación en salud”. En *Folios 23*, Facultad de Comunicaciones, Universidad de Antioquia. pp.13-29 <http://aprendeonline.udea.edu.co/revistas/index.php/folios/article/viewFile/11782/10710>

OLIVEIRA, V. C. (2004). “Comunicação, Informação e Participação Popular nos Conselhos de Saúde”. En *Saúde & Sociedade*. Faculdade de Saúde Pública da USP e Associação Paulista de Saúde Pública. pp. 56-69.

ORGANIZACIÓN MUNDIAL DE LA SALUD. (2009). *Manual para Planificação de Programas de Comunicação para Impacto Comportamental (COMBI) para a Saúde*. Ginebra, Suíça.

OROZCO GÓMEZ, G. (1994). “El comunicador frente a la recepción”. En *Al rescate de los medios*. Universidad Iberoamericana, México.

PAULA, P. M. (2012). *Comunicação para o Desenvolvimento: Novo Paradigma de Intervenção Comunitária—Rádios comunitárias da Guiné-Bissau e de Moçambique*. CIES e-Working Paper N.º 133/2012. CIES-IUL, Lisboa.

PETRACCI, M., M. CUBERLI, A. PALOPOLI. (2010). “Comunicar salud: una propuesta teórica y práctica”. En *CAESPO 2010 - “Determinantes de la salud”*. Comité Argentino de Educación para la Salud de la Población. Disponible en <http://www.buenosaires.gob.ar/areas/salud/dircap/mat/matbiblio/petracchi.pdf>.

PETRACCI, M.; S. WAISBORD. (2011). *Comunicación y salud en la Argentina*. Ed. La Crujía, Buenos Aires.

ROGERS, E. M. (1962). *Diffusion of innovations*. Free Press, New York.

SANTOS, B. S. (2010). “Um ocidente não ocidentalista. A filosofia à venda, a douta ignorância e a aposta de Pascal”. En SANTOS, B. S.; MENESES, M. P. (ogs.). *Epistemologias do Sul*. Cortez, São Paulo. pp. 519-562.

SILVA PINTOS, V. (2001). “Comunicación y Salud”. En *Inmediaciones*, Diciembre. Vol. 3. Escuela de Comunicación de la Universidad ORT, Uruguay. pp. 119-136.

TORO, J. B. (1996). “Mobilização Social: uma teoria para a universalização da cidadania”. En MONTORO, T. S. (Org.). *Comunicação e Mobilização Social*. Ed. UnB, Brasília.

UNDP. (2011). *Communication for Development: Strengthening the effectiveness of the United Nations*. Disponible en <http://www.c4d.undg.org/>.

VALADEZ FIGUEROA, I; M. VILLASEÑOR FARÍAS Y N. ALFARO ALFARO. (2004). “Educación para la Salud: La importancia del concepto”. En *Revista de Educación y Desarrollo* N° 1, Enero-Marzo. Disponible en [http://www.biomedicina.org.ve/portal/images/stories/2010/EPS/EPS\\_Red\\_Valadez.pdf](http://www.biomedicina.org.ve/portal/images/stories/2010/EPS/EPS_Red_Valadez.pdf).

WAISBORD, S. (2001). “Family Tree of Theories, Methodologies and Strategies”. En *Development Communication*. <http://www.comminit.com/socialchange/stsilvio-comm/sld-1774.html>.

ZERMEÑO-ESPINOSA, M. E. (2012). *Estrategias comunitarias de comunicación*

*para la salud a partir del estudio de caso de una comunidad de Mexicali, B.C.; México.*  
Tesis (Doctorado en Comunicación Social). Facultad de Comunicación de la Universidad de la Habana.

# AS VEIAS ABERTAS DO JORNALISMO NA ÁREA ACADÊMICA DA AMÉRICA LATINA

| Eduardo Meditsch

## **1. A acidentada história dos Estudos de Jornalismo no continente**

O último já foi o primeiro. O Grupo de Trabalho sobre Estudos em Jornalismo aparece atualmente com o número 16, ou seja, o último na lista dos GTs em funcionamento da Alaic. Embora certamente não haja uma lógica hierárquica consciente e intencional no ordenamento dos GTs, não deixa de ser significativo que o tema que historicamente deu origem à área acadêmica da Comunicação na universidade latinoamericana esteja hoje colocado numa posição de relativo ostracismo dentro da

área. Não se trata de uma desconsideração histórica ou de uma injustiça premeditada de quem produziu a lista. Se os Estudos em Jornalismo foram o último rótulo a aparecer na ordenação dos GTs, este fato reflete de certa forma a posição que estes estudos ocupam hoje no contexto acadêmico continental da Comunicação. E esta situação concorre para a dificuldade do GT se constituir num grupo orgânico e permanente no seio da Associação, reproduzindo as dificuldades para a afirmação dos estudos específicos sobre jornalismo nas várias comunidades nacionais de pesquisadores.

Há 50 anos, praticamente toda a área acadêmica da Comunicação no continente funcionava em Escolas de Jornalismo, mas essa situação começou a mudar drasticamente a partir de uma recomendação acordada por profissionais e acadêmicos de 19 países numa reunião patrocinada pelo Ciespal em outubro de 1963 (CIESPAL, 1963: 51). Em 2012, num levantamento sobre os cursos de pós-graduação em Comunicação na América Latina, apenas cinco deles, num universo de mais de uma centena, aparece com a palavra Jornalismo em sua denominação, sendo que quatro dos cinco são mestrados profissionalizantes, apenas um é voltado à investigação científica e não há nenhum doutorado com esta especialização. (Kunsch y Melo, 2012: 189-260).

O que não significa que os Estudos de Jornalismo tenham se tornado uma área de interesse científico e cultural mais restrito ou social e politicamente menos importante. Pelo contrário, o jornalismo segue sendo reconhecido como um dos principais temas a serem estudados na mídia e na sociedade midiaticizada num momento em que a América Latina vive um período inédito de experimentação democrática na maior parte dos países. E desta forma, os estudos sobre jornalismo permanecem sendo uma das justificativas principais para a existência das Ciências da Comunicação diante das outras áreas acadêmicas, do meio profissional e da sociedade. Mas



no âmbito da Alaic, estes estudos estão espalhados pelos mais diversos GTs, não são apresentados apenas no de Jornalismo. E isso não ocorre porque a ementa do GT seja demasiado restritiva. A ementa do GT assim a define:

*El grupo de trabajo de Estudios sobre Periodismo busca reflexionar y generar información empírica sobre los procesos de producción, circulación y consumo de mensajes periodísticos en América Latina. Pueden participar académicos en las siguientes líneas de investigación: Ensayos o trabajos empíricos sobre la economía política de los medios informativos latinoamericanos, sus patrones de propiedad y control, estructuras, dependencia publicitaria etc; Ensayos o trabajos empíricos (encuestas, entrevistas, etnografías, etc.) sobre los procesos de producción y distribución de mensajes periodísticos en países de América Latina; Ensayos o trabajos empíricos (análisis de contenido, análisis del discurso, etc.) sobre el contenido de los mensajes periodísticos impresos o audiovisuales de los medios latinoamericanos; Ensayos o trabajos empíricos (encuestas, entrevistas, sesiones de consumo y apropiación de mensajes periodísticos en América Latina).*

Como se vê, o GT tem uma abordagem multidisciplinar e um objeto de estudo bastante amplo e culturalmente relevante. Tão multidisciplinar, amplo e relevante, que muitas vezes se sobrepõe aos outros GTs da Alaic, com suas diferentes perspectivas, onde uma considerável quantidade de trabalhos trata justamente de Jornalismo. Uma das dificuldades para o GT se tornar efetivamente orgânico é a do reconhecimento dos Estudos de Jornalismo como uma especialização cientificamente rele-

vante e respeitada na América Latina tal qual, por exemplo, Comunicação e Política (para a qual, inclusive, o GT perdeu um ex-coordenador).

De certo, se pode estudar um fenômeno jornalístico por vários ângulos, mas qualquer que seja a escolha de um enquadramento em detrimento do outro provocará simultaneamente um ganho e uma perda em conhecimento. A pesquisadora brasileira Márcia Benetti Machado, quando coordenava o GT Estudos de Jornalismo da Compós, observou as conseqüências deste fenômeno em relação à evolução da pós-graduação da área no Brasil:

*A ausência de linhas específicas de Jornalismo nos programas não tem limitado nem a pesquisa dos orientadores nem o acesso de estudantes que tenham o Jornalismo como objeto de pesquisa. Porém, em virtude do instrumento de avaliação da Capes, que analisa, entre outros itens, o “vínculo entre linhas e projetos de pesquisa”, há sempre um esforço de adaptação das temáticas ou abordagens dos projetos em relação às ementas das linhas de pesquisa –sempre mais abrangentes do que o já extenso campo do Jornalismo. Ao mesmo tempo em que assegura a inserção destes projetos na área de Comunicação, fortalecendo-a em sua diversidade, essa estratégia pode estar prejudicando o desenvolvimento de um grande eixo de pesquisa, com objetos e teorias próprios, como é o caso do Jornalismo. (Machado, 2004)*

Desta forma, a opção por uma ou outra linha de investigação (ou GT) para estudar o jornalismo como objeto não diz respeito apenas a uma opção epistemológica que levasse a um necessário ganho científico (já que qualquer que seja a opção representa-

ria por outro lado também uma perda). Diz respeito também à busca por reconhecimento num sistema de prestígio institucionalizado na construção (e desconstrução) histórica dos universos simbólicos de nosso campo acadêmico (Bourdieu, 2005). Pois como propõem Berger & Luckmann,

*A cristalização dos universos simbólicos segue os processos (...) de objetivação, sedimentação e acumulação do conhecimento. Isto é, os universos simbólicos são produtos sociais que têm uma história. Se quisermos entender seu significado, temos de entender a história de sua produção. Isto é tanto mais importante quanto esses produtos da consciência humana, por sua própria natureza, apresentam-se como plenamente desenvolvidos e inevitáveis. (Berger & Luckmann, 1985:133)*

No entanto, a história da institucionalização de nosso campo acadêmico não está imediatamente acessível nem é fácil de compreender. Como observou o norte-americano James Carey, não existe ainda uma história da pesquisa em comunicação em sentido estrito:

a narrativa que daí emergiu ultimamente serve a uma variedade de propósitos: principalmente para focar, justificar e legitimar uma invenção do século XX, a mídia de massa, e para fornecer status intelectual e direção ao ensino profissional e à pesquisa relacionados a essa mesma instituição. Mas não é uma história inocente, porque foi inventada com um propósito político: uma intenção de obter lealdades, resolver

disputas, guiar políticas públicas, confundir a oposição e legitimar instituições; resumindo, a história que surgiu é um episódio menor das batalhas sociais, políticas e ideológicas do Século XX (Carey, 1997: 14-15).

A reunião do Ciespal, de há 50 anos, que definiu uma ruptura na forma de estudar jornalismo no Continente, não pode ser totalmente compreendida fora do contexto das batalhas vividas pelas populações latinoamericanas no século passado, e tão bem sintetizadas nas palavras de Gabriel García Márquez:

*No hemos tenido un instante de sosiego. (...) En este lapso ha habido 5 guerras y 17 golpes de estado, y surgió un dictador luciferino que en el nombre de Dios lleva a cabo el primer etnocidio de América Latina en nuestro tiempo. Mientras tanto 20 millones de niños latinoamericanos morían antes de cumplir dos años, que son más de cuantos han nacido en Europa occidental desde 1970. Los desaparecidos por motivos de la represión son casi 120 mil, que es como si hoy no se supiera dónde están todos los habitantes de la ciudad de Upsala. Numerosas mujeres arrestadas encintas dieron a luz en cárceles argentinas, pero aún se ignora el paradero y la identidad de sus hijos, que fueron dados en adopción clandestina o internados en orfanatos por las autoridades militares. Por no querer que las cosas siguieran así han muerto cerca de 200 mil mujeres y hombres en todo el continente, y más de 100 mil perecieron en tres pequeños y voluntariosos países de la América Central, Nicaragua, El Salvador y Guatemala. (...) De Chile, país de tradiciones hospitalarias, ha huido un millón de personas: el 10 por ciento de su población. El Uruguay, una nación minúscula de dos y medio millones de habitantes que*

*se consideraba como el país más civilizado del continente, ha perdido en el destierro a uno de cada cinco ciudadanos. La guerra civil en El Salvador ha causado desde 1979 casi un refugiado cada 20 minutos. El país que se pudiera hacer con todos los exiliados y emigrados forzosos de América latina, tendría una población más numerosa que Noruega. (García Márquez, 1982)*

O discurso de Gabo nos relembra um contexto de constante conflito que a América Latina viveu durante todo o Século XX e, desvinculado do qual, a história de nossa área acadêmica não pode ser compreendida. E neste contexto de violência e supressão da liberdade, a Universidade e o Jornalismo latinoamericanos foram duramente atingidos. Situadas na intersecção entre estas duas instituições tão vulneráveis, as escolas latinoamericanas de jornalismo e comunicações sofreram duramente as consequências ao longo de nossa história.

Os estudos clássicos sobre jornalismo antes utilizados nessas escolas latinoamericanas -os primeiros tinham uma perspectiva profissional ou literária, histórica, ética e legal, mas já havia estudos comparados, sociológicos e psicológicos em alguns países- desapareceram das bibliografias e caíram no esquecimento. Foram substituídos pelas referências teóricas trazidas para dar sentido ao novo profissional polivalente previsto no projeto político que originou o campo da comunicação. Em consequência, a Comunicação Social se afastou das práticas sociais reais da área, passou a falar para o jornalismo e não mais dele, como observou mais uma vez Gabriel García Márquez ao justificar a criação de sua Fundación Nuevo Periodismo Iberoamericano (FNPI) para fazer frente a esta defasagem:

*A ansiedade de que o jornalismo recupere seu prestígio é percebida em todo lugar. (...) As faculdades de Comunicação são alvo de críticas ácidas, e nem sempre sem razão. Talvez a origem de seu infortúnio seja ensinar muitas coisas úteis para o ofício, mas muito pouco do próprio ofício. (García Márquez, 2011: 99).*

Mesmo, mais tarde, quando a idéia da Comunicação para o Desenvolvimento foi resgatada por intelectuais críticos como Juan Bordenave, Ramiro Beltrán, e Paulo Freire para voltá-la a uma perspectiva emancipatória, virando o feitiço político contra o feiticeiro, o fio da história que havia sido rompido em relação aos estudos de jornalismo não foi devidamente reatado. O fato de muitos destes intelectuais -e seus seguidores- terem formação em outras áreas das ciências humanas que não as da comunicação, se por um lado empoderou essa capacidade crítica de nossa comunicologia, por outro a afastou mais das práticas profissionais, em relação às quais muitos desses acadêmicos não tinham ligação. A Comunicação gradualmente se afastou de sua vocação aplicada para se assumir cada vez mais como um ramo das ciências sociais (Meditsch, 2012).

A hegemonia do paradigma marxista sobre as ciências humanas latinoamericanas durante os anos 1970 e 80 aumentou ainda mais o fosso, uma vez que o marxismo-leninismo, na maior parte de suas vertentes, não via papel para o jornalismo além do da propaganda (Genro Filho, 2012). Uma das escolas com maior acúmulo teórico sobre o jornalismo a ser fechada foi a de Cuba após a Revolução. Em consequência, escolas, autores e obras fundadoras dos estudos em jornalismo na Améri-

ca Latina não são mais estudados no continente.

Na década de 1990, no entanto, começa lentamente a ser revertida esta tendência, com uma retomada, ainda que lenta, dos estudos em jornalismo. Revigorada, a Alaic realiza seus II, III e IV Congressos em Guadalajara, Caracas e Recife, respectivamente. Neles, o Grupo de Estudos sobre Jornalismo ganha vida, começa a atrair um significativo número de interessados e seu então coordenador, o pesquisador mexicano José Carlos Lozano, lidera a reedição coletiva do célebre estudo “Duas semanas na imprensa latino-americana”, realizado originalmente na década de 1960, nos primórdios do Ciespal, através da atualização da metodologia comparativa proposta pelo francês Jacques Kayser.

Apesar desse progresso, o GT seguiu com dificuldades para se consolidar devido à preferência dos autores de estudos sobre o tema de levarem seus trabalhos a outros GTs, mais identificados em nome e ementa com as Ciências Sociais mais consolidadas e, que por tanto, possuem maior prestígio acadêmico. Neste movimento, o Brasil aparece de certa forma como a exceção que confirma a regra. Embora também no Brasil a especificidade dos Estudos sobre Jornalismo interessar apenas a uma parcela de pesquisadores dentro da área maior da Comunicação, o tamanho desta área no país faz com que esta parcela seja também relativamente numerosa quando comparada à situação dos demais países.

Além disso, a profissionalização do jornalismo no Brasil se deu de uma forma peculiar, com a exigência de um diploma universitário específico para o exercício profissional tendo vigorado durante quatro décadas, de 1969 a 2009, o que fez com que, ao contrário do que ocorreu na maioria dos países do continente, a criação da área da Comunicação não tivesse apagado totalmente a identidade e a especialização profis-

sional dos cursos de graduação (Beltrão, 1972). Isto também influenciou a pesquisa no tema e sua institucionalização, de uma forma diferente da que ocorreu até agora nos outros países latinoamericanos, o que ajuda a explicar o peso da participação brasileira neste GT, que alcança quase os 60% (Meditich, Segala & Ayres, 2008).

No Brasil, apesar da perda da memória anterior, um grupo significativo de pesquisadores retoma a construção de uma teoria específica do jornalismo, e a principal entidade acadêmica da área, a Intercom ([www.intercom.org.br](http://www.intercom.org.br)), cria o seu Grupo de Trabalho em Jornalismo em 1993, por iniciativa de José Marques de Melo. O GT Jornalismo da Intercom logo se transforma no mais concorrido dos congressos da entidade, que também abrigam as primeiras reuniões do Fórum Nacional de Professores de Jornalismo, que depois prosperam até a criação de uma entidade autônoma especializada em ensino de jornalismo ([www.fnpj.org.br](http://www.fnpj.org.br)). Em 2000, a Associação dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação ([www.compos.org.br](http://www.compos.org.br)) cria também um GT em Jornalismo, que passa a ser também o que recebe mais trabalhos nos congressos da entidade. Várias revistas acadêmicas especializadas em jornalismo surgem no país nesta década e na seguinte, e em 2003 é criada a Sociedade Brasileira dos Pesquisadores em Jornalismo ([www.sbpjor.org.br](http://www.sbpjor.org.br)) como entidade autônoma. O primeiro congresso da SBPJor, em 2003, recebe quase cem trabalhos e este número mais que triplica ao longo dos congressos seguintes. A Universidade Federal de Santa Catarina cria uma pós-graduação em Jornalismo ([www.posjor.ufsc.br](http://www.posjor.ufsc.br)), especialidade que havia desaparecido da pós-graduação brasileira, e seu exemplo é seguido por outras duas instituições. Grupos de pesquisa e linhas de pesquisa específica começam a aparecer novamente nos agora já mais de 60 cursos de pós-graduação em Comunicação existentes no país.



## 2. Contexto e Inserção Internacional

Alguns anos antes do discurso de Gabo, um professor norteamericano de jornalismo advertia a seus alunos sobre o que ocorria a sua volta:

*Desde a II Grande Guerra, um determinado número de especialistas em Ciências Sociais começou a interessar-se em uma análise quantitativa dos diferentes aspectos da conduta social, em face da teoria da comunicabilidade. Usam os instrumentos do estatístico e a linguagem do sociólogo para investigarem os efeitos dos vários meios de influência sobre o pensamento e a conduta do homem. Muitas dessas descobertas são úteis ao propagandista, ao anunciante, ao consultor sobre relações públicas, a todos aqueles que tem idéias ou produtos para vender. O conhecimento do que pretendem é importante para o verdadeiro jornalista que é, afinal, o protetor das vítimas em potencial. (Macdongall, 1965: 16)*

Curtis Macdongall foi um dos acadêmicos norteamericanos a denunciar em seu país que a teoria do jornalismo, historicamente associada aos ideais de democracia e liberdade, estava sendo substituída nos currículos por uma ciência concebida para o controle social, elaborada a partir do Departamento de Estado por um grupo de acadêmicos a seu serviço. Mas se isso pôde ainda ser debatido de maneira relativamente aberta nos Estados Unidos, onde a Primeira Emenda à Constituição conviveu e sobreviveu à perseguição anticomunista do McCarthismo, na América Latina o debate foi substituído pela simples imposição: aqui os “protetores das vítimas” na imprensa e na universidade foram vitimados junto com elas. No contexto descrito acima por

Gabriel García Márquez, a realidade se tornava mais fantástica e descomunal por efeito da Guerra Psicológica travada contra as populações a serem dominadas.

Não se fez ainda um inventário do impacto desta guerra sobre a investigação científica na América Latina, especialmente na área da Comunicação. Um exemplo, o brasileiro, dá conta do que poderia ser encontrado: Em 1935, o primeiro Curso de Jornalismo no Brasil foi fundado na Universidade do Distrito Federal, mas a UDF sucumbiu em seguida em consequência das perseguições políticas que se seguiram à implantação do Estado Novo. Mais tarde, a primeira Escola de Comunicação de Massa, que incluía em seu projeto o que seria o primeiro Doutorado em Jornalismo, foi implantada em 1963 na Universidade de Brasília, mas interrompida dois anos depois em consequência do Golpe Militar de 1964 cujo regime, sabe-se hoje, assassinou o educador Anísio Teixeira, que havia sido o reitor dessas duas universidades interrompidas (Salmeron, 1998).

A chamada Guerra Psicológica tem sido quase sempre citada de forma passageira na literatura da área, e geralmente apresentada como um fenômeno datado e distante (como em Mattelart, 2001: 90-114). Seu efeito sobre a própria área acadêmica é negligenciado em nossos debates epistemológicos, quando não completamente ignorado. Provavelmente, isso ocorre porque, como observam David Park e Jefferson Pooley (2008), no caso da Comunicação, a maior parte das narrativas históricas seriam feitas “de dentro”, sem o necessário distanciamento que propiciasse uma contextualização consistente destes eventos, seja pela perspectiva teórica, seja pela evidência empírica.

Histórias mais críticas da Área da Comunicação começaram a surgir nos Estados Unidos desde o final do Século XX, com a ajuda “de fora”, de historiadores, cientistas

sociais e jornalistas investigativos, como os trabalhos de Simpson (1994), Glander (2000) e Boylan (2003). No entanto, no contexto latinoamericano uma historiografia deste tipo carrega todas as dificuldades inerentes a se escrever uma “história dos vencidos”. Como se sabe, os registros que temos por aqui não se comparam em comparação quantidade, qualidade e facilidade de acesso aos que existem nos países mais ricos. E os registros que se obtém são geralmente aqueles produzidos pelos “vencedores” e que traduzem seus pontos de vista sobre as situações. A história dos vencidos costuma ser mais uma “desaparecida” nos processos de repressão política, e tem sido resgatada com muita dificuldade pelas instituições encarregadas de restabelecer a verdade em nossos países após os períodos ditatoriais.

Mas como demonstram os estudos norteamericanos citados acima, o fenômeno da instrumentalização política das escolas de jornalismo (e depois de comunicação) não é uma particularidade dos conflitos no subcontinente. Pelo contrário, a América Latina é envolvida na disputa mundial por corações e mentes através da propaganda desde o colonialismo, passando pelas guerras mundiais e chegando à guerra fria. E esta instrumentalização é quase tão antiga quanto a própria área acadêmica: apenas cinco anos após fundar a primeira escola de Jornalismo dos Estados Unidos na Universidade de Missouri, seu diretor Walter Williams já participava de missões internacionais a serviço do governo dos Estados Unidos e patrocinado por fundações privadas como a Kahn Foundation. Williams criou uma escola de jornalismo na China e teve relações próximas com vários ditadores latinoamericanos (Williams, 1929; Farrar, 1998).

Também a Escola de Pulitzer, na Universidade de Columbia, foi um instrumento do Departamento de Estado, às vezes com apoio das Fundações Ford e Rockefeller, para diversas intervenções no exterior que atingiram o Oriente e a América Latina. A Es-

cola de Columbia montou também uma filial chinesa ligada ao partido do Generalíssimo Chiang Kai-shek, e instalou a Escola de Jornalismo da Universidade Central da Venezuela utilizando verbas secretas da indústria petrolífera. O Prêmio Maria Cabot, conferido pela Escola e associado à idéia da liberdade de expressão, foi destinado a vários funcionários das ditaduras latinoamericanas apoiadas pelos governos estadunidenses (Boylan, 2003).

Mas essa instrumentalização nunca foi tão intensa quanto na Guerra Fria, a partir do final da Segunda Guerra Mundial, quando o grupo liderado por Wilbur Schramm comandou a “guerra psicológica” e criou os primeiros doutorados em Comunicação de Massa nos Estados Unidos para dar um suporte acadêmico e uma fachada legal à atuação do Departamento de Estado e das fundações privadas norte-americanas (Simpson, 1994). Com o desmantelamento das universidades européias, onde os estudos de jornalismo eram mais avançados, durante o fascismo e a II Grande Guerra, a tomada das escolas de jornalismo pelo referencial teórico-metodológico da Comunicação Coletiva (depois Social) foi plenamente vitoriosa (Nixon, 1968). Em todo o terceiro mundo, através da Unesco e suas instituições subsidiárias (os centros de capacitação como o Ciespal), Wilbur Schramm e sua equipe convenceram os acadêmicos da área a substituir o estudo do jornalismo pelo da “comunicação para o desenvolvimento” e a formação do jornalista pela do “comunicador polivalente”, encarregado não só de difundir informação mas também inovação tecnológica e propaganda ideológica. Nessa perspectiva, os povos subdesenvolvidos não necessitavam de jornalismo do tipo ocidental, que ademais só poderia existir nas democracias. O terceiro mundo deveria aceitar a censura imposta por suas ditaduras para facilitar o desenvolvimento (Kunczik, 1997).

A imposição do projeto às universidades por governos autoritários, a cooptação de

muitos acadêmicos pelos benefícios oferecidos pelo Ciespal e as fundações internacionais (cursos de capacitação, bolsas de estudo, acesso a bibliografia) a repressão violenta da dissidência (por demissões, prisões, exílios e assassinatos) e as necessidades de sobrevivência neste ambiente conturbado levaram uma certa perspectiva da Comunicação Social a prevalecer parcial ou totalmente em todo o continente. A resistência à repressão, liderada pelos movimentos de esquerda de orientação predominantemente marxista, também não deu margem a uma retomada dos estudos clássicos de jornalismo – identificados com o liberalismo político. Somente com a redemocratização dos estados latinoamericanos o interesse específico pelo jornalismo como um dos baluartes da democracia volta à ordem do dia.

Esta tendência de retomada, a partir da virada do Século, acompanha um movimento maior, de nível internacional, de recuperação da identidade específica dos estudos em jornalismo, agora no seio da grande área da comunicação, mas valorizando o que há de específico nesta prática cultural. Este movimento se expressa numa explosão de estudos acadêmicos sobre jornalismo em muitos países, embora na América Latina, com exceção do Brasil, esta retomada esteja sendo mais lenta. No ano 2000 foram criadas as primeiras revistas internacionais específicas, em língua inglesa: *Journalism: Theory, Practice and Criticism* e *Journalism Studies*. A tendência de institucionalização da pesquisa em jornalismo se reforça em seguida com a criação do Journalism Interest Group na *International Communication Association* (ICA).

A própria Unesco, que em meados do século passado foi a maior responsável pela perda da identidade específica dos cursos universitários em jornalismo e sua transformação em cursos de comunicação, com o argumento principal de que o terceiro mundo não necessitava do jornalismo pelos critérios vigentes nos países desenvolvidos, agora revisa esta posição e em 2007 propõe um novo modelo de currículo uni-

versitário para os países em desenvolvimento inteiramente voltado para o jornalismo (UNESCO, 2007).

Em julho de 2008, em seu congresso realizado em Estocolmo, a *Associação Internacional de Estudos em Comunicação Social* (IAMCR) incluiu uma seção de “Ensino e Pesquisa em Jornalismo”, que é inaugurada com enorme vigor, com a apresentação de mais de uma centena de trabalhos de todas as partes do mundo, mas apenas quatro desses trabalhos eram da América Latina (IAMCR, 2008: 289, 328). A situação já evoluiu, e em 2013 uma brasileira é subcoordenadora da Seção.

O GT Estudos sobre Jornalismo da Alaic foi coordenado até 1998 pelo mexicano José Carlos Lozano, que naquele ano assumiu a coordenação do GT Comunicação e Política. Entre 1998 e 2007 foi coordenado pelo brasileiro Eduardo Meditsch, autor do presente artigo. Desde 2008 tem à frente a coordenadora Ana Carolina Temer, também brasileira, com o vice-coordenador o colombiano Alvaro Henrique Duque. O fato de dois brasileiros se sucederem na coordenação não é fortuito, antes reflete o peso da participação do país no grupo.

## **Distribuição geográfica, temas e referências das pesquisas**

Os dados sobre esses trabalhos apresentados neste capítulo se referem a um estudo realizado em 2008, ao final de minha gestão à frente do GT, onde pudemos observar a dificuldade de dar uma estrutura orgânica ao grupo devido à rotatividade de participantes, provocada em grande parte por razões de distância geográfica dos locais de realização dos congressos (Meditsch, Ayres & Segala, 2008). Dados mais recen-

tes, que incluiriam os três últimos congressos, não puderam ser obtidos pelo autor a tempo de incluí-los neste livro, devido à dificuldade de preservação e disponibilização de sua memória que a Alaic ainda enfrenta hoje. Desta forma, os resultados podem estar desatualizados, mas registram um período histórico de uma década na vida do GT.

Para a análise da produção do Grupo de Trabalho, baseamo-nos numa amostra que considerou os textos aprovados para apresentação nos congressos, que não corresponde exatamente aos trabalhos efetivamente apresentados, pois muitos autores não compareceram aos eventos devido à falta de apoio financeiro para a viagem. Nove trabalhos de um total de 178 não puderam ser recuperados. Desta forma, nossa amostra total ficou composta conforme aparece na Tabela 1. No entanto, vários trabalhos só puderam ser recuperados na forma de resumos. Assim, alguns itens da análise consideram uma amostra de 135 trabalhos.

**Tabela 1. Composição da amostra**

Evento	Número de Trabalhos
IV ALAIC (1998, Recife, Brasil)	30
V ALAIC (2000, Santiago de Chile, Chile)	51
VI ALAIC (2002, Santa Cruz de la Sierra, Bolivia)	20
VII ALAIC (2004, La Plata, Argentina)	35
VIII (2006, Porto Alegre, Brasil)	33
<b>TOTAL</b>	<b>169</b>

*Fonte: Meditsch, Ayres & Segala, 2008*

Na Tabela 2, classificamos os trabalhos aprovados no GT Jornalismo conforme a temática abordada. As análises do conteúdo dos produtos prevaleceram, ficando em

segundo lugar as análises relativas à forma e, em terceiro, a da produção jornalística. Estes três temas, juntos, ocuparam a maioria dos trabalhos (62%).

**Tabela 2. Quantificação dos trabalhos aprovados nos cinco congressos em relação à temática**

Tema	IV ALAIC Recife 1998 Número Porcentagem	V ALAIC Santiago 2000 Número Percent.	VI ALAIC Santa Cruz 2002 Número Percent.	VII ALAIC La Plata 2004 Número Percent.	VIII ALAIC Porto Alegre 2006 Número Percent.	TOTAL NOS 5 CONGRESSOS Número Porcentagem
Enquadramentos, Temas e Coberturas	7 24%	22 43%	7 35%	7 20%	7 21%	38 28%
Linguagem, Narrativas, Formas e Formatos	5 17%	5 10%	1 5%	7 20%	11 34%	25 19%
Produção Jornalística e Newsmaking	5 17%	6 11%	2 10%	5 14%	6 18%	20 15%
Teorias e Fundamentos do Jornalismo	2 6%	3 6%	2 10%	3 8,5%	2 6%	9 7%
História do Jornalismo		3 6%	1 5%	2 6%		6 4,25%
Recepção e Efeitos		3 6%			1 3%	3 2%
Estudo da Profissão	2 6%	2 4%	1 5%	3 8,5%	1 3%	8 6%
Novas Tecnologias		1 2%		3 8,5%	1 3%	5 4%
Ensino de Jornalismo	1 3%		1 5%	3 8,5%		4 3%
Jornalismo Comparado	1 3%	1 2%	3 15%			4 3%



Tema	IV ALAIC Recife 1998 Número Porcentagem	V ALAIC Santiago 2000 Número Percent.	VI ALAIC Santa Cruz 2002 Número Percent.	VII ALAIC La Plata 2004 Número Percent.	VIII ALAIC Porto Alegre 2006 Número Percent.	TOTAL NOS 5 CONGRESSOS Número Porcentagem
Temas Híbridos ou outros temas	7 17%	5 10%	2 10%	2 6%	4 12%	13 9,5%
Total	30 100%	51 100%	20 100%	35 100%	33 100%	135 100%

Fonte: Meditsch, Ayres & Segala, 2008

Na Tabela 3, analisamos o foco geográfico das pesquisas. O foco em temas nacionais dos países dos pesquisadores prevaleceram, seguidos pelos temas locais ou regionais.

**Tabela 3. Foco dos estudos apresentados nos cinco congressos**

Foco	IV ALAIC Recife 1998 Número Porcentagem	V ALAIC Santiago 2000 Número Percent.	VI ALAIC Santa Cruz 2002 Número Percent.	VII ALAIC La Plata 2004 Número Percent.	VIII ALAIC Porto Alegre 2006 Número Percent.	TOTAL NOS 5 CONGRESSOS Número Percent.
Local / Regional	10 33%	20 40%	7 35%	12 34%	6 18%	39 29%
Sobre o país do pesquisador	8 27%	18 34%	10 50%	8 23%	16 49%	54 40%
Internacional / Universal	8 27%	10 20%	2 10%	8 23%	8 24%	27 20%
Não se aplica / Não definida	4 13%	3 6%	1 5%	7 20%	3 9%	15 11%

Foco	IV ALAIC Recife 1998 Número Porcentagem	V ALAIC Santiago 2000 Número Porcent.	VI ALAIC Santa Cruz 2002 Número Porcent.	VII ALAIC La Plata 2004 Número Porcent.	VIII ALAIC Porto Alegre 2006 Número Porcent.	TOTAL NOS 5 CONGRESSOS Número Porcent.
<b>Total</b>	<b>30</b> 100%	<b>51</b> 100%	<b>20</b> 100%	<b>35</b> 100%	<b>33</b> 100%	<b>135</b> 100%

Fonte: Meditsch, Ayres & Segala, 2008

Na Tabela 4, verificamos que o jornal impresso foi a mídia mais estudada nos trabalhos sobre jornalismo no período. A televisão e a internet aparecem em seguida.

**Tabela 4. Mídia pesquisada nos trabalhos apresentados nos três congressos**

Meio	IV ALAIC Recife 1998 Número Porcentagem	V ALAIC Santiago 2000 Número Porcent.	VI ALAIC Santa Cruz 2002 Número Porcent.	VII ALAIC La Plata 2004 Número Porcent.	VIII ALAIC Porto Alegre 2006 Número Porcent.	TOTAL NOS 5 CONGRESSOS Número Porcent.
<b>Jornal</b>	<b>11</b> 37%	<b>28</b> 55%	<b>8</b> 40%	<b>10</b> 28,5%	<b>11</b> 33%	<b>53</b> 39,5%
<b>Internet</b>	<b>5</b> 17%	<b>2</b> 4%	<b>1</b> 5%	<b>5</b> 14%	<b>1</b> 3%	<b>11</b> 8%
<b>Televisão</b>	<b>4</b> 13%	<b>5</b> 10%	<b>1</b> 5%	<b>4</b> 11,5%	<b>5</b> 15.5%	<b>14</b> 10%
<b>Revista</b>	<b>1</b> 3%	<b>3</b> 6%	<b>1</b> 5%	<b>1</b> 3%	<b>2</b> 6%	<b>6</b> 4,5%
<b>Rádio</b>				<b>1</b> 3%	<b>2</b> 6%	<b>3</b> 2%

Meio	IV ALAIC Recife 1998 Número Porcentagem	V ALAIC Santiago 2000 Número Porcent.	VI ALAIC Santa Cruz 2002 Número Porcent.	VII ALAIC La Plata 2004 Número Porcent.	VIII ALAIC Porto Alegre 2006 Número Porcent.	TOTAL NOS 5 CONGRESSOS Número Porcent.
Outras	2 6%	2 4%	2 10%	1 3%	3 9.5%	8 6%
Várias / Não definida	7 23%	11 21%	7 35%	13 37%	9 27%	40 30%
<b>Total</b>	<b>30</b> <b>100%</b>	<b>51</b> <b>100%</b>	<b>20</b> <b>100%</b>	<b>35</b> <b>100%</b>	<b>33</b> <b>100%</b>	<b>135</b> <b>100%</b>

*Fonte: Meditsch, Ayres & Segala, 2008*

Na tabela 5, verificamos a origem dos artigos enviados para o GT Jornalismo da Alaic nos cinco congressos. A participação brasileira responde por quase 60%, o que tem a ver com o percurso histórico da área acadêmica dos estudos em jornalismo no Brasil, conforme exposto acima, e também com o tamanho da área acadêmica da Comunicação neste país, que se reflete igualmente nos outros GTs. A Argentina, berço da primeira escola de jornalismo do continente, aparece em segundo lugar com 20% dos trabalhos. A localização geográfica dos congressos considerados certamente concorreu para este resultado.

**Tabela 5. Origem dos artigos**

Origem	IV ALAIC Recife 1998 Quantidade De autores	V ALAIC Santiago 2000 Quantidade De autores	VII ALAIC Santa Cruz 2002 Quantidade De autores	VI ALAIC La Plata 2004 Quantidade De autores	VIII ALAIC Porto Alegre 2006 Quantidade De autores	TOTAL GERAL Quantidade De autores.
Argentina	8 27%	10 20%	6 30%	7 20%	3 9%	34 20,1%

<b>Origem</b>	<b>IV ALAIC Recife 1998 Quantidade De autores</b>	<b>V ALAIC Santiago 2000 Quantidade De autores</b>	<b>VII ALAIC Santa Cruz 2002 Quantidade De autores</b>	<b>VI ALAIC La Plata 2004 Quantidade De autores</b>	<b>VIII ALAIC Porto Alegre 2006 Quantidade De autores</b>	<b>TOTAL GERAL Quantidade De autores.</b>
<b>Bolívia</b>		1 2%	1 5%			2 1,2%
<b>Brasil</b>	15 50%	27 52%	9 45%	22 62%	28 85%	101 59,8%
<b>Chile</b>	3 10%	7 14%			1 3%	11 6,5%
<b>Colômbia</b>			2 10%	2 6%		4 2,4%
<b>Espanha</b>		1 2%	1 5%	2 6%		4 2,4%
<b>Estados Unidos</b>	1 3%					1 0,6%
<b>México</b>	2 6%	1 2%				3 1,8%
<b>Paraguai</b>		1 2%				1 0,6%
<b>Peru</b>	1 3%				1 3%	2 1,2%
<b>Portugal</b>		1 2%		1 3%		2 1,2%
<b>Porto Rico</b>			1 5%	1 3%		2 1,2%
<b>Uruguai</b>		1 2%				1 0,6%
<b>Venezuela</b>		1 2%				1 0,6%
<b>TOTAL</b>	<b>30 100%</b>	<b>51 100%</b>	<b>20 100%</b>	<b>35 100%</b>	<b>33 100%</b>	<b>169 100%</b>

*Fonte: Meditsch, Ayres & Segala, 2008*

Na tabela 6, apuramos as principais influências nacionais recebidas pelos trabalhos apresentados no GT da Alaic, através da nacionalidade dos autores citados nestes

trabalhos. Os autores brasileiros aparecem como os mais numerosos entre os citados (o que é coerente com a tabela anterior), e as influências seguintes mais presentes são de autores da França, Estados Unidos e Espanha. Da América Latina, além dos brasileiros, os autores que aparecem em maior número são da Argentina (o que também é coerente com a tabela anterior), Colômbia e México. Os demais países latino-americanos não aparecem com mais de um autor citado, o que mostra a ainda pequena circulação de trabalhos entre os países na área de jornalismo.

**Tabela 6. Quantidade de autores citados distribuídos pelos respectivos países de origem**

<b>País de origem</b>	<b>ALAIC 1998, 2000, 2002, 2004, 2006 Número Porcentagem</b>
<b>Brasil</b>	<b>53 38%</b>
<b>França</b>	<b>21 15%</b>
<b>EUA</b>	<b>16 12%</b>
<b>Espanha</b>	<b>12 8%</b>
<b>Argentina</b>	<b>6 4%</b>
<b>Portugal</b>	<b>4 3%</b>
<b>Colômbia</b>	<b>3 2,15%</b>
<b>Inglaterra</b>	<b>3 2.15%</b>
<b>México</b>	<b>3 2,15%</b>
<b>Itália</b>	<b>2 1,5%</b>

Alemanha	2 1,5%
Áustria	2 1,5%
Outros, com apenas uma citação cada	10 7,0%
Origem não identificada	2 1,5%
<b>Total</b>	<b>139</b> <b>100%</b>

*Fonte: Meditsch, Ayres & Segala, 2008*

A Tabela 7 a seguir contabiliza o número de citações de autores de cada país. Os dados reforçam o que foi observado já na tabela 6, anterior, sobre as principais influências nacionais na pesquisa sobre jornalismo apresentada no GT da Alaic.

**Tabela 7. Quantidade de citações distribuídas pelos respectivos países de origem dos autores**

País de origem	ALAIC 1998, 2000, 2002, 2004, 2006 Número Porcentagem
Brasil	160 30%
França	85 16%
EUA	52 10%
Espanha	48 9%
Argentina	32 6%
Portugal	29 5,5%
Itália	19 3,5%

Colômbia	18 3%
Áustria	10 1,8%
Holanda	10 1,8%
Países com menos de dez citações (12 países)	61 11,5%
Origem não identificada	7 1,3%
<b>Total</b>	<b>531</b> <b>100%</b>

*Fonte: Meditsch, Ayres & Segala, 2008*

Na tabela 8 a seguir, apuramos as principais influências sobre os estudos de jornalismo apresentados na Alaic em termos de disciplinas científicas, a partir da área de atuação principal dos autores citados nos trabalhos. Apesar da interdisciplinaridade inerente aos estudos de jornalismo, os autores da própria área de jornalismo e das demais sub-áreas da comunicação são os mais citados, aparecendo depois a Sociologia, as Ciências da Linguagem e a Filosofia como as disciplinas com maior influência sobre os trabalhos apresentados no GT.

**Tabela 8. Quantidade de citações distribuídas pelas áreas de atuação principal dos autores**

Área de atuação principal	ALAIC 1998, 2000, 2002, 2004, 2006 Número Porcentagem
Jornalismo	218 41%
Outras áreas da Comunicação	116 22%

<b>Sociologia</b>	51 10%
<b>Ciências da Linguagem</b>	56 10,5%
<b>Filosofia</b>	28 5,2%
<b>Antropologia</b>	11 2%
<b>História</b>	10 1,8%
<b>Educação</b>	10 1,8%
<b>Psicologia/Psicanálise</b>	10 1,8%
<b>Geografia</b>	6 1,1%
<b>Citações de Outras Áreas que não alcançam 1% do total cada</b>	8 1,5%
<b>Área não identificada</b>	7 1,3%
<b>Total</b>	531 100%

*Fonte: Meditsch, Ayres & Segala, 2008*

### 3. Conclusões

A observação dos trabalhos enviados ao GT Jornalismo da Alaic no período observado conduz à conclusão de que o movimento de retomada da especificidade dos estudos de jornalismo observado internacionalmente ainda é lento na maior parte dos países latino-americanos, o que se reflete no desempenho do GT. É bem verdade que muitos trabalhos que poderiam ser enquadrados na sub-área de estudos em jornalismo foram apresentados em outros GTs nos últimos cinco congressos, por isso não sendo levados em consideração nesta análise. No entanto, neste caso, a própria



opção dos autores por uma interlocução prioritária com outras subáreas da comunicação e outras interfaces disciplinares que não a dos estudos em jornalismo pode ser um diagnóstico da ainda não retomada do prestígio acadêmico dos estudos de jornalismo na academia latino-americana.

As exceções a esta situação se localizam no Brasil, onde os estudos em jornalismo na última década retomaram com força a sua especificidade, inclusive no plano institucional, com a criação de entidades de professores e de pesquisadores em jornalismo, revistas acadêmicas, grupos, linhas de pesquisa e áreas de concentração na pós-graduação, processo este que se refletiu na grande participação brasileira no GT da Alaic. Com menor força, o mesmo movimento pode estar começando a acontecer na Argentina, que teve também uma participação expressiva. No entanto, os efeitos da desconstrução e instrumentalização de nosso campo acadêmico durante os conflitos do Século XX, como foram expostos na primeira parte do capítulo, seguem tendo conseqüências que ainda não permitem aos Estudos sobre Jornalismo dos países latinoamericanos que acompanhem o ritmo da retomada destes estudos a nível internacional, apesar de esforços pontuais observados em alguns locais do continente.

## Bibliografia

- BELTRÃO, LUIZ. (1972). “O Ensino de Jornalismo”. Em MELO, J. M. *Documentos da IV Semana de Estudos de Jornalismo*. ECA-USP, São Paulo. pp. 109-121.
- BERGER, PETER; T. LUCKMANN. (1985). *A construção social da realidade: tratado de sociologia do conhecimento*. 10<sup>a</sup>. ed. Vozes, Petrópolis.
- BOURDIEU, PIERRE. (2005). “The Political Field, the Social Science Field and the Journalistic Field”. Em BENSON, R.; NEVEU, E. (eds.) *Bourdieu and the Journalistic Field*. Polity Press, Cambridge. pp. 29-47.
- BOYLAN, JAMES. (2003). *Pulitzer’s School: Columbia University’s School of Journalism, 1903-2003*. Columbia University Press, New York.
- CAREY, JAMES. (1997). “The Chicago School and the History of Mass Communication Research”. Em MARSON, E. S.; WARREN, C. A. (eds.) *James Carey: a critical reader*. University of Minnesota Press, Minneapolis.
- CIESPAL. (1965). “Las Escuelas de Periodismo en America Latina”. Informes y conclusiones del IV Curso Internacional de Perfeccionamiento de Periodismo. 2a. ed. Ciespal, Quito.
- FADUL, ANAMARIA. (1991). “O ensino da comunicação e a nova conjuntura internacional”. Em MELO, J.M. (org.) *O Ensino de Comunicação e os Desafios da Modernidade*. ECA-USP, São Paulo. pp. 46-57.
- FARRAR, RONALD A. (1998). *A creed for my profession: Walter Williams, Journalist to the World*. University of Missouri Press, Columbia.

GARCÍA MÁRQUEZ, GABRIEL. (1982). “La Soledad de América Latina”. Discurso de aceptación del Prêmio Nobel de Literatura de 1982. Disponível em [http://www.ciudadseva.com/textos/otros/la\\_soledad\\_de\\_america\\_latina.htm](http://www.ciudadseva.com/textos/otros/la_soledad_de_america_latina.htm). Acesso em 30/08/2013.

(2011). “Jornalismo, o melhor ofício do mundo”. Em GARCÍA MÁRQUEZ, Gabriel. *Eu não vim aqui fazer um discurso*. Record, Rio de Janeiro.

GENRO FILHO, ADELMO. (2012). *O segredo da pirâmide: para uma teoria marxista do jornalismo*. Insular, Florianópolis.

KUNCZIK, MICHAEL. (1997). *Conceitos de Jornalismo: norte e sul*. Com-Arte/Edusp, São Paulo.

KUNSCH, M. M.K.; J. MARQUES MELO. (orgs.). (2012). *Comunicação ibero-americana: sistemas midiáticos, diversidade cultural, pesquisa e pós-graduação*. Eca-Usp,/Socicom/Ibercom, São Paulo.

MACDONGALL, CURTIS D. (1965). “Da Necessidade de Interpretação”. *Cadernos de Jornalismo*. 1(2). julho-agosto. Edições Jornal do Brasil, Rio de Janeiro. pp. 7-16.

MACHADO, MÁRCIA BENETTI. (2004). “Pesquisa em Jornalismo no Brasil: dados e reflexões sobre três ambientes”. Anais do II Congresso Nacional de Pesquisadores em Jornalismo. Novembro de 2004. SBPJor, Salvador.

MATTELART, ARMAND. (2001). *Comunicação Mundo: história das idéias e das estratégias*. [1994]. Vozes, Petrópolis.

MEDITSCH, EDUARDO. (2012). *Pedagogia e pesquisa para o jornalismo que está*

*por vir*. Insular/Edufsc, Florianópolis.

MEDITSCH, EDUARDO; M. AYRES; M. SEGALA. (2008). “De volta à especificidade dos estudos em jornalismo: o GT da Alaic no início do novo século”. Em *Revista Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación*. V (8-9).

NIXON, RAYMOND. (1968). *Investigaciones sobre Comunicación Colectiva: rumbos y tendencias*. 2a. ed. Ediciones Ciespal, Quito.

PARK, David W.; J. POOLEY. (eds.). (2008). *The History of Media and Communication Research: contested memories*. Peter Lang, New York.

SALMERON, ROBERTO. (1998). *A Universidade interrompida: Brasília 1964-1965*. Editora da UnB, Brasília.

SIMPSON, CHRISTOPHER. (1994). *Science of Coercion: Communication Research & Psychological Warfare 1945-1960*. Oxford University Press, New York.

WILLIAMS, SARA LOCKWOOD. (1929). *Twenty Years of Education for Journalism: a History of the School of Journalism of the University of Missouri*. The E.W. Stephens Publishing Company, Columbia.

421



# I DESARROLLO DEL CAMPO

## I Política, Economía y Sociedad

422

**LA COMUNICACIÓN  
POLÍTICA EN  
AMÉRICA LATINA**

# **LA COMUNICACIÓN POLÍTICA EN AMÉRICA LATINA:**

**ENTRE LA CONSOLIDACIÓN COMO  
DISCIPLINA Y LA APERTURA DE NUEVOS  
ENFOQUES DE INVESTIGACIÓN INTER-  
DISCIPLINAR**

**| Andrés Cañizález**

**| Matías Ponce**

**Referencias teóricas del campo**

## Introducción

La comunicación política como ámbito de investigación inter-disciplinar se ha ido consolidando en la región. Desde los primeros estudios sobre las estrategias de campaña electoral y marketing político en los noventa hasta las más recientes líneas de investigación respecto al análisis de los procesos de comunicación de gobierno, la disciplina ha ido ganando espacio entre los académicos.

El presente capítulo busca repasar los enfoques teóricos y abordajes conceptuales que se han ido realizando en los últimos años a nivel regional en materia de comunicación política.

En un comienzo se ahonda en la relación entre poder y comunicación, entendiendo a ésta última como el espacio de interacción y batalla por los significados de la realidad y de qué manera es interpretada en el triángulo: medios, actores políticos y ciudadanía (McNair, 2003).

Se busca colocar a la comunicación como un objeto de estudio en interacción directa con espacios vitales para el funcionamiento del régimen de gobierno democrático: la gobernabilidad, la representación política, entre otros.

Posteriormente se visualiza la relación entre los espacios de gobernabilidad democrática y los medios de comunicación, la construcción de legitimidad, la representación política, las políticas públicas, entre otras.

Al finalizar se interviene analíticamente en uno de los sub-ámbitos de estudio respecto a la interacción entre política y comunicación, donde se ve a ésta como una *policy* que emerge como un *output* del Sistema Político, con el objeto de regular la realidad de los medios de comunicación.

## Tendencias en Objeto de estudio

### 1.1 Gobernabilidad democrática y medios de comunicación

*“La comunicación política es aquel escenario donde se intercambian discursos contradictorios de los tres actores que tienen legitimidad: políticos, periodistas y opinión pública” (Wolton, 2000).*

En la literatura de ciencia política está aceptada la idea de una estrecha relación entre medios de comunicación y acción política. Por ahora se analizará el hecho de que los medios juegan un papel en doble dirección, por un lado permiten la transmisión de las demandas públicas, y simultáneamente son canal para difundir la adopción de las decisiones políticas.

En este sentido, la comunicación política como disciplina autónoma comienza a tomar más fuerza en el análisis de los fenómenos que entienden a la comunicación como un espacio de disputa por el poder y los significados.



Esta última dimensión de lo relativo al papel de la comunicación política nos lleva a otro aspecto central; se trata de la gobernabilidad democrática y su vinculación con la comunicación, y en particular con el mundo mediático. ¿Quién tiene la capacidad de significar la realidad colectiva? ¿Qué intereses tiene detrás? ¿Quién vela por los intereses del conjunto social?

## 1.2 Variables de la gobernabilidad

*“Para aportar a la fluidez del proceso democrático, el sistema político debe tender lazos con la ciudadanía, escuchando sus características, intereses y necesidades. Pero, por otro lado, tiene la misión de comunicar a la ciudadanía qué es lo que hace y, fundamentalmente, cuáles son las políticas públicas que se están produciendo”. (Ponce, 2010)*

Di Tella (2004) entiende la gobernabilidad como “el control político e institucional del cambio social, indicando la posibilidad de orientar los procesos e intervenir sobre las variables, de programar objetivos y prever resultados”, se trata, a fin de cuentas, “de garantizar coherencia interna a todo proceso social en vías de transformación” (2004: 313). En cambio para Di Tella, se llega a una situación de ingobernabilidad cuando “las variables decisivas escapan al control del gobierno y los objetivos perseguidos quedan relegados por consecuencias indeseables” (2004: 313). Entretanto, en la elaboración de su índice, una institución como el Banco Mundial, al estudiar la gobernabilidad<sup>75</sup> no se limita sólo a la efectividad de gobierno, sino que también la ubica en sus otras dimensiones: voz y rendición de cuentas, estabilidad

política, calidad regulatoria, estado de derecho, control de la corrupción.

Tomassini (1996) plantea un concepto “pragmático” de gobernabilidad, y la define en función de “la habilidad del gobierno y de los distintos sectores sociales para combinar adecuadamente en un período dado tres grandes aspiraciones que han calado en la cultura cívica de esta época” (1996: 5). Este autor constata que hay aspiraciones sociales compartidas en estas direcciones, en primer lugar establecer crecimiento económico basado en el mercado; en segundo término alcanzar márgenes satisfactorios de equidad, igualdad de oportunidades y protección social; y, finalmente, lograr grados crecientes de participación ciudadana en las decisiones políticas.

Tradicionalmente el concepto de gobernabilidad implica a la democracia: “por una parte, la dimensión de eficiencia y eficacia administrativa en quienes gobiernan y, por la otra, la dimensión de acatamiento de dicha gestión por los gobernados” (Koenke, 1999: 22). Se trata, a fin de cuentas, de una relación de doble vía entre gobernantes y gobernados, y es en esencia base del sistema democrático. Está estrechamente relacionada la gobernabilidad con la gestión de gobierno y un mecanismo claro en tal dirección, desde nuestra perspectiva, es la generación de políticas públicas en un marco plural y democrático, asunto que se abordará en otro capítulo de este trabajo.

Tal como ha sostenido Koenke (1999), la gobernabilidad democrática es necesariamente legítima, es decir, supone la aceptación tanto de los gobernantes como de sus ejecutorias por los ciudadanos. “Modernamente, las bases de esa aceptación son en lo fundamental legales-rationales, sin que ello excluya la presencia simultánea en menor medida de elementos tradicionales o carismáticos” (1999: 22).

La gobernabilidad “entraña, por una parte, la presencia y acción de decisores capaces de diseñar y ejecutar políticas públicas relevantes de manera eficaz, eficiente y transparente”, y de forma simultánea supone, “por la otra, la aceptación o respaldo popular mayoritario a quienes llevan adelante esa gestión” (Koeneker, 2005: 229). Hay consenso entre los estudiosos en considerar que cuando se hallan presentes ambas dimensiones “tiende a hablarse de gobernabilidad plena” (Koeneker, 2005: 229).

Resumidamente, el concepto de gobernabilidad está referido al ejercicio del gobierno y a las condiciones para que esta función se pueda desempeñar con eficiencia, legitimidad y respaldo social. Partiendo de allí, entonces, aspectos claves para la gobernabilidad “se refieren a la institucionalidad política del Estado, al sistema político, a la cultura cívica, a las relaciones entre la economía y la política y a las formas, eficiencia y aceptación de los procesos gubernamentales, expresados en políticas públicas” (Suárez Casanova, 2002: 7).

### **1.3 Comunicación para la gobernabilidad**

*“Una de las principales funciones de la comunicación política es la de generar esa visión de la realidad colectiva” (Martorelli, 2009).*

La gobernabilidad democrática puede ser definida como “la capacidad de procesar y aplicar institucionalmente decisiones políticas sin violentar el marco del derecho y en un contexto de legitimidad democrática” (Altman, 2003).

Especial importancia conlleva poder activar el proceso de comunicación de las de-

cisiones políticas. El momento en que desde el Sistema Político se activa una batalla por la construcción de asociaciones conceptuales entre lo que significa la realidad y la intervención de la esfera política y lo que comprende la ciudadanía sobre esta realidad.

El ejercicio de la representación lleva de por sí la comunicación política activa entre la ciudadanía y el staff político. La ejecución de esos círculos virtuosos (en su definición genérica) permite el ejercicio de la representación y los medios de comunicación juegan un rol central.

Algunos autores como Hagopian consideran que tal vez la ausencia de altos niveles de representatividad política sea una de las fallas de la evolución de esta tercera ola democrática en nuestra región. Según la autora “el más grave desafío para la democracia en la región deriva de la falta de representación política, de inclusión, de lazos fundamentales entre las organizaciones de la sociedad civil y la sociedad política” (Hagopian, 2006).

La representación política puede definirse como una relación de carácter estable entre ciudadanos y gobernantes por efecto de la cual los segundos están autorizados a gobernar en nombre y siguiendo los intereses de los primeros y están sujetos a una responsabilidad política de sus propios comportamientos frente a los mismos ciudadanos por medio de mecanismos institucionales electorales. (Cotta 1986)

He aquí que no sólo podemos hablar de gobernabilidad -poder aplicar las decisiones políticas- sino además profundizar respecto a qué tan representativas son las mismas.

El papel comunicacional, en un contexto de gobernabilidad democrática, está es-

trechamente vinculado a la construcción de las agendas, en particular se destaca la agenda setting que Herbert Koeneke (1999) apunta como la negociación de lo noticioso: “las relaciones complementarias aunque ambivalentes entre gobernantes democráticos y medios de comunicación reflejan una dinámica que ha sido caracterizada en una investigación reciente como la negociación de lo noticioso” (1999: 23).

En tal proceso confluyen al menos tres agendas: la pública –hecha a partir de demandas ciudadanas–, la estrictamente mediática y una tercera de carácter gubernamental, con lo cual “se establece una tríada de influencias recíprocas entre medios, ciudadanos y gobernantes, que es la base de la democracia moderna” (Koeneke, 1999: 24). Se comparte el punto de vista de relativizar el rol de los medios en el contexto político. No son los medios de comunicación los todopoderosos ni infalibles que, según la teoría crítica de la comunicación, pueden influir unilateralmente sobre la ciudadanía y el gobierno. “Ellos forman parte, más bien, de un tejido institucional que, en las democracias, contribuye a forjar la opinión pública, la cual, a su vez, tiene una clara incidencia sobre la gobernabilidad de un país” (Koeneke, 1999: 24).

Pero no puede perderse de vista que en el rol de “perros guardianes”, en un sistema democrático con contrapesos al poder ejecutivo, los medios también han puesto límites al ejercicio político y gubernamental. Desde ese punto de vista, los partidos políticos ya no tienen la exclusividad en la configuración de los programas que interesan a la ciudadanía, y también está sometida al escrutinio público la elección de sus candidatos. Para Tomassini hay una clara contraposición entre la opinión pública y los partidos políticos, lo cual tiene como consecuencia que “los medios acotan el margen de acción del poder ejecutivo en la medida en que tienen una influencia determinante en la confección de la agenda pública, y por ende, de los programas gubernativos” (Tomassini, 1996: 19).

Entretanto, el sistema de indicadores que plantea el francés Guy Drouot (2004), denominado “Medios y una buena gobernabilidad”, sirve de guía para construir la relación entre gobernabilidad y comunicación en un sistema democrático. Se apuntan a continuación los elementos presentes, según Drouot: Tres condiciones mayores: a) Sistema político pluralista: 1.- Elecciones libres y sinceras; 2.- Alternancia en el poder. b) Ámbito económicamente competitivo: 1.- La apertura del mercado; 2.- El equilibrio del mercado. c) Sociedad civil abierta: 1.- Derechos y libertades consagrados; 2.- Una toma de conciencia ciudadana. Tres condiciones internas para el universo mediático: a) Medios libres e independientes: 1.- La libertad de comunicación es por esencia plural; 2.- Independencia de los difusores; 3.- Independencia de los periodistas b) Medios transparentes y responsables: 1.- Transparencia de las estructuras; 2.- Transparencia de gestión; 3.- Responsabilidad social c) Medios pluralistas: 1.- Pluralismo externo; 2.- Pluralismo interno.

## 1.4 Comunicación de Gobierno como un área específica de investigación

*“El líder está para conducir, para orientar. Lo que ha cambiado es que ya no lo puede hacer en un monólogo autoritario propio de los antiguos profetas. También debe escuchar (Durán, 2005)*

La comunicación de gobierno es un campo de estudio vinculado directamente a la comunicación política, pero que puede ser estudiado como un objeto particular y diferenciado. Normalmente el término “comunicación de gobierno” es utilizado para

el estudio de las comunicaciones del primer nivel del gobierno ejecutivo, pero también puede ser utilizado para los niveles locales y regionales.

Pero, ¿de qué trata la comunicación de gobierno? Hasta el presente las principales referencias en América Latina sobre la comunicación de gobierno se han referido a dos vectores. Por un lado, la forma de ejercer la comunicación política por los presidentes latinoamericanos. Es decir, el foco de atención de los trabajos de investigación se ha centrado en la comunicación de los líderes con funciones ejecutivas, diferenciando la comunicación de partido y/o electoral, de la comunicación del Presidente como actor de gobierno. Esto no hace enorme diferencia con el enfoque tradicional de la comunicación, pues el eje de atención sigue siendo el aspecto y estilo, las habilidades interpersonales, la empatía, el dinamismo u otros atributos de la figura del que comunica, más que de la acción de gobierno comunicada. Es un enfoque más cercano a los estudios sobre las formas de comunicación que sobre las estrategias de comunicación. El otro gran vector ha estado centrado en análisis contingentes en los que el gobierno afronta situaciones excepcionales, como gestión de crisis, catástrofes, medidas excepcionales, o, como es habitual estos últimos años en Europa, la comunicación de las medidas para afrontar la crisis económica. Esta es una tradición muy extendida en el mundo anglosajón y derivada, en gran medida, por la idea de la comunicación de guerra (en tiempos de guerra), que es un foco de atención muy extendido entre los estudiosos norteamericanos.

Un diferencial constitutivo de la comunicación de gobierno es su nivel de escrutinio público, “in line with public interest expectations including fair and accountable action” (Sanders, 2011).

En este sentido, la comunicación vinculada al gobierno requiere de altos niveles de

accountability hacia el sistema político y a la ciudadanía. Graber señala que esto “can lead to cautious operating styles as managers seek to avoid bad publicity. On the other, it can ensure a flow of information that enhances the quality of civic life” (Graber, 2003).

Tal como nos señalan Canel & Sanders, en estudios de comunicación de gobierno podemos asumir dos modelos. Por un lado, una comunicación de gobierno asociada al estudio del rol de la comunicación en los procesos políticos y en las instituciones asociadas con las campañas electorales y el gobierno (Swanson, 2000). Pero por otro lado, tenemos una perspectiva más amplia de análisis –a la que nosotros adherimos– que se basa en el análisis más comprehensivo respecto a los efectos de los medios y lo que se dice del gobierno sobre la salud de la democracia y los discursos que en ella se producen, desde una perspectiva multi-disciplinaria.

En este sentido, y siguiendo a quienes han liderado la producción en estas temáticas (Lin, 2004, Graber, 2005, Canel, 2011), una revisión de lo que se ha desarrollado en comunicación política desde una perspectiva más amplia se basa en:

- Análisis de la retórica del discurso político
- Estudios de marketing político
- Tendencias de la opinión pública
- Efectos de los mass media sobre la opinión pública
- Intercambio de influencias entre el gobierno, la prensa y la opinión pública



Como nos señalan Canel & Sanders, sobre este último punto, la literatura ha avanzado especialmente en él, desarrollando estudios respecto a: 1) Las tendencias de comunicación de los gobiernos y los estudios de retórica, 2) La campaña permanente y la diplomacia pública, 3) La estructura y organización de la comunicación de gobierno, 4) Efectos de la agenda pública, entre otros.

Sin embargo, aún persiste la existencia de un vacío respecto al estudio de los pre-condicionantes existentes institucionalmente para el desarrollo de determinados estilos de comunicación de gobierno. Swanson es quien ha puesto o ha hecho hincapié en el examen de las pre-condiciones sociales e institucionales para el desarrollo de la comunicación de gobierno (Swanson, 2000). Por otro lado, Hallin y Mancini han desarrollado modelos que comparan el sistema político y el sistema de medios, como ámbitos sensibles al contexto histórico, social y cultural.

Por otra parte, desde la perspectiva de la comunicación organizacional también se ha dado respuesta a la temática de comunicación de gobierno. En este sentido, se puede identificar la temática de gerenciamiento de medios e issue management (Bowen, 2005), la comunicación de crisis (Coombs, 2010) y la diplomacia pública (Signitzer & Wamsler, 2006).

En América Latina, la temática ha sido de interés para algunos investigadores. La obra “Tele-presidentes: Cerca del Pueblo, Lejos de la Democracia” constata que:

¡Nunca habíamos tenido tantos presidentes tan populares en América Latina! Todo,

tal vez, se deba a que usan la comunicación como su estrategia fundamental, a que están cerca del pueblo y están haciendo la democracia “a su manera personal”. Y es que la política se ha convertido en una arena mediática y una narrativa de pasión por el poder más que un asunto de programas, ideales ideológicos o construcción de ciudadanías democráticas (Rincón, 2006).

En la publicación “Caudillismo, e-política y teledemocracia” que se editó en 2013, quince investigadores realizaron una visión comparada de las estrategias de comunicación de gobierno de diez países. “La construcción del relato político del gobierno, identificando elementos básicos de la estrategia de comunicación corporativa, nos permite arribar a una radiografía sobre los significados que están detrás de decisiones, leyes, programas, políticas y todas las acciones que rodean al gobierno” (Ponce, 2013).

## 1.4 Políticas públicas de comunicación desde América Latina

*“La gestión pública puede ser definida como un proceso de resolución de problemas públicos, organizativos y de implementación de políticas públicas, que en el tratamiento de asuntos de la agenda gubernamental, busca alcanzar objetivos públicos y resultados de valor para los ciudadanos”*

(TOP, 2008)

La definición de la realidad colectiva, de cómo comprendemos lo que pasa en nuestras Sociedades y que da inicio a la evaluación de los actores políticos por parte de la ciudadanía, radica en los medios de comunicación.

El Estado como tal no puede estar ausente de esa realidad, de ese poder colectivo, fuente de legitimación y deslegitimación de gobiernos.

La agenda política se construye a partir de diversos actores que buscan imponer sus intereses y puntos de vista sobre los problemas que afronta la sociedad.

Los partidos políticos cuentan con la arena electoral para difundir sus ideas en la ciudadanía e imponer sus puntos de vista frente a sus rivales. El voto legitima esas visiones y designa representantes ante los poderes del Estado.

En otro sentido, las organizaciones de la sociedad civil esgrimen sus ideales y valores en la arena pública utilizando a los medios de comunicación como plataforma.

La comunicación es una herramienta fundamental en este esquema multiactoral de la esfera pública. Quienes la utilicen en forma efectiva lograrán aprovechar la estructura de oportunidades que se abre; quienes no, desaparecerán del escenario principal y permanecerán tras bambalinas hasta que la obra finalice.

Desde el Estado se identifica la importancia de avanzar sobre la regulación de este juego de influencias. La respuesta es a través de las políticas de comunicación y la región no escapó a esta realidad.

En América Latina durante la década de los años 70 y 80 fue notorio el empuje de las Políticas Nacionales de Comunicación -PNC-, (de esa forma se las conoció en la región), en una etapa en la cual florecían diversas iniciativas regionales o naciona-

les que perseguían, entre otros objetivos, el establecimiento de marcos regulatorios para el sector mediático, la generación de medios estatales, junto a la promoción de la comunicación para el desarrollo social tanto en el sector urbano como rural. Organismos internacionales, funcionarios de alto nivel en los gobiernos y académicos coincidían en la necesidad de implementarlas. Durante algunos años, en los que prevalecieron en América Latina gobiernos más orientados al mercado y al achicamiento del Estado, el tema de las políticas públicas en comunicación desapareció de la agenda de discusión. En el siglo XXI, en el que han irrumpido en la escena política gobiernos con una fuerte dosis populista y con un notable cuestionamiento hacia el rol mediático, ha resurgido el debate sobre la naturaleza de las políticas públicas en comunicación, para lo cual es indispensable remontarse a la propia tradición latinoamericana en la materia y enriquecerla con el desarrollo democrático que –aunque desigual- ha conocido la región en las últimas décadas.

De forma insistente se quería enfatizar, especialmente en la década de los años 90, la idea de que con el advenimiento del fenómeno globalizador, y su inserción cada vez más cotidiana en muchos de los espacios de interacción social, se estaba ante el fin de la política y en consecuencia del Estado.

Convertida en ideología, en pensamiento único, la globalización –proceso histórico- se ha vuelto globalismo, o sea imposición de la unificación de los mercados y reducción al mercado de las discrepancias políticas y las diferencias culturales. Al subordinar estos dos escenarios de la diferencia a una sola visión de la economía, lo político se diluye y el Estado parece casi innecesario (García Canclini, 1999: 50).

Este proceso estuvo acompañado de un empuje de lo comunicacional, en términos corporativos y globales. Se produjeron grandes fusiones empresariales con implicaciones en las economías de diversos países, así como la cada vez mayor difusión transnacional de producciones simbólicas y el frecuente uso de “franquicias” en la producción local, por ejemplo de televisión, todo ello unido a claras orientaciones sobre lo que deben hacer o no los países. Desde nuestra perspectiva, en todo este proceso nunca se ha dejado de actuar políticamente, pues en el fondo tanto las transacciones financieras como la difusión mediática implican construcciones políticas, en tanto son formas de intervención en lo público, en la sociedad. Cabe recordar, como lo apunta Martín Barbero (2001) que la comunicación no es simplemente objeto para una política, sino un escenario primordial para que la política encuentre espacio de desarrollo simbólico, pues a través de los medios se puede representar un vínculo entre los ciudadanos.

*Los media han pasado a ser un espacio crucial en la configuración del espacio público y de la ciudadanía misma –decimos crucial para señalar que no se trata de un fenómeno nuevo, pero sí intenso y sustantivo-, tanto por el peso que ahora tienen para gravitar en la definición de las agendas públicas como para establecer la legitimidad de tal o cual debate (León, 2002: 2).*

Con este peso determinante que tienen en la vida social sería incomprensible que desde un punto de vista estatal y ciudadano no se fijen políticas públicas justamente

en un espacio de relacionamiento que ha transformado nuestra forma de entender lo político.

En este punto es necesario remitirse a la noción de esfera pública, para ubicarla en el contexto de la revisión conceptual de este trabajo. Cualquier aproximación a la noción de esfera pública está en deuda con Habermas (1981), quien la asocia al rol de los medios de prensa, a partir de una revisión histórica de tres sociedades de Europa occidental: Alemania, Inglaterra y Francia. “Habermas sostiene que el desarrollo del capitalismo mercantil en el siglo XVI, junto con las cambiantes formas institucionales del poder político, crearon las condiciones para que, a principios de la Europa moderna, surgiera una nueva forma de esfera pública” (Thompson, 1998: 100). Eran épocas de tensiones, pues la tradicional nobleza buscaba un retorno al control de la vida social y económica del poder feudal, en tanto que la burguesía “trataba de modificar las superestructuras que obraban a manera de corsé constreñidor para sus necesidades de expansión: desde el control ideológico hasta el control de las reglas del comercio” (Vásquez Montalbán, 1997: 90). Empezó a verse con claridad la necesidad de llevar al público el debate de las ideas.

A esto apunta básicamente Habermas, puesto que estas personas que desde su actividad privada intentan incidir en lo público, son un segmento de la sociedad que en el sentido del autor alemán corresponden estrictamente a su noción de sociedad burguesa. Para Habermas (1981) se trata de una esfera pública burguesa. En este contexto, tendrá un rol importante por una parte el surgimiento y consolidación de una prensa, que se podría catalogar de voz independiente en algunos contextos de aquella Europa, y a la par está el establecimiento de partidos políticos, entre cuyos papeles está la formación de una opinión pública.

Peter Schenkel (1981), quien en su momento se dedicó al estudio de la temática, apuntaba hace casi tres décadas la dificultad de definir una política pública en materia comunicacional, especialmente porque la comunicación está presente en todos los sectores “igual en la agricultura que en la industria y en todos los niveles, tanto en el plano ejecutivo, como legislativo, global y local y se manifiesta a nivel colectivo e individual”. Sin embargo, el mismo autor apela a lo que se considera la definición clásica que fue aportada por el boliviano Luis Ramiro Beltrán y que define a una PNC como “un conjunto integrado, explícito y duradero de políticas de comunicación armonizadas en un cuerpo coherente de principios y normas dirigidas a guiar la conducta de las instituciones especializadas en el manejo del proceso general de la comunicación en un país”. Vista así, la PNC sería como una suerte de guía maestra de las políticas públicas, de la cual deberían emanar otro conjunto de planes, acciones y estrategias. Los autores de la década de los años 70 colocaban en un primer orden la necesidad de planificación, con lo cual se pretendía “ordenar el sistema de comunicación de acuerdo con las necesidades prioritarias de la sociedad” (Schenkel, 1981:16). Una muestra de esta orientación está recogida en el libro “Planificación y Comunicación” de Bordenave y Carvalho en 1978.

La respuesta a esa necesidad son las políticas de comunicación. En la región, en los últimos años, el sistema de medios se ha mantenido prácticamente incambiado y el marco regulatorio se percibe “anacrónico” (Gomez, 2010), arrastrando consigo una serie de problemas que dejan como saldo una “débil democracia”.

Entre otros, se destacan problemas en la capacidad de renovación de las licencias de usufructo de los medios, una sesgada distribución social en la propiedad de los mismos -orientada fundamentalmente al sector privado en desmedro del ámbito social y público- y una limitada diversidad de contenidos y perspectivas –poco plurales e

innovadoras- con gran poder de influencia en la opinión pública nacional.

En este escenario algunas iniciativas recientes intentaron promover un sistema de medios más plural a partir de una nueva legislación, una transformación de la institucionalidad y el diseño de políticas públicas de comunicación con participación de la sociedad civil.

Estos intereses han sido revisados a partir de un replanteo de las condiciones de usufructo-propiedad de los medios que evite la concentración y una distribución más equitativa del espectro entre el sector empresarial –privado-, la sociedad civil y el ámbito público.

Por otro lado, se han planteado iniciativas para mejorar la calidad de la programación y en particular para lograr otorgar un espacio más relevante a la producción nacional, generar condiciones de inclusión social de los más desfavorecidos y minorías especiales en el ámbito audiovisual.

La realidad de la intervención sobre este tema específicamente es diversa en América Latina.

Países tales como Argentina, Ecuador y Venezuela han avanzado raudamente sobre nuevas regulaciones en materias de medios de comunicación a la par de otras reformas económicas, sociales y culturales que han llevado adelante. No obstante, las reformas se han colocado en el centro del debate convirtiéndose en un clivaje más de fractura en el escenario político.

Países como Ecuador, han planteado “el imperativo de posicionar a la comunicación como un elemento vertebrador y articulador de los movimientos y organizaciones



sociales, de sus acciones reivindicativas, de sus construcciones identitarias y a la vez como motor para incidir en la transformación política y social más amplia” (Cerbiño, 2013).

Entre tanto, en sociedades como la venezolana requieren no de la suplantación del Estado, sino de hacer Estado, en la medida en que existen grandes brechas sociales, que se expresan también en el acceso a las nuevas tecnologías de información, a la par que se evidencian falencias en el entramado legal que brinden herramientas para el ejercicio de los ciudadanos en su interacción cultural y comunicacional. La construcción de ese Estado, que facilite y propicie la participación ciudadana, surge precisamente de un quehacer político democrático. Se trata de insertar lo plural y diverso que coexiste en el plano social y mediático dentro de políticas públicas emanadas del Estado.

Desde nuestro punto de vista, es indispensable revisar críticamente el debate latinoamericano sobre las políticas públicas de comunicación de las décadas anteriores, especialmente porque algunos gobiernos de la región, incluyendo a Venezuela, apelan en la actualidad –y en alguna medida tergiversan- a conceptos y propuestas de aquel momento sin calibrar los diferentes contextos históricos y políticos.

Para esta tarea nos resulta particularmente valioso un artículo publicado por Jesús Martín Barbero (2001), el cual nos servirá de guía para esta breve pero necesaria revisión de estas políticas a la luz de las dinámicas sociales actuales. En buena medida, en las experiencias de generar políticas públicas de comunicación, en América Latina, confluyeron gobiernos y especialistas (tanto del aparato oficial como académicos y también de redes internacionales tal es el caso de la UNESCO) y aunque las propuestas en su sentido más amplio perseguían garantizar los derechos de las ma-

yorías en su relación con los medios de comunicación, en la práctica los gobiernos identificaron esta dinámica con una mayor presencia gubernamental en el espacio comunicacional. Estos fines, que se movieron en niveles paralelos, evidentemente debilitaron la finalidad de las propuestas porque desde lo gubernamental no existió capacidad para entender que la apuesta debería ser por un espacio ciudadano, no necesariamente oficialista, en el universo massmediático nacional.

Esto se relaciona con un segundo aspecto, que fue de carácter restrictivo. Las políticas públicas de comunicación de los años 70 y 80 se limitaron al Estado, a la esfera gubernamental, obviando que en el hacer Estado, por el que se ha abogado con anterioridad, se debe partir de una lógica incluyente, plural. Tras la revisión de aquellas experiencias se puede concluir que en la construcción de políticas públicas se cruzan factores como esfera estatal, ciudadanos, mercado, instituciones, partidos políticos y vida cotidiana. Al mirar el contexto, se debe resaltar que:

*No conviene dejar estos asuntos sólo en manos de políticos y empresarios, dado que tienen que ver con derechos humanos básicos y con la comunicación y comprensión entre naciones. Implican a la educación como formadora de la mirada sobre los diferentes, y a la política cultural donde se seleccionan patrimonios y se excluyen otros, se transmiten discriminaciones o se ayuda a apreciar lo diverso (García Canclini, 1999: 55).*

La generación de estas propuestas, durante los años 70 y el debate que le siguió durante los 80, se hizo desde arriba, desde la máxima jefatura del Estado en muchas ocasiones, y se partía de que al tener una buena intención (en teoría garantizar los

derechos de la ciudadanía) eso en sí podría generar la apropiación ciudadana. Este último aspecto resultaba crucial, para una viabilidad a largo plazo de lo propuesto (que quedó básicamente en el papel), especialmente si se recuerda que las PNC fueron duramente atacadas desde las empresas privadas del sector comunicacional.

Finalmente, las políticas públicas de comunicación de décadas atrás adolecieron justamente de lo que criticaron. La concepción de lo nacional en estas propuestas pasó por ver a la nación como una, desde un punto de vista cultural, con lo cual se dejó fuera lo diferente, lo otro, lo que siendo distinto también formaba parte de lo nacional. Esta visión repetía la homogeneización cultural que precisamente se criticaba, y con razón, por la dominante presencia en nuestras pantallas de producción audiovisual estadounidense. Hoy, es válida la revisión de lo que fue la propuesta de PNC, pero cuando se habla de políticas públicas se concibe la posibilidad de prácticas incluyentes, en las que se abra el horizonte de representación diversa en la construcción de lo cultural nacional, y ello en la práctica puede estar garantizado por distintos niveles de participación ciudadana en el proceso de concebir, diseñar y ejecutar planes en el sector comunicacional. Una política pública no podría reducirse, en el contexto actual, a garantizar difusión y ampliar la recepción, que aún cuando pueda ser de mensajes concebidos desde otra óptica cultural serían igualmente unilaterales. Es por ello, que con Martín Barbero se coincide en resaltar la necesaria activación de ejes que desde los distintos escenarios sociales pasen por la experimentación, la apropiación y la invención por parte de los ciudadanos en una relación dialogante con el universo comunicacional, ante el cual –hasta ahora– sólo han tenido la posibilidad de recibir. Esto requiere que la comunicación sea desplazada desde los medios hacia la mediación y reconocimiento sociales y en ello estas políticas públicas deben partir de que de la sociedad son parte el Estado, los ciudadanos, el mercado, así

como partidos políticos y movimientos y organizaciones sociales, y que no es sólo una cuestión de involucrar a instituciones, sino también de mirar la cotidianidad (Martín Barbero, 2001).

Adicionalmente, los Estados tienen una deuda con los medios de carácter público, que bajo administraciones oficiales se han convertido o en espejo exclusivamente de la voz gubernamental o en expresiones fallidas que intentan repetir las fórmulas comerciales de los medios de carácter privado. Para estos medios deben promoverse políticas que busquen reforzar su rol “como espacios para alimentar el debate amplio, plural y abierto a las diversas perspectivas, ideas y expresiones culturales de la sociedad” (León, 2002: 2). Un caso emblemático en América Latina lo constituye la Televisión Pública de Chile, que una vez recuperada la democracia en la década de los 80 se refundó bajo los principios de pluralidad informativa y de opinión, independencia editorial y autonomía administrativa (Fuenzalida, 2006).

En definitiva, desde el Estado se cuenta con la obligación de atender desde una nueva generación de políticas los desafíos de regular las reglas del juego en materia de comunicación. Requerimos de una perspectiva que nos permita adentrarnos en dicha “caja negra”, de manera de comprender que “las organizaciones están habitadas por individuos y que, en la búsqueda de soluciones a los problemas colectivos, ellos están restringidos por marcos institucionales” (Zubbrigen, 2006).

El modelo desarrollado por Douglas North nos guía en la interrogante: ¿cómo se puede desarrollar un compromiso creíble que permita acuerdos cuando las recompensas se materializan en el futuro y con respecto a cuestiones completamente diferentes? La propiedad de ser auto-cumplibles (self enforcing) es muy importante en este tipo de intercambios.

Para North, las instituciones políticas reducen la incertidumbre al crear una estructura estable para el intercambio. Y las instituciones son “un compuesto de reglas, restricciones informales (normas de comportamiento y convenciones), mecanismos de enforcement. Son las reglas del juego, y por ende definen la manera en que se juega” (North, 1998). Ese carácter de permanente de dichas reglas hace que cada uno de los actores vea en ellas cristalizadas ya sea sus peores temores o las conquistas más deseadas.

A su vez, las instituciones son determinadas por “las restricciones que derivan del pasado, y por las consecuencias (frecuentemente no anticipadas) de innumerables elecciones incrementales de entrepreneurs, que continuamente modifican estas restricciones. Ese patrón de dependencia demuestra que la historia importa” (North, 1998). En este sentido, debe tenerse en cuenta el modo en que se ha tratado el tema en el pasado así como el modo en que operarán los actores en el contexto que determinan las nuevas reglas.

Analizar el proceso de debate que se da en torno a la discusión pública sobre la regulación de los medios, requiere colocarse en los zapatos de quienes negociaron cada uno de los puntos. Lo que estaba en juego era dejar atrás varios años de desregulación del espectro de radiodifusión y de libertad que han tenido los operadores de medios, privilegiando sus posiciones políticas sobre otras. Esto conlleva intereses económicos de carácter nacional e internacional, donde las esferas del Estado nación terminan desdibujadas.

Situados en esta perspectiva, las instituciones no determinan en forma directa los resultados de políticas, sino a través de su influencia en los transcurso de hechura de las políticas públicas, en donde éstas son diseñadas, aprobadas e implementadas por

los actores. Entonces, no es que las disposiciones previstas en la Ley de radiodifusión comunitaria no hayan influido sobre los actores, sino que desde la perspectiva de acción de cada uno de ellos, adaptaron su postura ante “las nuevas reglas del juego” y terminaron generando en la práctica una nueva institución.

La política de comunicación termina siendo resultado del mismo debate en el que actúan los medios de comunicación, lo que no permite siempre que las diversas posiciones se reflejen en la agenda pública, porque aún tienen poder de veto en materia de contenidos. La salida de este círculo vicioso en América Latina se ha dado a través de duros enfrentamientos (como los casos de Argentina, Ecuador y Venezuela), a través de procesos de regulación que avanzan entre impulsos y frenos (Uruguay) o mediante prolongados silencios sobre la materia (la mayoría de América Latina).

## 1.5 Agenda política, agenda mediática

*“Si no existen significados compartidos y socialmente construidos es difícil que se produzca la acción colectiva, aunque exista la estructura de oportunidades adecuada. Se trata de la ‘dimensión cognitiva’, ‘ideal-valorativa’ y ‘cultural-identitaria’ de la acción colectiva. El desafío comunicacional en esta perspectiva radica en cómo generar esos significados compartidos hacia dentro de un colectivo” (Ponce, 2010).*

Los autores no comparten los puntos de vista que le adjudican una suerte de justificación todopoderosa al accionar de los medios de comunicación en el campo sociopolítico, empero no debe obviarse el papel central que juegan en las sociedades contemporáneas y especialmente latinoamericanas.

*Los medios no son el único agente de socialización política, pero son los medios quienes llevan más eficaz y más rápidamente la información política a los hogares. Lo que ellos difunden y el modo en el que lo hacen influye en las creencias del público acerca de lo que es y de lo que debería ser la política. (Álvarez, 1995: 86).*

El predominio de la «platea» sobre la «plaza» como lugar de construcción de lo político, constituye el modo inicial de dar cuenta acerca de la ‘mediación’ de la política, base que alude a la centralidad que han adquirido los medios de comunicación para legitimar temas y actores (Canelón, 1996). Esta tendencia ha llevado a que muchas estrategias políticas, en la actualidad, se hagan desde lo comunicacional, pasando a ser esta dimensión central en las mismas y no un aspecto complementario. Así, se observa cómo elementos que años atrás no tenían mayor relevancia para las figuras públicas, hoy día forman parte integral de sus campañas políticas, como lo es la asesoría de imagen, que se ha convertido en práctica común para todos aquellos que aspiran ofrecer seguridad y credibilidad a través de los mass media a los posibles electores. Con esto, esta dimensión no sólo es un recurso, sino el propio espacio desde donde se efectúa la acción política, la intervención en la esfera pública. De modo que “el diálogo entre individuos y sociedad, sociedad y políticos, políticos y gobierno, se realiza, en buena medida, a través de los medios.” (Osorio Meléndez, 2002: 23).

Autores con un marco de reflexión situado en América Latina, como Martín Barbero (2001), han apuntado que esta dinámica no resulta extraña a la experiencia social

de nuestros países dado que se está en sociedades en las que actores tradicionales como el Estado, la Iglesia y los partidos políticos ya no pueden vertebrarla, y hay una presencia masiva de la industria massmediática, con lo cual “lo público se halla cada día más identificado con lo escenificado en los medios” (2001: 75).

La proyección de lo que sucede, a través de los medios, hace pensar que en muchos casos todo termina donde acaban los límites de lo que presentan. Por tal razón, el resto de un mundo que sigue generando otro tipo de construcciones comunicacionales queda excluido y ‘la comunicación’ parece ser sólo asunto de los medios.

Marcelino Bisbal (2005) apunta algunas características del nuevo proceso, en el cual no sólo hay una reproducción mediática del tradicional juego político, sino un propio replanteamiento. Los medios construyen/reconstruyen la “agenda política”, redefinen el quehacer político y en definitiva se convierten en la nueva “plaza pública”; de ésta forma “nacen y se afirman fenómenos conocidos como la política del espectáculo, el marketing político, la personalización de los programas y los performances electorales” (2005: 48). Hay un nuevo simbolismo en marcha para la consolidación de la imagen política a través de los medios masivos.

En la democracia clásica, apunta Bisbal (2005), los partidos políticos eran los legítimos intermediarios entre el Estado y el pueblo; dicha intermediación es ejercida hoy desde la pantalla de televisión. Para este autor, no hay una disolución de la política, como muchos apocalípticos denuncian, sino que se está asistiendo a “una reconversión de la política y en definitiva de las esferas de lo público” (2005: 50).

En la nueva escena de interacción, la política pasa a constituirse desde lo mediático: “los medios aparecen como lugares privilegiados para el contacto y la construcción



de adhesiones, suplantando las plazas públicas y los más pequeños pero propios espacios de debate y acción conjunta” (Bisbal, 2005: 52). Sin lugar a dudas, los medios son en este momento el instrumento para repolitizar la sociedad, ya que es a través de ellos que las personas se mantienen vinculadas a lo público, en una suerte de ciudadanía mediática, a pesar de las limitaciones, tergiversaciones o trivializaciones inherentes a la estructura y al funcionamiento de los medios de comunicación (Corredor, 2005: 59).

### **1) La construcción de la legitimidad**

Una de las principales funciones de la comunicación de gobierno es la de generar esa visión del conjunto social, respetando las distintas opiniones, identidades, territorios, etc. En términos de Weber, quien tenga la jefatura de gobierno necesariamente debe construir legitimidad, esto es, las razones que una persona tiene para ocupar cierto espacio de poder, en este caso, la conducción del colectivo ciudadano. Esa construcción de legitimidad puede hacerse apelando a la tradición, como en el caso de un monarca, a procesos legal-rationales, como en la burocracia, o al carisma del propio líder político.

La legitimidad construida debe necesariamente estar ligada a las capacidades de gobernabilidad, es decir, de timonear los procesos sociales, asegurar la toma de decisiones dentro de un determinado marco acordado por la ciudadanía. La gran diferencia con las lógicas de comunicación privadas es que se debe velar por la visión del conjunto social y no por criterios particularistas.

### **2) El rol de la representación**

Un segundo ámbito de la comunicación de gobierno refiere al rol de intermediación

entre intereses disímiles dentro de una misma comunidad. Por ejemplo, si se instala una inversión extranjera, como una planta de celulosa, y ello afecta a los derechos de la comunidad local, el Estado debe intervenir al respecto. El mapa de públicos de un gobierno es amplio y debe intervenir estratégicamente sobre cada uno de ellos.

¿A través de qué canales se comunica el gobierno con la ciudadanía? ¿Qué temas prioriza en la agenda pública? La democracia representativa lleva consigo una necesidad de generar espacios de interacción entre los gobernantes y la ciudadanía. La representación política puede definirse como una relación de carácter estable entre ciudadanos y gobernantes, por efecto de la cual los segundos están autorizados a gobernar en nombre y siguiendo los intereses de los primeros, y están sujetos a una responsabilidad política de sus propios comportamientos frente a los mismos ciudadanos por medio de mecanismos institucionales electorales (Cotta, 1986). Para ejercer esa tarea de representación se requiere de un oído muy afinado y de una voz que comunique a diversos públicos la agenda del gobierno. La sintonía con el parecer de la ciudadanía, que tan comúnmente conocemos como opinión pública, requiere ser monitoreada en forma constante por parte de los tomadores de decisión. La velocidad con que viaja la información en nuestra sociedad es prácticamente instantánea, por lo que las imágenes de gobierno están continuamente librando una batalla por ganar la atención ciudadana y lograr una buena percepción.

David Easton (1993) ejemplifica el proceso del sistema político como un ciclo de retroalimentación de una red política, que va desde el punto inicial del producto hasta el retorno a las autoridades. Estas últimas son, por definición, los acreedores de productos: la retroalimentación debe volver a ellas si se quiere que resulte eficaz para enfrentar la tensión. Para aportar a la fluidez del proceso, el autor utiliza la metáfora de una “caja negra” que debe tender lazos con la ciudadanía, escuchando sus carac-

terísticas, intereses y necesidades. Pero, por otro lado, tiene la misión de comunicar a la ciudadanía cuál es la actividad del sistema político y, fundamentalmente, cuáles son las políticas públicas que se están produciendo desde el gobierno.

Gracias a la comunicación de gobierno la “caja negra” podría volverse mucho más transparente. Es a partir de los mensajes enviados por el Estado desde donde la ciudadanía se forma una opinión sobre éste. La transparencia o fidelidad de las comunicaciones de gobierno está influida por una variable interviniente: los medios de comunicación. Y entonces surgen otras preguntas: ¿cómo se traslada la agenda de gobierno a la agenda de lo noticioso?, ¿hasta qué punto el Estado puede regular e intervenir en la agenda mediática?, ¿quién controla que la agenda de gobierno no sea manipulada en la construcción noticiosa?

El Estado comunica con todas sus acciones. Desde el proceso de recolección de basura, la prestación de servicios públicos, la solicitud de certificados o de registros, el pago de tributos e impuestos... siempre, de una u otra manera, el Estado está presente en el diario vivir de los ciudadanos. La comunicación atraviesa en forma transversal la gestión del Estado y, por ende, el trabajo en la cultura organizacional, los procesos de comunicación interna y el relacionamiento con la ciudadanía son temáticas de interés de la comunicación de gobierno. ¿Cómo ese gran leviatán concibe y gestiona las demandas de la ciudadanía? Una interrogante que queda abierta a la mejora de los procesos de atención al público en el Estado.

Para finalizar, es importante hacer hincapié en la pregunta sobre los espacios de participación ciudadana necesarios para que el punto de vista de la sociedad civil incida, efectivamente, en la toma de decisiones.

En este debate encontramos algunas interrogantes más: ¿cómo puede el ciudadano incidir en la agenda pública? ¿Qué ocurre con él en el proceso de formación de la agenda de gobierno? Juega un rol trascendental lo que se califique como asunto o ámbito público. Si entendemos por ámbito público a aquel que tiene la función de mediar entre Estado y sociedad, entre política y economía, entre constitución política y constitución real de una sociedad, entre la norma general y los intereses y necesidades particulares (Aguilar Villanueva, 1993), desde el Estado se pueden promover canales de participación ciudadana de manera de acrecentar la apropiación de la democracia por parte de sus propios soberanos.

## 1.6 Medios y actores políticos

En este punto conviene revisar el concepto de comunicación política, cuyo papel luce crucial en la consolidación de un sistema de demandas sociales y respuestas institucionales. Canelón (1996) sostiene que la comunicación política “es un proceso multidireccional de intercambio de datos entre los distintos sectores y niveles de la estructura (actores políticos primarios, intermedios y de base)” (1996: 13). En el marco de una sociedad abierta, plural, “los medios masivos constituyen un canal formal e institucional de acceso al sistema” (Canelón, 1996: 14), permiten la transmisión de las demandas públicas, y simultáneamente son canal para difundir la adopción de las decisiones políticas.

Actualmente se habla de los medios masivos como lugar del encuentro, del reconocimiento, de la construcción plural de la opinión:

*Los medios son, para algunos, el lugar de la realización plena de esa comunidad inclusiva que nuestros países niegan, de esa ciudadanía meramente nominal o incompleta derivada de las profundas desigualdades económicas y sociales en que vivimos y que conculca no sólo los derechos ciudadanos sino que impide el cumplimiento de las obligaciones que esa condición conlleva y hasta la misma posibilidad de reconocer y reivindicar aquellos derechos (Mata, 2002: 67).*

No cabe duda de que independientemente de los valores que defiendan, o de las posiciones que los medios asuman, la posibilidad de hacerse presente en ellos es, al menos, garantía de acceso a un espacio donde convergen diversos sectores, cuyo encuentro propicia deliberaciones en torno a temas de interés colectivo.

Otro aspecto que acrecienta el rol de los medios por los efectos que consiguen es que, debido a la fascinación y encanto que ellos producen, condicionan automáticamente las verdades sociales, jurídicas, éticas y morales que entregan, convirtiéndolas en verdades mediáticas autónomas. Las verdades sociales, éticas y morales obedecen a un discernimiento racional o al menos constituyen el producto de un ethos inspirado en la verdad como tal. Las verdades mediáticas, en cambio, obedecen a criterios de emotividad en los que adquieren valor de por sí (Osorio Meléndez, 2002: 24).

La manera en que se presentan y relacionan acontecimientos, a través de los medios de comunicación, determina en buena medida el privilegio con el que cuentan, por encima de otras formas de expresión que se producen fuera de ellos. Lo que se muestra en ellos debe ser atractivo para la audiencia, no sólo en términos de captar su atención para garantizar rating, sino para lograr una identificación plena en rela-

ción con los puntos de vista que se transmiten por su conducto.

La especie de lupa que representa la pantalla, el micrófono o la página del diario, además de una estética particular que acentúa la posibilidad de atención sobre ellos, relativiza preceptos establecidos y los coloca en tela de juicio, frente a otros que responden a conflictos más actuales y novedosos, pero que no por ello son menos idóneos. Por tal razón, el control y la responsabilidad de los medios sobre la manera en la que se jerarquiza lo que está o no en sus espacios, define también los principios inherentes a las formas sociales de organización, pues éstas saben que sólo verán reflejadas sus acciones en la medida en que se inserten dentro de la lógica massmediática.

Críticamente se ha sostenido que desde los medios se construye una idea de opinión pública con encuestas y sondeos, “que tienen cada vez menos de debate y crítica ciudadanos y más de simulacro” (Martín Barbero, 2002: 15). Se está ante una dinámica en la que cotidianamente se presentan resultados de estas consultas como la opinión pública legítima y válida, mientras que en este incesante bombardeo de información y toma de posiciones “la sociedad civil pierde su heterogeneidad y su espesor conflictivo para reducirse a una existencia estadística” (Martín Barbero, 2002: 15).

Algunos autores consideran que:

*La verdadera importancia social de la acción de los medios de comunicación de masas no se sitúa en el plano más inmediato de las actitudes y opiniones individuales, en el cual su influencia es bastante relativa. Por el contrario, esta repercusión hay que buscarla en un plano más profundo, más a largo plazo, en los efectos que tienen sobre la*

*comprensión de la realidad política por parte del público y, en consecuencia, sobre la formación de la opinión pública (Benedicto, 2002: 35)*

Se trata de un proceso, en el cual es evidente la adaptación por parte de la sociedad al hecho de que los medios estén presentes en muchos ámbitos, entonces no resulta extraño que los mismos se vean como integrantes de la esencia social. El impacto de su acción ya no se ubica en la influencia directa sobre actitudes y conductas, sino que va más allá, a la creación de significados que coadyuvan en la conformación de una realidad (Benedicto, 2002: 34).

Además, la dinámica social hace parecer ilógico concebir a los medios de comunicación como laboratorios maquiavélicos, al interior de los cuales se gestan planes y acciones dirigidos directa y expresamente a ejercer una influencia en las audiencias. Si los contenidos de la programación de los medios tienen peso en la forma como se percibe al mundo, es muy probable que ello no sea consecuencia de campañas orquestadas para que ocurra así. Razonablemente se plantea toda una dimensión en la cual las realidades políticas y sociales presentadas son ordenadas con una cierta estructura que permite, según parámetros lógicos, se obtenga identificación con el mensaje.

En un sentido general, sin embargo, la construcción mediática de la política no es asunto exclusivo de Venezuela y de la particular coyuntura que se vive en el país. La tendencia apunta al conjunto de este quehacer en diferentes ámbitos y realidades nacionales: “ahora la política es cuestión de comunicaciones masivas” (Bisbal, 2003:125), pero ante el vacío de representación en la construcción de lo que se es-

pera sea representativo, se facilita la adhesión del discurso de quienes intervienen o pretenden intervenir en lo público al modelo de comunicación hegemónico (Martín Barbero, 2002).

Se está ante sociedades, con excepciones obviamente, en las cuales no existen liderazgos consolidados, como los que fueron construidos anteriormente teniendo como base la relación directa, el contacto cara a cara. Dicha debilidad, en la acción de quienes pretenden ejercer representación ciudadana, posibilita la intervención mediática en la definición de la propia agenda política, quedando ésta al servicio de aquella y, no como se podría entender en una práctica coherente, en la cual lo comunicacional es una estrategia más en el conjunto de acciones y no la vértebra central del quehacer político.

Un aspecto que se relaciona con lo anterior, pero que coloca la discusión en otro terreno, tiene que ver con la relativamente escasa presencia de estudios que permitan identificar el nivel de incidencia de los medios “en los procesos de creación de marcos cognitivos e identidades colectivas” (Laraña, 1999: 59), los cuales resultan indispensables incluso para explicar los procesos de participación en las organizaciones sociales y políticas. La aseveración de Laraña tal vez deba ser relativizada y colocarse en un contexto más amplio, pues la literatura –especialmente estadounidense- ha revisado algunos aspectos sobre los cuales conviene detenerse. W. Russell Neuman, por ejemplo, enfatiza la idea del impacto que han tenido las tecnologías de comunicación de la sociedad moderna en la configuración “de la vida pública y la cultura política” (2002: 100). Para este autor los estudios sobre el impacto político de la comunicación masiva se han ubicado en dos extremos que dificultan una aproximación coherente con la comprensión de un fenómeno que ha revolucionado la forma de hacer política y de la propia teoría social (2002: 101). Conviene indicar



que se han venido diversificando las perspectivas teóricas, como la agenda-setting (McCombs y Kioussis, 2004), el *priming* (Iyengar y Kinder, 1993) y el *framing* (Cappella y Hall, 1997), que ratifican la importancia de los medios en la percepción que las audiencias construyen sobre su entorno. Una lectura reciente de este impacto en materia de audiencias parece encontrar puntos relevantes en la investigación sobre el llamado fenómeno Fox News, que ubica a este medio como catalizador de la corriente conservadora en la sociedad estadounidense de los últimos años (Blesa, 2006). Desde nuestra perspectiva, debe enfatizarse la idea de que los medios masivos efectivamente le proporcionan a las organizaciones políticas y sociales “un marco de referencia desde el que son percibidos por la opinión pública” (Laraña, 1999: 59). La cobertura mediática, asimismo, permite una dramatización de los hechos, atribuye el liderazgo de las acciones sociales a ciertas personas e intensifica la imagen de conflicto con las instituciones (Laraña, 1999: 60), lo cual cuando se ve en conjunto sin duda contribuye a potenciar la visibilidad de la agenda política desde lo mediático.

Rafael Roda (1993) sostiene que, tras una revisión de las tendencias en estudios de medios de comunicación en las últimas décadas, cobra vigencia el predominio de la función de «agenda setting» frente a otras funciones secundarias de los medios. Clásicamente se le ha entendido como

*La capacidad para influir en el nivel de relevancia de los problemas en la conciencia pública, debido a la atención diferencial que los medios les conceden en el proceso de reflexión sobre la realidad. La función genérica de agenda setting se desgaja en varias operaciones, las más importantes de las cuales consisten en establecer lo que hay, lo que es importante, lo que es incorrecto (Roda, 1993: 36).*

## 1.7 Centralidad comunicacional de la política

*“Asistimos en América Latina a una democracia de presidentes/celebrities que saben estar cerca de los sentimientos y expectativas populares, pero lejos de la argumentación ideológica” (Rincón, 2006).*

Para reconocidos autores contemporáneos como Norberto Bobbio (1994), la potenciación de nuevos actores en la escena política tiene una estrecha vinculación con los medios de comunicación y la formación de opinión pública. A juicio de Bobbio, “en la esfera de la sociedad civil también se ubica normalmente el fenómeno de la opinión pública, entendida como la expresión pública de consenso y disenso con respecto a las instituciones, transmitida mediante la prensa, la radio, la televisión, etcétera” (1994: 45). Por lo demás, opinión pública y acción política caminan de la mano y se condicionan mutuamente. Sin opinión pública, lo que más concretamente significa “sin canales de transmisión de la opinión pública, que se vuelve ‘pública’ precisamente porque es transmitida al público, la esfera de la sociedad civil está destinada a perder su función y finalmente a desaparecer” (Bobbio, 1994: 45).

Con todas estas reflexiones, se puede asegurar que se replantea la relación entre Comunicación y Política, no en términos accesorios o accidentales, en el contexto de las sociedades contemporáneas. Hay un cambio sustancial, no sólo en la relación con lo político, mediado por la pantalla, sino en la propia manera de convivir socialmente. Se asiste a una “intromisión” de la cultura massmediática en la política y en las distintas esferas de la vida pública y privada, que en opinión de estudiosos:

No es la disolución de la política y la democracia, ni siquiera de la vida como se pu-

diera pensar entonces, sino más bien de una reconversión de la política y en definitiva de las esferas de lo público. En estos tiempos los medios se convierten en el espacio público privilegiado por la gente; los medios están alterando la vida y hasta las propias formas que hoy día adquiere la socialidad (Bisbal, 2005: 50).

Esta relación entre agenda mediática y agenda política es de larga data, sin embargo en las últimas dos décadas es que se ha vivido un cambio sustantivo, al menos como se constata en América Latina. De acuerdo con algunos autores, “el paradigma político latinoamericano era tan poderoso que condicionaba a los medios de comunicación imponiéndole sus ritmos y muchas de sus reglas de juego, en una centralidad política de la comunicación” (Corredor, 2005: 59). Sin embargo, a finales de los años ochenta y durante los noventa, se observa que la relación se ha invertido y son los medios de comunicación quienes imponen sus ritmos y sus reglas de juego a la actividad política. “El exponencial crecimiento del poder de los medios en nuestros países ha convertido al paradigma mediático en el paradigma dominante. La actual, es la América Latina de la centralidad comunicacional de la política” (Corredor, 2005: 59).

## 1.8 Mediatización y personalización de la política

Se ha hecho mención a dos características que parecen ir de la mano: La política, dentro de la cual debe incluirse la acción de gobierno, está cada día más personalizada, es decir depende cada día más de la fuerza de una figura-líder, de sus cualidades y atributos, y esto encuentra en el espacio mediático, especialmente gracias a la televisión, un escenario idóneo para lo que se podría llamar una puesta en escena (Berrocal, 2004). No se sostendrá aquí una crítica tajante sobre este fenómeno, pero al revisar la literatura abundan miradas que parecen cuestionarlo. Desde nuestro

punto de vista, la acción de los medios sobre la sociedad moderna, como se ha indicado a partir del impacto masivo que tiene en la década de los años 60, marca un paisaje político, cultural y simbólico diferente, en el cual es necesario adentrarse sin los prejuicios que marcaron la producción intelectual de la llamada escuela crítica de Frankfurt, con gran impacto en la intelectualidad latinoamericana abocada al estudio de los medios y su impacto en la sociedad.

La mirada europea sobre esta puesta en escena de la política a través de la pantalla chica tiene en el italiano Giovanni Sartori y en el francés Pierre Bourdieu dos exponentes cuestionadores. Para Sartori (1998), el mayor peligro de la mediatización de la política está en la capacidad de los medios, y en particular de la televisión, para fabricar “acontecimientos” (1998: 13). A su juicio, la política tiene cada vez menos relación con acontecimientos genuinos y cada vez más con acontecimientos mediáticos, es decir, hechos fabricados para ser puestos en la escena de la televisión.

Al considerar a la televisión como “la autoridad cognitiva más importante de los grandes públicos” (Sartori, 1998: 114), el estudioso italiano pone el énfasis en un asunto que no se puede soslayar, se trata del peso de la televisión como gran espacio informativo-formativo y de entretenimiento de los sectores mayoritarios de la población, los cuales en muchos casos no cuentan con otra producción simbólica-discursiva con la cual puedan contrastar lo representado en la pantalla chica<sup>76</sup>. Si bien las críticas de Sartori (1998) y Bourdieu (1994) están enfiladas hacia el peso público que tienen las figuras de la televisión (periodistas, animadores, reinas de belleza) y cómo éstas han terminado por desplazar a la intelectualidad en su rol de moderadores del debate público y de referentes cognitivos, ubicando el fenómeno desde otro punto de vista, resulta igualmente preocupante –para el debate democrático– que una figura presidencial ejerza su poder no sólo sobre los medios, sino desde los medios, si se

admite el poder simbólico de éstos.

Certeramente Sartori (1998) vuelve sobre la idea de que se vive en una etapa en la que prevalece la “videopolítica”, en la cual resulta favorecida “la emotivización de la política, es decir, una política dirigida y reducida a episodios emocionales” (1998: 115). No puede soslayarse el precedente del nazismo con su capacidad de arengar y movilizar a multitudes, bajo un estado de notable emotividad, tal como lo ha recogido la cineasta Leni Riefenstahl con la cinta “El triunfo de la voluntad” (Huguet, 2002). En tanto, esta dramatización pública de las últimas décadas, que no enfila sus acciones hacia el intelecto de la ciudadanía, no es menester exclusivo de “la gente de los medios”, al contrario cada vez más encontramos expresiones de políticos y gobernantes que apelan a este espacio simbólico de representación para su propia puesta en escena. A fines del siglo pasado, al menos a eso apunta la investigación de Aníbal Pérez-Linan (2002), parecía existir una tendencia en América Latina en la cual se combinaban, en la población de diversos países, una alta exposición a las noticias en televisión junto a una pérdida de interés en lo político y menor credibilidad en los partidos políticos. Los datos que maneja este autor son de 1995; 15 años después, se registra otro fenómeno en el uso político de la pantalla chica en América Latina: el uso de las cadenas presidenciales, que implican que sólo la voz y la imagen presidencial sea única en el espacio del espectro radioelétrico de cada país, mientras dura la alocución presidencial. La alta exposición mediática de jefes de Estado como Hugo Chávez en Venezuela, Rafael Correa en Ecuador o Evo Morales en Bolivia (Mena, 2010), parece ser una estrategia consustancial a sus respectivos proyectos políticos, pues además de las cadenas se ha producido una suerte de cerco sobre la expresión que ejerce la crítica. Para ello se ha apelado además de las mencionadas cadenas, al cierre de medios, a sanciones a estaciones, a juicios a periodistas y a demandas a me-

dios, violencia física contra periodistas, entre otros hechos que vistos en su conjunto implican un retroceso para la libertad de expresión y el derecho a la información (Human Rights Watch, 2008).

La presencia cotidiana de la figura presidencial en el espacio televisivo, que caracteriza al tiempo actual, acentúa el fenómeno de la personalización de la acción política y gubernamental. Para el estudioso español José Luis Dader, el personalismo en política denota un progresivo desarrollo a lo largo del siglo XX, hasta llegar a una intensificación radical del fenómeno. En efecto, este autor vincula la política contemporánea con los medios de comunicación de manera determinante:

*Esa hiper-personalización, que choca y repele, desde luego, a los principios teóricos atribuidos a la actuación política deliberante y participativa, está favorecida sobre todo por las características intrínsecas de los medios audiovisuales de comunicación (Dader, 1990: 352).*

Una característica notable de la pantalla chica, como mencionan diversos autores, es que explota la emotividad por encima de la racionalidad. Presidentes latinoamericanos como Chávez, Correa o Morales, parecen haber comprendido cabalmente la naturaleza del show televisivo pues en sus alocuciones que son transmitidas en cadena o por la televisión estatal así como en sus respectivos programas de televisión, apuntalan un discurso político que básicamente se orienta a la emotividad de sus seguidores; por lo general se presentan como víctimas de conspiraciones o de poderes imperiales, resaltan su bondad y comprensión de los problemas de los ciudadanos más

pobres y satanizan a los sectores de oposición, llevándoles a una caricaturización permanente.

La idea de que se está en presencia, notablemente en Venezuela, de una *presidencia mediática* puede explicarse no sólo por la mediatización que vive la política desde hace varias décadas, sino que tiene un punto de apoyo importante en el fenómeno de la personalización. Ambos fenómenos se entrecruzan y se retroalimentan:

*Se puede considerar personalizada la comunicación política cuando las organizaciones políticas, instituciones públicas y medidas políticas ya no se presentan a sí mismas sino que son representadas por un reducido número de políticos que le confieren un rostro y una voz ante la opinión pública. Las estructuras (polity), los procesos (politics) y los contenidos (policy) son relegados y las personas saltan al primer plano y suministran la visión de superficie de la política (Marcinkowski y Greger, 2002: 259).*

Al convertirse las personas en símbolo de la política, la personalización se convierte en elemento integral de una política simbólica. Para Marcinkowski y Greger (2002) se está ante una desviación de la política “propriadamente dicha”, ya que para estos autores “en la democracia lo esencial es el funcionamiento, el carácter abierto y la transparencia de las instituciones políticas y sólo en segundo lugar aparecen las personas que actúan en las mismas” (2002: 259). No se trata solamente de un asunto conceptual, sobre cómo debe construirse un modelo democrático, desde un punto de vista más pragmático también surgen inquietudes sobre el manejo de la comunicación política centrada en figuras y no en acciones o planes políticos, de esa forma

“la comunicación política tematiza cada vez más las cualidades (políticas y personales) de los individuos y menos lo acertado o no de las medidas políticas”; para Marcinkowski y Greger (2002) este fenómeno no es sólo una pérdida de racionalidad de la democracia, sino también un problema de legitimidad política, pues “la personalización conduciría a una mayor inestabilidad (...) porque los votantes se guían por las personas y no por políticas”, y las preferencias políticas de quienes apuestan a personas, con una carga emotiva, puede ser más volátil que aquellos ciudadanos que deciden en función de plataformas partidarias (2002: 259).

De acuerdo con estudiosos de la comunicación política, la relación entre mediación, imagen política y personalización tuvo un hito en la campaña presidencial de Estados Unidos de 1960 con la serie de cuatro debates entre el entonces vicepresidente Richard Nixon y el joven senador demócrata John Kennedy. Como sostiene Berrocal (2004), la importancia de aquella experiencia pionera estriba, para el desarrollo de la comunicación política, en que

*No fue el discurso verbal el que había modificado la relación con los candidatos sino la imagen. El mismo discurso, las mismas promesas, el mismo contenido en cuanto a cada tema daba como vencedor a un candidato si lo había escuchado por la radio, o a otro si lo había visto por la televisión (2004: 55).*

El proceso de la personalización de la política parece incrementarse a partir de aquel debate y ya en las décadas siguientes, según los estudios de opinión, comienza a predominar la evaluación que hace el ciudadano del candidato o gobernante, por encima de sus plataformas electorales, partidistas o gubernamentales. De esa forma, el



nuevo liderazgo político y gubernamental de las últimas tres décadas se caracteriza por su visibilidad, “el líder político y electoral existe para ser observado, para simbolizar acciones y propuestas de su partido o de su gobierno” (Berrocal, 2004: 55).

## **Consideraciones y desafíos de la investigación en comunicación política en América Latina**

La investigación en comunicación política en nuestra región tiene amplios desafíos en materia de sistematización de una incipiente trayectoria de acumulación en la materia. Enfoques tales como los estudios de comunicación de gobierno y su vínculo con otras áreas de la performance de nuestros sistemas políticos revisten gran utilidad para comprender el pasado y entender la sustentabilidad de las democracias en nuestra región, vinculada a aspectos como la gobernabilidad y la representatividad.

En el marco de foros internacionales como ALAIC<sup>77</sup>, ALICE<sup>78</sup>, FELAFACS<sup>79</sup> o los representantes regionales ante ICA<sup>80</sup>, IAMCR<sup>81</sup> o IPSA<sup>82</sup>, la línea de investigación en comunicación de gobierno se ha ido desarrollando incipientemente. Sin embargo, aún falta avanzar en la consolidación de espacios de investigación a nivel comparado en la región que nos permitan colocar en contexto la realidad de cada uno de los países latinoamericanos.

Por otro lado, estudios vinculados a las políticas de comunicación se han ido desarrollado con gran fervor a raíz de los cambios propuestos en esta temática en varios países de la región tales como: Argentina, Bolivia, Ecuador, Uruguay y Venezuela. Con distinto nivel de confrontación y siguiendo disímiles estrategias de gobernanza de la nueva legislación, estos países han sido objeto de estudio por investigadores

locales, así como por instancias internacionales al respecto. Cabe destacar el estudio del Mapping Digital Media de la Open Society Foundation a este respecto, así como el Estudio de Desarrollo Mediático llevado adelante por la Oficina de Comunicación de la UNESCO y varios países de la región.

Otra de las áreas de desarrollo de la investigación destacadas en el panorama regional se relaciona con los estudios del *marketing electoral* de los cuales dan cuenta las diversas publicaciones e investigaciones realizadas en cada uno de los países de la región que integraron la llegada de conceptos como *liderazgos transformacionales*, *campana negativa*, *política 2.0*, entre otras.

A pesar de su desarrollo en materia de investigación, la comunicación política como sub-disciplina reivindica espacios de formación tanto a nivel de grado como de posgrado, potenciando una creciente profesionalización de los espacios de intervención directa ya sea en los medios de comunicación, como en la elaboración de estrategias de comunicación política.

## FUENTES Y REFERENCIAS

ALTMAN, D. (2003). “Cambios en las percepciones ideológicas de lemas y fracciones políticas: un mapa del sistema de partidos uruguayo (1986–1997)”. En *Cuadernos del CLAEH*. Vol. 85, N° 2. Centro Latinoamericano de Economía Humana (CLAEH), Montevideo. pp. 89-110.

ÁLVAREZ, A. (1995). “Crisis de los partidos y auge de los medios como agentes de legitimación y de socialización política”. En *Medios de comunicación y responsabilidad ciudadana*. Universidad Católica Andrés Bello, Caracas. pp. 85-108.

BENEDICTO, J. (2002). “La construcción comunicativa del espacio público”. En *Revista Foro*, Nro. 45. Fundación Foro Nacional por Colombia, Bogotá. pp. 27-37.

BERROCAL, S. (2004). “Una aproximación a la nueva retórica del líder político televisivo: acciones, cualidades y discurso”. En *DOXA Comunicación*. Nro. 2. Universidad de San Pablo, Madrid. pp. 53-67.

BISBAL, M. (1998). *El consumo cultural del venezolano*. Fundación Centro Gumilla, Caracas.

(2003). “Cuando la política es asunto de medios”. En RAMÍREZ RIBES, M. (compiladora). *Venezuela repeticiones y rupturas: la reconquista de la convivencia democrática*. Club de Roma, Caracas. pp. 125-138.

(2005). “Otros lugares para pensar la política”. En *Metapolítica*. Nro. 40. Centro de Estudios de Política Comparada, México. pp. 43-53.

BLESA, P. (2006). “Medios de comunicación y democracia: ¿el poder de los medios o los medios al poder?”. En *Sphera Pública*. Nro. 6. Universidad Católica San Antonio, Murcia. pp. 87-186.

BOBBIO, N. (1994). *Estado, gobierno y sociedad*. Fondo de Cultura Económica, México.

BORDENAVE, J. Y H. CARVALHO. (1978). *Planificación y Comunicación*. CIES-

PAL, Quito.

BOURDIEU, P. (1994). *Sobre la televisión*. Anagrama, Barcelona.

BOWEN. (2005). "A practical model for ethical decision making in issues management and public relations". En *Journal of Public Relations*. Lawrence Erlbaum Associates, Inc.

CANEL, M. J.; K. SANDERS. (2011). "Government communication. An emerging field in political communication research". En *The International Encyclopedia of Communication Online*. Wiley Blackwell.

CANELÓN, A. (1996). "Los medios de comunicación social en Venezuela, actores sociopolíticos". En *Comunicación: Estudios venezolanos de comunicación*. Nro. 96. Fundación Centro Gumilla, Caracas. pp. 13-17.

CAPELLA, J.; K. HALL. (1997). *Spiral of Cynicism*. Oxford University Press, Nueva York.

CERBINO, M. (2013). "Comunicación Gubernamental y Despolitización Mediática: De espaldas a la ciudadanía". En PONCE, M. *Caudillismo, e-política y teledemocracia: Comunicación de Gobierno en América Latina*. Fin de Siglo, Montevideo. pp. 147-166.

CHASQUETTI, D. (2001). "Democracia, Multipartidismo y Coaliciones: Evaluando la difícil combinación". En LANZARO, J. *Tipos de Presidencialismo y Coaliciones Políticas en América Latina*. CLACSO, Buenos Aires. pp. 319-359.

COOMBS, T. (2010). *Handbook of Political Communication*. Sage.

CORREDOR, M. (2005). "De la retórica a la ciberpolítica". En *Metapolítica*. Nro. 40. Centro de Estudios de Política Comparada, México. pp. 56-61.

COTTA, M. (1986). "Parlamenti e rappresentanza". En PASQUINO, G. (Comp.), *Manuale di scienza política*. Il Mulino, Bolonia. pp. 281-328.

DADER, J. L. (1990). "La personalización de la política". En MUÑOZ, A., MONZÓN, C., ROSPIR, J. Y DADER, J. L. (Editores). *Opinión pública y comunicación política*. Eudema, Madrid. pp. 351-367.

DI TELLA, T. (2004). *Diccionario de Ciencias Sociales y Políticas*. Ariel, Buenos Aires.

DROUOT, G. (2004). "Medios y sociedad". En *Memorias del seminario Democracia y Medios Públicos*. Red de Radiodifusoras y Televisoras Educativas y Culturales de México, Ciudad de México.

DURÁN, J. (2005). "Estrategias de comunicación política". En IZURIETA, R., ARTERTON, C. Y PERINA, R. (Compiladores). *Estrategias de comunicación para gobiernos*. La Crujía Editores, Buenos Aires. pp. 23-76.

EASTON, D. (1993). *Esquema para el análisis político*. Amorrortu, Buenos Aires.

FUENZALIDA, V. (2006). "Pluralismo informativo: El caso de la televisión pública chilena". En *Comunicación: Estudios venezolanos de comunicación*. Nro. 134. Fundación Centro Gumilla, Caracas. pp. 54-59.

GARCÍA CANCLINI, N. (1999). *La Globalización imaginada*. Editorial Paidós, Buenos Aires.

(2001). “¿Por qué legislar sobre industrias culturales?”. En *Nueva Sociedad*. Nro. 175. Nueva Sociedad, Caracas. pp. 58-69.

GRABER, D. (2003). *The power of communication: Managing information in public organizations*. CQ Press, Washington, DC.

HABERMAS, J. (1981). *Historia y crítica de la opinión pública*. Editorial Gustavo Gili, Barcelona.

HAGOPIAN, F. (2006). “Democratización: avances y retrocesos en América Latina”. En *Revista de Ciencia Política*. Vol. 26, N° 2. Pontificia Universidad Católica de Chile, Santiago. pp. 231-239.

HUGUET, M. (2002). “La memoria visual de la historia reciente”. En CAMARERO, G. (Editor): *La mirada que habla. Cine e ideologías*. Akal, Madrid.

HUMAN RIGHTS WATCH. (2008). “A Decade Under Chávez”. Recuperado en Enero 21, 2014. Disponible en <http://www.hrw.org/en/reports/2008/09/18/decade-under-ch-vez>

IYENGAR, S. Y D. R. KINDER (1993). *Televisión y opinión pública. Información es poder*. Ediciones Gernika, México.

IZURIETA, R. (2002). “La comunicación política en la era del entretenimiento. Un estudio de la comunicación y las relaciones públicas para gobiernos”. En IZURIETA, R., ARTERTON, C. Y PERINA, R. (Compiladores) *Estrategias de comunicación para gobiernos*. La Crujía, Buenos Aires. pp. 187-525.

KOENEKE, H. (1999). “Gobernabilidad democrática y medios de comunicación

social en la Venezuela de los últimos años”. En *Ciencias de Gobierno*. N° 6. Instituto Zuliano de Estudios Políticos, Económicos y Sociales, Maracaibo. pp. 21-29.

(2002). “Personalidad presidencial y medios de comunicación social: el caso de Hugo Chávez”. En *Nuevo Mundo*. Nro 91. Universidad Simón Bolívar, Caracas. pp. 64-80.

(2005). “Personalidad presidencial, cultura política y gobernabilidad: algunas consideraciones sobre el caso venezolano”. En *Memoria Política*. N° 9. Centro de Estudios Políticos y Administrativos. Universidad de Carabobo, Valencia. pp. 227-252.

LARAÑA, E. (1999). *La construcción de los movimientos sociales*. Alianza Editorial, Madrid.

LEÓN, O. (2002). “Hacia una agenda social en comunicación”. En *América Latina en Movimiento*. Nro. 353. Agencia latinoamericana de Información, Quito. pp. 2-6.

LIN, Y. (2004). “Fragmentation of the structure of political communication research: Diversification or isolation?”. En KAID, L. *Handbook of political communication*. Lawrence Erlbaum Associates Publishers, Nueva York.

MARCINKOWSKI, F. Y V. GREGER. (2002). “La personalización de la comunicación política en la televisión ¿Un resultado de la ‘americanización’?”. En PRIESS, F. (Editor). *Relación entre política y medios*. Fundación Konrad Adenauer, Buenos Aires. pp. 255-278.

MARTÍN BARBERO, J. (2001). “De las políticas de comunicación a la reimaginación de las políticas”. En *Nueva Sociedad*. Nro. 175. Nueva Sociedad, Caracas. pp. 70-84.

(2001b). “Reconfiguraciones comunicativas de lo público”. En *Anàlisi*. Nro. 26. Universidad Autónoma de Barcelona, Barcelona. pp. 71-88.

(2002). “Des-figuraciones de la política y nuevas figuras de lo público”. En *Revista Foro*. Nro. 45. Fundación Foro Nacional, Bogotá. pp. 13-26.

MATA, M. (2002). “Comunicación, ciudadanía y poder”. En *Diálogos de la Comunicación*. Nro. 64. Federación Latinoamericana de Facultades de Comunicación Social, Lima. pp. 66-76.

MCCOMBS, M.; S. KIOUSIS. (2004). “Agenda-Setting effects and attitude strength political figures during the 1996 presidential election”. En *Communication Research*. Vol. 31, Nro 1. Sage Publications, Thousand Oaks.

MCNAIR, B. (2003). *An Introduction to Political Communication*. Routledge, Londres.

MENA, P. (2010). “Correa le ganó a Chávez con las cadenas”. Recuperado en Enero 21, 2014. Disponible en [http://www.bbc.co.uk/mundo/america\\_latina/2010/01/100115\\_0115\\_ecuador\\_cadenas\\_jaw.shtml](http://www.bbc.co.uk/mundo/america_latina/2010/01/100115_0115_ecuador_cadenas_jaw.shtml)

NORTH, D. (1998). *Una teoría de la política basada en el enfoque de costos de transacción*. EUDEBA, Buenos Aires.

OSORIO MELÉNDEZ, H. (2002). “Medios de comunicación y conflicto social”. En *Contribuciones*. Nro. 2. Fundación Konrad Adenauer, Buenos Aires. pp. 11-29.

PÉREZ-LINAN, A. (2002). “Television news and political partisanship in Latin America”. En *Political Research Quarterly*. Vol. 55. Nro. 3. University of Utah y West-



ern Political Science Association, Utah. pp. 571-588.

PONCE, M. (2010). “Comunicación estratégica de gobierno: gobernabilidad democrática y representatividad política”. En RICCO, C. *Comunicación y Medios en América Latina: Entre la gobernanza y la gobernabilidad*. RED ORBICOM UNESCO, Bogotá.

(2011). “Comunicación, Gobernabilidad y Democracia: Argentina, Chile y Uruguay”. En J. E. DETTLEF, *Política y Comunicación: Democracia y Elecciones en América Latina*. Editorial Departamento Académico de Comunicaciones PUCP, Lima.

(2013). “Reglas del juego y comunicación de gobierno: propuesta de un nuevo marco analítico”. En *Contratexto*. N° 21. Universidad de Lima, Lima. pp. 43-62.

RINCON, O. (2006). *Los tele-presidentes: cerca del pueblo, lejos de la democracia*. Fundación Ebert, Bogotá.

RODA, R. (1993). “Televisión y cultura política”. En *Comunicación: Estudios venezolanos de comunicación*. Nro. 83. Fundación Centro Gumilla, Caracas. pp. 36-39.

RUSSELL NEUMAN, W. (2002). *El futuro de la audiencia masiva*. Fondo de Cultura Económica, México.

SANDERS, C. (2011). “Government Communication”. En *International Encyclopedia of Communication Online*. Willey Blackwell.

SARTORI, G. (1998). *Homo Videns. La sociedad teledirigida*. Taurus, Madrid.

SCHENKEL, P. (1981). *Políticas Nacionales de Comunicación*. CIESPAL, Quito.

SIGNITZER, B. y WASMER, C. (2006) “Public diplomacy: A specific government public relations function”. En BOTAN, C. H. y HAZELTON V. (eds.). *Public relations theory 2*. Lawrence Erlbaum Associates Publishers, Nueva York.

SUÁREZ CASANOVA, A. (2002). “Gobernabilidad: Algunos enfoques, aproximaciones y debates actuales”. Ponencia presentada en el VII Congreso Internacional del CLAD sobre la Reforma del Estado y la Administración Pública, Lisboa, Portugal.

SWANSON, D. (2000). “Political Communication Research and the mutations of Democracy”. En *Communication Yearbook 23*. Communication Yearbook.

THOMPSON, J. (1998). *Los media y la modernidad*. Paidós, Barcelona.

TOMASSINI, L. (1996). *Gobernabilidad y políticas públicas en América Latina*. Banco Interamericano de Desarrollo, Washington.

VÁSQUEZ MONTALBÁN, M. (1997). *Historia y comunicación social*. Crítica, Barcelona.

VEGA, H. (2002). “La comunicación de gobierno e Internet”. En IZURIETA, R., ARTERTON, C.; PERINA, R. (Compiladores). *Estrategias de comunicación para gobiernos*. La Crujía, Buenos Aires. pp. 131-186.

WOLTON, D. (2000). *Internet, ¿y después? : una teoría crítica de los nuevos medios de comunicación*. Gedisa, Barcelona.

ZUBBRIGEN, C. (2006). “El institucionalismo centrado en los actores: una perspectiva analítica en el estudio de las políticas públicas”. En *Revista de Ciencia Política de la Pontificia Universidad Católica de Chile*. pp. 67-83.

**LA COMUNICACIÓN  
POLÍTICA EN  
AMÉRICA LATINA**

475

476

**COMUNICACIÓN  
DIGITAL, REDES Y  
PROCESOS**

# **COMUNICACIÓN DIGITAL, REDES Y PROCESOS BALANCE DE LA INVESTIGACIÓN EN AMÉRICA LATINA**

**| Carlos Arcila Calderón**

**| Mabel Calderín Cruz**

## Introducción

El objetivo de este capítulo es realizar un balance sobre la investigación en Comunicación Digital que se ha articulado desde América Latina, especialmente desde la aparición y difusión de Internet. En el texto se incluyen, por un lado, los esfuerzos para organizar este campo del saber en la región y, por otro, la producción intelectual plasmada en las revistas latinoamericanas de comunicación. Asimismo, se realizan consideraciones generales sobre el impacto que ha tenido el nuevo objeto de estudio en la investigación en comunicación.

En primer lugar, creemos necesario destacar que la llegada de Internet y de las nuevas formas de comunicación que ella ha posibilitado (tanto masiva como personal) despertó desde el comienzo un enorme interés por los académicos en todas partes del mundo. Este interés no sólo es evidente en los estudios en comunicación, sino que atraviesa todos los campos del saber tanto natural como humano. En la investigación en comunicación la aparición de un nuevo medio reconfigura la actividad académica y las prácticas profesionales, tal como sucedió con la llegada del satélite y de la televisión. Cada medio trae consigo (i) tecnologías, (ii) lenguajes y (iii) discursos propios, lo que hace aflorar todo tipo de nuevas explicaciones.

Así como en el resto del mundo, en América Latina las posiciones que se abren en torno a la comunicación digital estuvieron marcadas por dos tendencias: una *ciber-pesimista* y otra *ciber-optimista*. Sin embargo, es ésta última la que predomina en gran parte de los académicos de la región, quienes ven en Internet y en general a las Tecnologías de Información y Comunicación (TIC) como elementos de democratización del mundo, tal como fueron concebidas en los años 70 (Nora y Minc, 1980). Con esta concepción beneficiosa de las nuevas formas de comunicación se

inician en América Latina una serie de esfuerzos por comprender mejor el impacto de las TIC sobre los procesos sociales y culturales, incorporando principalmente los postulados de los paradigmas críticos, difusionistas, mediacionales y ecológicos.

A pesar de la creciente penetración de Internet y de las tecnologías móviles en América Latina, es necesario apuntar que el impacto de las TIC sobre la región debe ser visto también a la luz de la enorme brecha digital, de acceso y conocimiento, que caracteriza a los países en desarrollo. Con ello, en algunas ocasiones, los estudios más *ciber-optimistas* abordan la problemática desde una concepción más futurista que realista, por ejemplo intentando pensar en procesos de virtualización del conocimiento cuando muchas poblaciones no tienen ni servicio eléctrico. Es la paradoja a la que nos lleva el análisis de la Modernidad en un sub continente como América Latina (García Canclini, 1990), pero que nos permite acercarnos a las mismas complejidades del objeto de estudio.

En este sentido, un balance sobre la investigación en comunicación digital pasa por mirar la multiplicidad de temáticas que se han abordado en la materia, haciéndola algunas veces casi difusa, y las diferentes ópticas y disciplinas desde donde se ha tratado.

## **Articulación de investigaciones**

Si bien son considerables los esfuerzos individuales que han realizado los investigadores de América Latina en el campo de TIC y Comunicación Digital, consideramos que las asociaciones de investigadores han jugado un papel fundamental en evidenciar la masa crítica de académicos que trabajan el tema y en materializar la articula-

ción de esfuerzos.

Es de destacar principalmente el papel de la Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación (ALAIC) que desde sus inicios en los años 80 del siglo pasado dio apoyo a diversas propuestas para el estudio y discusión de TIC, creando grupos temáticos y de trabajo especializados y dedicando eventos internacionales a la temática.

Por un lado, la creación del Grupo de Trabajo (GT) *Sociedad de la Información y Cibercultura*, a cargo del Dr. Octavio Islas, representó una articulación regional de esfuerzos enmarcados en comprender el impacto de Internet en la sociedad y la cultura, desde una concepción abierta de la tecnología. Este GT que sesionó en varios congresos de ALAIC hasta el año 2010 promovió notablemente la discusión sobre las investigaciones y estudios que venían realizando los académicos de forma individual en diferentes partes de la región. Algo similar, sucedió con el GT *Comunicación, Tecnología y Desarrollo*, al cual se dedica otro capítulo en este mismo libro. Estos dos GT, en su conjunto aglutinan investigadores que han realizado aportes importantes a la temática y se complementan mutuamente en la mirada que le dan a las TIC.

Más recientemente, en el año 2011, se crea el Grupo de Interés (GI) *Comunicación Digital, Redes y Procesos* que, en 2012, durante el encuentro en Montevideo, solicita pasar a formar parte de los Grupos de Trabajo regulares de ALAIC. Este grupo surge precisamente como necesidad de ampliar los esfuerzos por articular la investigación en TIC, debido, por ejemplo, al auge de las redes sociales y a la importancia que le estaban dando los académicos de América Latina.

En el XI Congreso de ALAIC se recibieron 121 resúmenes, número que luego del

arbitraje se redujo a 70, pero las ponencias completas entregadas fueron 56 y de ellas realmente se presentaron 48 en el encuentro. Se abordaron temáticas de naturaleza muy diversa, aunque todas dentro del perfil del grupo: asuntos relativos al uso de las redes sociales y la participación política de los ciudadanos, especialmente Twitter y Facebook en campañas electorales, movimientos políticos, participación social en distintos países de América Latina (Argentina, Brasil, Colombia, México, Venezuela), análisis del discurso en el ciberactivismo, movimientos sociales en la red, cultura digital, cine y tv en el ciberespacio, periodismo participativo audiovisual, contenidos digitales interactivos, estrés laboral y TIC, tensiones en la red social Facebook, periodismo interactivo, e-investigación de la comunicación, ciencia 2.0, identidad individual y colectiva de adolescentes en las redes sociales, rituales católicos en línea y proceso de comunicación virtual en los sitios católicos (Brasil), transformaciones mediáticas en las prácticas periodísticas, Televisión Digital Terrestre, gobierno electrónico, entre otros.

Durante las discusiones en Montevideo surgió la propuesta de crear equipos multidisciplinarios dispuestos a recoger y organizar datos e informaciones de los países y constituir la primera GRID de investigación en comunicación de la Región. Ello con el propósito de fomentar el desarrollo de estudios empíricos, discusión teórica, análisis comparativos y estudios de caso sustituyendo el nivel de cobertura local por un alcance regional o global. El grupo además podría contribuir con la tarea de habilitar y formar a los investigadores en el uso de una serie de herramientas digitales que facilitan el trabajo académico: instrumentos de recogida de datos como las encuestas en línea, programas de procesamiento, visualización y difusión de los resultados, etc.

Por otro lado, si hacemos un recuento de los congresos de investigación en comunicación en América Latina, especialmente los promovidos por la misma ALAIC y



por Felafacs (Federación Latinoamericana de Facultades de Comunicación Social), observamos que varios de estos encuentros tuvieron como temática central tópicos relacionados con TIC. Específicamente, en el caso de Felafacs vemos que ya para el año 1986 se celebraba en Colombia un evento bajo el título “Nuevas tecnologías de comunicación y su impacto en la enseñanza de la comunicación universitaria”. Años más tarde en la edición de 2009 en Cuba la temática estuvo centrada en “La comunicación en la sociedad del conocimiento: desafíos para la Universidad” y recientemente en 2012 el encuentro realizado en Lima se basó en “Comunicación e industria digital: Tendencias, escenarios y oportunidades”. En el caso de ALAIC, para el año 2000 en Chile se llevó a cabo un congreso bajo el rótulo “Sociedad de la Información: convergencias y diversidades” y seguidamente en 2002, en Bolivia, otro titulado “Ciencias de la comunicación y sociedad: un diálogo para la era digital”.

## Estudio de revistas

Con el fin de hacer un balance sobre la producción intelectual en el tema de TIC, realizamos un arqueo preliminar de artículos sobre TIC publicados en revistas de ámbito latinoamericano en comunicación, tomando en consideración dos criterios fundamentales: primero, el alcance geográfico y segundo la categoría temática. Así, las revistas seleccionadas son las producidas en el área de comunicación social con un nivel de cobertura regional para toda América Latina. Específicamente, tomamos como muestra los artículos (estudios o textos resultado de trabajos de investigación) publicados hasta diciembre de 2012 en cuatro revistas académicas de la región: Chasqui, Revista Latino Americana de Comunicación (1), Diálogos de Comunicación (2), Revista Latino Americana de Ciencias de la Comunicación (Re-

vista ALAIC) (3) y Journal of Latin American Communication Research (Journal ALAIC) (4).

Entre las cuatro revistas analizadas encontramos en total 1.322 artículos, de los cuales detectamos 36 que se referían específicamente a temas relacionados con TIC. Específicamente analizamos:

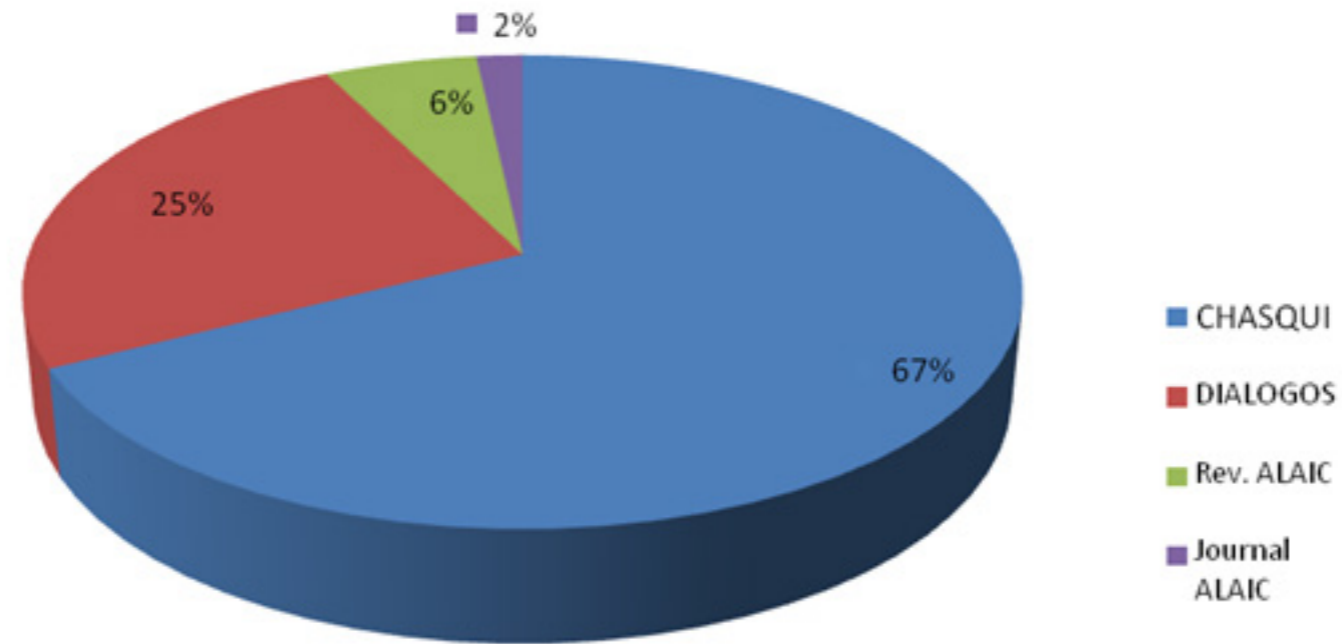
891 artículos de la revista Chasqui, de los cuales 10 se referían directamente a TIC

332 artículos de la revista Diálogos de la Comunicación, de los cuales 5 se referían directamente TIC

76 artículos de la Revista de ALAIC, de los cuales 16 se referían directamente a TIC

23 artículos del Journal de ALAIC, de los cuales 5 se referían directamente a TIC

La revisión fue realizada desde el año 1981, fecha correspondiente a la publicación del primer número de Chasqui. En la figura 1 se puede observar el porcentaje de los artículos que corresponden a cada una de las revistas tomadas para el estudio (total de artículos estudiados).



*Figura1: Porcentaje de Artículos correspondientes a cada Revista incluida en el estudio*

Los 36 artículos seleccionados se analizaron y clasificaron según las siguientes categorías temáticas:

- Ciberperiodismo
- TIC para el desarrollo
- TV digital y convergencia de medios
- Arquitectura de la Información. Interactividad. Usabilidad
- Educación, enseñanza virtual

- Internet móvil y teléfonos inteligentes
- Social media y Web 2.0
- Cibercultura (identidad, cybor, cuerpo, etc.)
- Narrativas y semiótica digital (e.g. estéticas)
- Historia y conceptos sobre internet
- Sociedad de la Información y TIC
- Ciencia y tecnología en Red
- Otros

La cuantificación de los datos analizados permitió observar que la revista con mayor número de publicaciones relacionadas a TIC es la Revista de ALAIC, seguida de la revista Chasqui y el último lugar es compartido por la revista Diálogos de Comunicación y Journal ALAIC.

Si hacemos un análisis de las temáticas específicas tratadas en los artículos (figura 2), podemos apreciar que el “Ciberperiodismo” (17%) resulta ser la categoría que más destaca, seguida de “Historia y Conceptos sobre Internet” (15%), “TIC para el desarrollo” (13%), “Cibercultura” (11%) y “Educación, enseñanza virtual” (11%). Los artículos también tocaron sub-campos de las TIC como: Sociedad de la Información y TIC, Internet móvil y teléfonos inteligentes y Social media y Web 2.0.

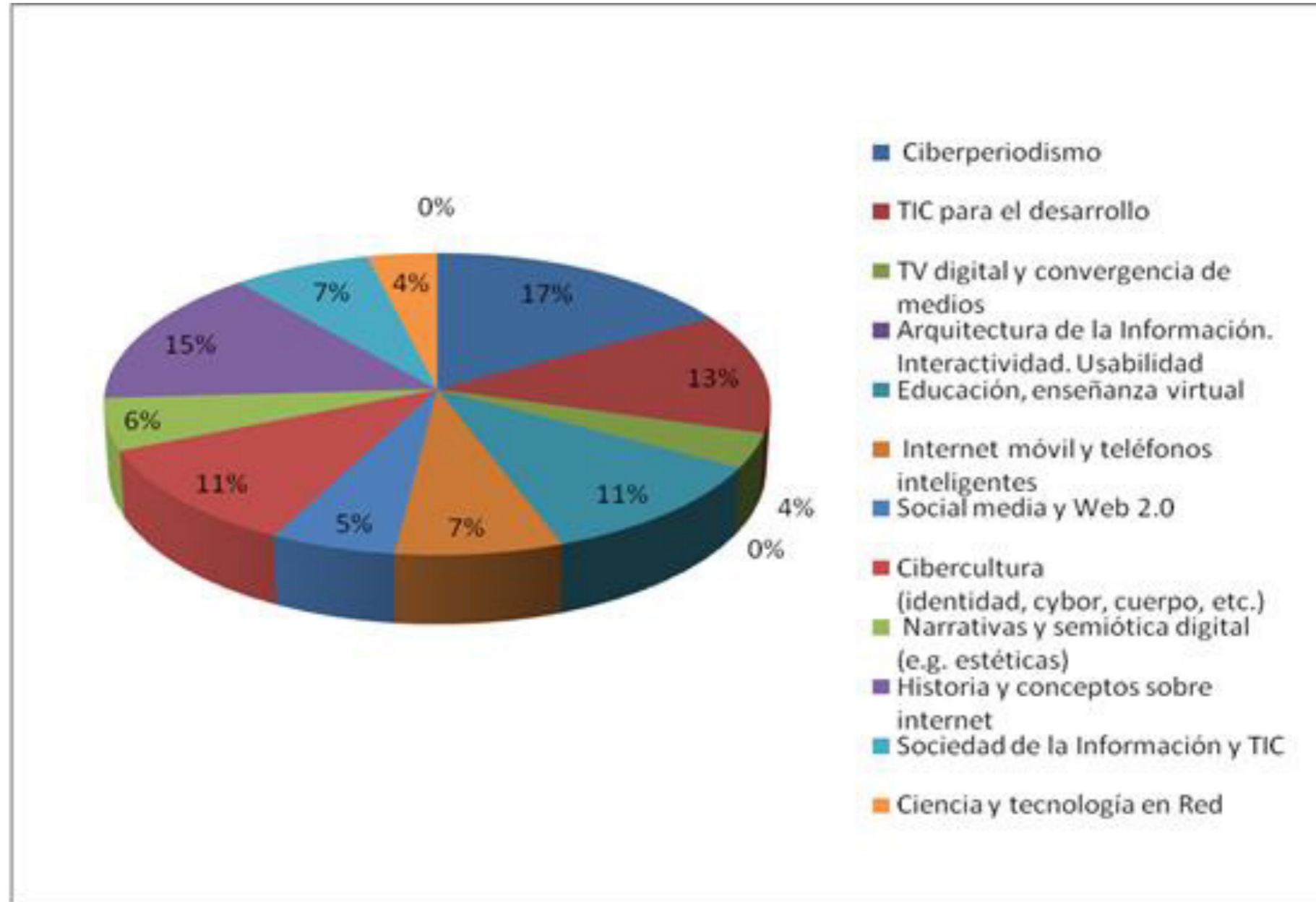


Figura 2: Frecuencia de aparición de las categorías en los artículos analizados

Vale destacar que entre 1999 y 2011 las categorías temáticas incluidas en este estudio tuvieron una escasa representatividad. De acuerdo con la figura 3, es a partir del año 2012 que comienza a crecer la producción de artículos sobre TIC hasta un 37% en las revistas latinoamericanas de comunicación. Esto probablemente es atribuible a la entrada en circulación del Journal de ALAIC que precisamente en el segundo se-

mestre de 2012 dedica un número monográfico a la temática.



*Figura 3: Número de artículos analizados por año*

La figura 3 también permite inferir que, si bien la mayor parte de la producción in-

telectual sobre TIC se produjo en la década del 2000, en los años 1993, 1998 y 1999 -coincidiendo con los inicios de la vida virtual, el surgimiento del correo electrónico, las listas de correo y los intentos de los pares por agruparse alrededor de temas afines (Galindo, 2000)-, ya se habían producido textos y estudios en la región que abordaron alguna de las categorías relacionadas con las TIC.

A ese respecto, es importante destacar que pese a los esfuerzos dedicados a la formación de grupos regionales y la asociación entre investigadores por intereses afines en sus líneas de investigación, resulta difícil identificar tendencias o describir las vertientes en el ámbito de la comunicación digital, las redes y los procesos en la región latinoamericana. Por un lado, las diferencias existentes entre los sistemas económicos y políticos de los países de la región inciden sobre los niveles de desarrollo de los medios, la inversión en tecnología, innovación e investigación, así como en los niveles de acceso a la información pública y de interés para la investigación.

Por otro lado, las revistas incluidas en el estudio son las que tienen un alcance regional, pero destacan los trabajos de corte ensayístico y son pocos los estudios empíricos publicados en ellas que trasciendan las fronteras locales. Predominan los estudios de casos focalizados en las situaciones particulares de los países, como es el caso de Colombia, donde Fondevila Gascon y Segura (2012) miden el uso del hipertexto en los medios nacionales o Argentina con la implementación de la Televisión Digital Terrestre por Carboni y Rodríguez (1999).

Por su parte, Casares (1998) presenta un análisis de la situación de la informática en la educación de los países latinoamericanos y las implicancias sociales que de esta situación se desprenden, pero desde la perspectiva de un caso concreto en México. El estudio permitió observar resistencia por parte de los mexicanos a la alfabetización

computacional y escasez de personal capacitado para emprender un proyecto en esa línea. Sin embargo, es probable que esas condiciones varíen en los distintos países de la región.

Cabral Filho y Taveira (2009) intentan comprender la influencia de las TIC en y como políticas sociales, cuestionando: ¿cómo estrategias globales y regionales – como la Cumbre Mundial sobre la Sociedad de la Información (CMSI) y el Foro de Gobernanza de Internet (IGF)– contribuyen a la promoción de la inclusión social a través de la –llamada– inclusión digital?, pero a partir de las políticas nacionales adoptadas en Brasil.

Francisco (2012) se propuso entender por qué el número de dispositivos móviles crece visiblemente en mayor medida que las líneas fijas y si hay alguna relación con los contextos económicos, sociales y políticos y específicamente con la desigualdad social, las crisis económicas, la privatización de las empresas de telefonía fija y móvil, así como la infraestructura de la región, y lo hace a partir del estudio particular del caso de Brasil.

Diferente es el caso de Cabrera y Bernal (2012) quienes midieron el impacto de la tecnología en el periodismo en América Latina con el fin de detectar las diferencias estructurales y eligieron medios de cuatro países de la región: Chile (emol.com), Argentina (clarin.com), Guatemala (prensalibre.com) y México (jornada.unam.mx). Dicho estudio arrojó evidencias de que existen diferencias en los niveles de desarrollo de acuerdo con la situación económica de los distintos países, que condiciona previsiones de las empresas de comunicación para su inversión en tecnología e innovación en el futuro cercano.



## Consideraciones finales

A modo de conclusión vale decir que en la actualidad se impone un cambio radical en las prácticas y estrategias para hacer investigación en comunicación y especialmente si se trata de comunicación digital, redes y procesos. Es necesario conformar verdaderos sistemas de colaboración conectados en red, aprovechando los avances tecnológicos y sus nuevas tendencias como el caso del Grid Computing para compartir recursos superando las fronteras geográficas y buscando soluciones o respuestas a problemas de gran escala.

Los avances tecnológicos ofrecen nuevos métodos, diferentes a los tradicionales, como la observación, la comparación y los experimentos. Estos facilitan la recolección de información digital y el empleo de modelos reales, así como la colaboración de grupos transdisciplinarios y transfronteros. Han aparecido nuevas formas de analizar y compartir la información que amplían las posibilidades de acceder a cantidades ilimitadas de colecciones de datos de procedencia y temáticas diversas. En ese sentido, coincidimos con Michán en señalar que “esta nueva tecnología faculta una reinención de la ciencia ya que tiene la capacidad de abordar el desafío que implica manejar conjuntos de datos grandes y complejos” (2011: 241).

Aun cuando el resultado del arqueo de revistas realizado para este balance pueda significar un crecimiento muy pequeño en la producción de conocimiento en el área de comunicación digital y reconociendo la carencia de colecciones y bases de datos para procesar, compartir y desarrollar estudios desde enfoques inter y multidisciplinarios, es importante asumir que sí hay un proceso de transformación en curso, impulsado por pequeños grupos e investigadores individuales que admiten y valoran la importancia de abordar los problemas regionales desde una perspectiva global y

multidisciplinaria, y están conscientes de que para ello debemos construir repositorios con datos propios que describan las realidades y situaciones que afronta la región.

## Referencias

GALINDO, J. (2000). "La construcción de una comunidad virtual: La red-sistema de formación en altos estudios de la red comunicación compleja". En *Signo y Pensamiento*, Vol. XIX, Núm. 36. pp. 93-102.

GARCÍA CANCLINI, N. (1990). *Culturas híbridas. Estrategias para entrar y salir de la modernidad*. Editorial Grajalbo, México.

MICHÁN, L. (2011). "Cienciometría, información e informática en ciencias biológicas: enfoque interdisciplinario para estudiar interdisciplinas". En *Ladus vitalis*, Vol. XIX, Núm. 35. Universidad Autónoma Metropolitana-Iztapalapa y Edicions UIB de la Universitat de les Illes Balears México. pp. 239-243.

NORA, S. Y A. MINC. (1980). *La informatización de la sociedad*. Fondo de Cultura Económica, México.

## Anexo 1. Listado de artículos consultados

ABRUZZESE, A. (2007). "Nueva tecnología de horizontes: las cosas que no se si te dicen". En *ALAIIC, Revista Latino Americana de Ciencias de la Comunicación*, 6(4). pp. 80-86.

BALDESSAR, M. Y G. LETTI (2010). “Como palanca redes sociotécnicas y la necesidad de nuevo periodismo público”. En *ALAIC, Revista Latino Americana de Ciencias de la Comunicación*, 12(7). pp. 32-40.

BARRIOS RUBIO, A. (2012). “Transformación de la relación Docente–Estudiante en el proceso de aprendizaje: Mediación del uso y consumo de las TIC en el desarrollo de las cátedras en un periodo académico”. En *Chasqui*, 112. pp. 58-63.

BARROS, C. (2012). “Representations of Poverty and Digital Inclusion: Clashes over alterity in the field of technology and the virtual universe”. En *Journal of Latin American Communication Research*, 1(2). pp. 92-114.

BIDAL, S. (1998). “Internet y medios tecnológicos: el ser humano en busca del mensaje”. En *Diálogos de la Comunicación*, 52, 78.

BORNSTEINBERGER, M. (2006). “El consumo de información periodística como trabajo social en la economía de las representaciones digitales”. En *ALAIC, Revista Latino Americana de Ciencias de la Comunicación*, 5(3). pp. 36-47.

CABRAL FILHO, A. Y E. TAVEIRA CABRAL. (2009). “El mundial y regional en las estrategias nacionales para la inclusión social de las tecnologías digitales”. En *ALAIC, Revista Latino Americana de Ciencias de la Comunicación*, 11(6). pp. 44-53.

CABRERA, M. Y A. BERNAL. (2012). “Technological development of online media in Latin America. The case studies of emol.com, clarin.com, prensalibre.com. and jornada.unam.mx.”. En *Journal of Latin American Communication Research*, 1 (2). pp. 3-36.

CARBONI, O. Y C. RODRIGUEZ. (1999). “Acceso y participación en la era digital:

caso TDT en Argentina”. En *Chasqui* 113. pp. 44-49.

CASARES, P. (1998). “Informática, educación y dependencia. Necesidad de investigación y apropiación”. En *Diálogos de la Comunicación*, 21. pp. 86-96.

CASTAÑEDA, P. Y G. LOSADA. (2012). “Medios migrantes y el diálogo intercultural”. En *Chasqui*. 117. pp. 85-99.

CASTELLON, L. Y O. JARAMILLO. (2009). “Competencias digitales para periodistas”. En *ALAIC, Revista Latino Americana de Ciencias de la Comunicación*, 10(6). pp. 38-50.

(2012). “Educación y videojuegos”. En *Chasqui*, 117. pp. 11-19.

CROVI, D. Y C. LOZANO (2005). “A más información mayor incertidumbre”. En *ALAIC, Revista Latino Americana de Ciencias de la Comunicación*, 3(2). pp. 42-53.

DAVALOS, A. (2012). “La internet como arma de contrapeso al poder”. En *Chasqui*, 120. pp. 33-37.

DI FELICE, M. (2007). “Prohibido el paso: Estética de post-human”. En *ALAIC, Revista Latino Americana de Ciencias de la Comunicación*, 6(4). pp. 88-101.

DUTTON, W. (2012). “Aprendizaje y educación en la era digital: ¿una primavera estudiantil?”. En *Chasqui*, 117. pp. 41-47.

FERGUSON, R. (1998). “El interculturalismo global y los dilemas del universalismo: educando en medios después del 2000”. En *Diálogos de la Comunicación*, 22. pp. 19-31.

FONDEVILAGASCON, J. Y H. SEGURA. (2012). “Uso del hipertexto en el ciberperiodismo: el caso de Colombia”. En *Chasqui*. 117, 80.

FRANCISCO, K. (2012). “Mobile Telephony in Latin America and Brazil: Similarities and Singularities”. En *Journal of Latin American Communication Research*, 2(2). pp. 105-133.

GARZON, E. (2005). “Paradojas de la Comunicación periodística. Valores-en Una Sociedad Global News”. En *Diálogos de la Comunicación*. pp. 54-63.

ISLAS, O. (2007). “La sociedad de la ubicuidad, los prosumidores y un modelo de comunicación para comprender la complejidad de las comunicaciones digitales”. En *Diálogos de la Comunicación*, 65. pp. 68-77.

LARRAÑAGA, N. (2004). “Invariancia y Cambio: atravesamiento institucional el de las Organizaciones”. En *ALAIC, Revista Latino Americana de Ciencias de la Comunicación*, 1(1). pp. 48-55.

LORETO CORREDOIRA, A. (2012). “Menores y alfabetización digital”. En *Chasqui*, 117.

LUZURIAGA, C. (2012). “Antropofagia cinematográfica en el ciberespacio”. En *Chasqui*, 120. pp. 51-56.

MATTOS, A. (2004). “Revisión de los procesos de pensamiento de la comunicación y el aprendizaje en la actual”. En *ALAIC, Revista Latino Americana de Ciencias de la Comunicación*, 1(1). pp. 38-47.

MARTIN-BARBERO, J. (2004). “Razón Técnica y Razón política: Espacios/Tiempos

no pensados”. En *ALAIC, Revista Latino Americana de Ciencias de la Comunicación*, 1(1). pp. 22-37.

OROZCO GÓMEZ, G. (1993). “La Computadora en la Educación: Dos racionalidades en pugna”. En *Diálogos de la Comunicación*, 37.

PERRUZO, C. (2012). “Challenges of Popular and Community Communication in Cybercultur@: approximation to the proposition of Emergent Local Knowledge Community”. En *Journal of Latin American Communication Research*, 1(2). pp. 61-91.

PINEDA, M. (1993). “El lugar de América Latina en la Sociedad Informatizada”. En *Diálogos de la Comunicación*, 36.

REYES AGUINAGA, H. (2012). “Tendencias globales, realidades locales, concentración, fusión de conglomerados mediáticos y posconvergencia digital”. En *Chasqui*, 111.

SALZMAN, R. (2012). “News Media Consumption and Political Interest in Latin America”. En *Journal of Latin American Communication Research*, 2(2). pp. 61-81.

SILVEIRA, A. (2005). “Educación y nuevas tecnologías en la sociedad de la información”. En *Diálogos*.

TABACHNIK, S. (2006). “Anonimato, enunciación y verdad en las comunidades virtuales: cosas dichas entre lo público y lo privado”. En *ALAIC, Revista Latino Americana de Ciencias de la Comunicación*, 5(3). pp. 26-35.

WILTON DE SOUSA, M. (2005). “La recepción mediática: Idioma de pertenencia”.

En *Diálogos de la Comunicación*.

YARTO, C. (2009). “El teléfono celular y la construcción de la identidad”. En *ALAIC, Revista Latino Americana de Ciencias de la Comunicación*, 11(6). pp. 84-93.

## **Anexo 2. Listado de Congresos de ALAIC y Felafacs**

Congresos ALAIC

XI Edición, 2012, Uruguay, “La investigación en comunicación en América Latina: interdisciplina, pensamiento crítico y compromiso social”

X Edición, 2010, Colombia, “Comunicación en tiempos de crisis/Diálogos entre lo global y lo local”

IX Edición, 2008, México, “Medios de comunicación, estado y sociedad en América Latina”

VIII Edición, 2006, Brasil, “La investigación de la comunicación en tiempos de crisis: diálogos entre lo local y lo global”

VII Edición, 2004, Argentina, “Formación e investigación en comunicación en América Latina: Balance, corrientes y perspectivas”

VI Edición, 2002, Bolivia, “Ciencias de la comunicación y sociedad: un dialogo para la era digital”

V Edición, 2000, Chile, “Sociedad de la Información: convergencias y diversidades.”

IV Edición, 1998, Brasil, “Ciencias de la comunicación: Identidades y fronteras”

III Edición, 1996, Venezuela, “Las transformaciones de las comunicaciones: los nuevos retos de la investigación.”

II Edición, 1994, México, “La investigación iberoamericana en comunicación ante el nuevo milenio.”

I Edición, 1992, Brasil, “Comunicación latinoamericana: desafíos de la investigación para el siglo XXI.”

## **Congresos FELAFACS**

XIV, 2012, Perú, “Comunicación e industria digital: Tendencias, escenarios y oportunidades”

XIII, 2009, Cuba, “La comunicación en la sociedad del conocimiento: desafíos para la Universidad”

XII, 2006, Colombia, “Ciudadanía de la incertidumbre”

XI, 2003, Puerto Rico, “Comunicación, democracia y ciudadanía”

X, 2000, Brasil, “Comunicación y cultura de paz”

IX, 1997, Perú, “Desafíos de la comunicación globalizada”

VIII, 1994, Colombia, “Comunicación, modernidad y democracia”



- VII, 1992, México, “Comunicación, identidad e integración latinoamericana”
- VI, 1989, Panamá, “Comunicación y culturas en América Latina”
- V, 1986, Colombia, “Nuevas tecnologías de comunicación y su impacto en la enseñanza de de la comunicación universitaria”
- IV, 1983, Brasil, “Las políticas de comunicación y la enseñanza de las comunicaciones en América latina”
- III, 1982, México, “La formación universitaria de comunicadores sociales para América Latina. Realidades tendencias y alternativas”
- II, 1980, Perú, “La formación universitaria de comunicadores sociales para América Latina”
- I, 1979, Perú, “La formación universitaria de comunicadores sociales para América”

498

**ECONOMÍA POLÍTICA  
DE LA INFORMACIÓN,  
LA COMUNICACIÓN Y  
LA CULTURA**

**ECONOMÍA POLÍTICA  
DE LA INFORMACIÓN,  
LA COMUNICACIÓN Y  
LA CULTURA**

| César R. S. Bolaño

| Ancízar Narváez

| Ruy Sardinha Lopes

**Breve historia institucional de la EPC  
latinoamericana**

Los primeros intentos de organización de un sub-campo específico de economía política de la información, la comunicación y la cultura en América Latina se dará

con la creación de los grupos de trabajo de EPC (Economía Política de la Comunicación) de la Sociedad Brasileira de Estudos Interdisciplinares de la Comunicación (INTERCOM), fundado en 1992, como “Economía de las Comunicaciones”,<sup>83</sup> y de la Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación (ALAIC), ambos coordinados inicialmente por César Bolaño. Coincidiendo con esas iniciativas asociativas se constituye la red de *Economía Política de las Tecnologías de la Información y de la Comunicación* (EPTIC) y la revista electrónica *EPTIC Online*, en 1999, en el *Observatorio de Economía y Comunicación* (OBSCOM), de la Universidad Federal de Sergipe, Brasil.

Ese cuadro institucional se completará con la fundación, por iniciativa de los investigadores involucrados de algún modo con la red EPTIC y los grupos mencionados, de la *Unión Latina de Economía Política de la Información, la Comunicación y la Cultura* (ULEPICC), en 2002. Por entonces, INTERCOM ya había perdido la iniciativa en el campo cuando, por decisión de su dirección de turno, decidió, después de su congreso de 2000, en Manaus, cerrar el GT de Economía Política, que sólo volvería a la asociación diez años después, ya consolidado y ampliamente reconocido a nivel internacional. El mérito sería al final de ALAIC y de ULEPICC, quien se organizaría finalmente como federación internacional, con capítulos nacionales organizados en Brasil, España, México y Mozambique, además de socios individuales en diversos países de América Latina. Situación ya bastante distinta de aquella del año 2003, definida en los siguientes términos en un boletín especial de ALAIC sobre su grupo de EPC:<sup>84</sup>

El análisis económico de las comunicaciones es fundamental para la comprensión

de los grandes temas subyacentes a la actual crisis del capitalismo. La tradición europea de los estudios de la economía política de la comunicación contrasta con su pequeña difusión en Brasil o en América Latina, donde se encuentran raros trabajos, aislados, que se dedican al tema. El desarrollo acelerado de la llamada “neo-tv” y de las nuevas tecnologías de la comunicación en nuestros países, el preocupante avance del neoliberalismo y la privatización apresurada de las telecomunicaciones en ciertas áreas, la propia expansión internacional de nuestras industrias culturales, sin que los temas primarios relacionados con la estructura democrática de los medios de comunicación de masa ni siquiera hayan sido planteados internamente, indican claramente la necesidad de discutir en bases objetivas asuntos específicos urgentes del área latinoamericana que no pueden prescindir de un análisis económico. Este GT tiene por objetivo servir a la organización de los investigadores latinoamericanos de comunicación preocupados con la temática. Se trata de crear un canal de comunicación entre los investigadores, economistas, comunicólogos, politólogos, en fin, intelectuales críticos capaces de contribuir a la construcción del cuerpo teórico y analítico interdisciplinar que el conocimiento de la compleja realidad latinoamericana en el área exige.<sup>85</sup>

Por otra parte, el intercambio y el análisis académico promovido por la Red Eptic –a los que se suman participaciones aisladas de sus miembros en otras conferencias académicas nacionales e internacionales– culminó con la realización del I y II Encuentro de Economía Política de la Comunicación del Mercosur, respectivamente el 14-15 de mayo de 2001, en la Universidad de Buenos Aires (Argentina), coordinado por Guillermo Mastrini, y el 26-28 de marzo 2002, en la Universidad de Brasilia (Brasil), coordinado por Murilo Cesar Ramos. Como resultados de estos eventos, la

primera reunión adoptó la “Carta de Buenos Aires”<sup>86</sup> y la reunión de Brasilia aprobó la creación de la Unión Latina de Economía Política de la Comunicación, la Información y la Cultura (ULEPICC), fundada en la referida Carta, con el objetivo de desarrollar los estudios científicos sobre los medios de comunicación, la cultura y la información y cooperar con las organizaciones y movimientos comprometidos con la democracia y la transformación social.

A partir de ahí, la perspectiva de trabajo se desarrolló y, conforme a las intenciones originales, la tercera reunión se llamó *III Encuentro Latino de Economía Política de la Comunicación* y se celebró entre el 17 y el 19 de julio de 2002, en la Universidad de Sevilla (España), coordinado por Francisco Sierra Caballero. Hay que resaltar que la idea de dar a la nueva entidad el alcance de una unión latina fue del profesor Antonio Pasquali, en la reunión de Brasilia. En Sevilla fue elegida la primera junta directiva de la entidad, encabezada por César Bolaño.<sup>87</sup>

El año 2003 fue de importantes conquistas para la EPC latinoamericana. Además de la realización del IV Encuentro de ULEPICC, en Caracas (ver nota anterior), la red EPTIC inaugura su Biblioteca EPTIC, colección de libros con el objetivo de cubrir una laguna importante para la difusión de la producción académica en economía política de la comunicación en Brasil, a la que se volverá adelante. Los objetivos de la colección, expuestos en el portal EPTIC,<sup>88</sup> explicitan una de las características fundamentales de la EPC, heredada de las anteriores tendencias críticas del pensamiento latinoamericano en comunicación: su vinculación con la praxis social y con los movimientos sociales por la democratización de la comunicación y de la sociedad:

*Con esta iniciativa, la red Eptic renueva su compromiso con el desarrollo de los estudios académicos del campo de la comunicación, bajo la mirada de la Economía Política, con la expectativa de que el conocimiento procesado pueda generar propuestas concretas para la democratización de la sociedad. El objetivo es que la Biblioteca Eptic sea una instancia de fomento de la comunidad académica –e incluso la sociedad civil– para reflexionar sobre el campo de los medios de comunicación, alineados con los objetivos de pluralismo y democracia y además de colaboraciones de investigación especialmente entre Programas de Postgrado en Comunicación, Ciencias Sociales, Ciencias de la Información, Economía, entre otros. En esta dinámica, tiene como objetivo contribuir al proceso de construcción de nuevos puentes de comunicación, más pública y pluralista (Brittos, 2002: 20).*

El éxito de la estrategia de desarrollo de la EPC latinoamericana llevará a que, ya en el año 2003, la misma INTERCOM que cerrara, dos años antes, el primer grupo organizado en el sub-campo en América Latina, le otorgue el Premio Luiz Beltrão, en la categoría de grupo innovador, a la red EPTIC, gracias a su dinámica actividad de publicaciones y organización de eventos, que le han conferido una positiva reputación en el campo de las Ciencias de la Comunicación.<sup>89</sup> Además de las relaciones internas entre los grupos de EPC de INTERCOM, ALAIC y la red EPTIC, diversos eventos han sido organizados por el grupo brasileño junto a entidades como la Sociedad Brasileña para el Progreso de la Ciencia (SBPC), la Sociedad Brasileña de Historia de la Ciencia (SBHC), la Sociedad de Economía Política (SEP) de Brasil, la Asociación Nacional de Cursos de Pregrado en Economía (ANGE) o la Asociación Nacional de Programas de Posgrado en Comunicación (COMPÓS), donde se llegó a constituir un grupo de trabajo sobre el tema, coordinado inicialmente por Valerio

Brittos y luego por César Bolaño, entre 2006 y 2009. También se han organizado oficinas en el Foro Social Mundial de Porto Alegre, en sus ediciones del año de 2002 y 2003.

## **El GT de Economía Política de ALAIC y la inserción de América Latina en el debate internacional**

El grupo de EPC de ALAIC tiene por antecedente una mesa sobre la privatización de las telecomunicaciones, coordinada por César Bolaño durante el congreso refundacional de la asociación en 1992, en Embu Guaçu, São Paulo. Como resultado de esa mesa, años después, se publicará el primer libro de un GT de ALAIC, por el programa editorial de la Universidad Federal de Sergipe (ver lista bibliográfica adelante). En los congresos de 1994 (Guadalajara) y 1996 (Caracas), el grupo estaba constituido, coordinado por el mismo Bolaño que centralizaba la correspondencia, reunía los trabajos y producía el programa, pero solamente en los congresos de 1998 (Recife) y 2000 (Santiago) el grupo logra conquistar una dinámica normal, con la presencia física de su coordinador y la conformación de un grupo de participantes frecuentes que conformarán el núcleo duro del mismo, a partir del cual se construirá ULE-PICC, como se ha visto, ya a partir del 2001.

El grupo se siguió reuniendo, bajo la coordinación de Bolaño, en los congresos de 2002 (Santa Cruz de la Sierra), 2004 (La Plata), 2006 (San Leopoldo) y 2008 (México).<sup>90</sup> En 2009, Bolaño es elegido Presidente de ALAIC y pasa la coordinación del

grupo a Ancízar Narváez, que lo coordinará en el congreso del 2010 (Bogotá), adelantando el cambio ya previsto para el momento de restructuración de todos los GT de ALAIC, que terminará en el seminario de São Paulo, del 2011. En el congreso del 2012 (Montevideo), el grupo funciona ya en el nuevo formato de triple coordinación, con Narváez (Colombia) y dos vice-coordinadores: Valerio Brittos (Brasil) e Irma Portos (México). En ese mismo año, Narváez pasa a formar parte del directivo de ALAIC y, con el prematuro fallecimiento de Brittos, la coordinación quedará a cargo de Ruy Sardinha Lopes (Brasil) e Irma Portos, a los que se sumará, en el 2013, para el congreso de 2014 (Lima), como segundo vice, Carlos Guzmán Cárdenas (Venezuela).

Además de los encuentros bienales, el grupo tuvo una intensa actividad de articulación a nivel latinoamericano e incluso más amplio, tanto a través de ULEPICC, como de diferentes relaciones internacionales, por el contacto de sus miembros con los más importantes investigadores e intelectuales del sub-campo en todo el mundo. Los números de la revista EPTIC Online y las publicaciones vinculadas de alguna forma al grupo, como se verá en seguida, incluso la Biblioteca EPTIC, dan cuenta de esa labor organizativa del grupo. Diferentes líneas de investigación y de posgrado se han fundado en América Latina, relacionadas con la temática y por influencia o acción directa de los investigadores pertenecientes al GT, como las de las universidades de Sergipe, en Brasil, o de Quilmes, en Argentina.

Otro indicador de la vitalidad de la EPC latinoamericana está en el hecho de que la poderosa sesión de Economía Política de la IAMCR/AIERI/AIECS –que cuenta, desde el principio, dígame de paso, con una importante representación latinoamericana– sólo en el 2013 ha creado una revista propia, cuando EPTIC Online entraba en su décimo quinto año de existencia ininterrumpida. Momento importante en



la relación entre los grupos de EPC de ALAIC y de IAMCR/AIERI/AIECS ha sido la mesa común organizada por César Bolaño, Janet Wasko, Valério Brittos y Cida Golim en el Museo de Arte Moderno de Porto Alegre, en el 2004, aprovechando la realización del congreso de IAMCR/AIERI/AIECS en aquella ciudad. Asimismo la publicación de un número especial de EPTIC Online (XI.2, mayo-agosto de 2009<sup>91</sup>), a partir de trabajos presentados en la reunión de la sesión de Economía Política de IAMCR/AIERI/AIECS de 2008, en Estocolmo. La presentación está firmada por Janet Wasko, César Bolaño, Valério Brittos y Vincent Mosco.

Muchas puertas están abiertas y mucho ya se ha hecho en el sentido de impulsar el diálogo internacional en el sub-campo. De hecho, las únicas limitaciones a la participación de los investigadores latinoamericanos de la EPC en el debate internacional son de orden económico y lingüístico, bien sea debido a la desorganización o falta de recursos suficientes, en ciertos casos, de parte de los sistemas nacionales de ciencia y tecnología, o por la hegemonía internacional de la lengua inglesa, o por otros factores, pero no por la calidad de la investigación, la organización del campo o la política de valorización del pensamiento latinoamericano de instituciones como ALAIC y las asociaciones nacionales de investigadores de la comunicación de América Latina.

## **La pre-historia del campo, paradigmas teóricos, metodológicos y tendencias de la investigación**

La historia de los estudios de economía política de la información, la comunicación y la cultura (EPC) se sitúa en el interior básicamente del campo académico de la Comunicación, aunque muchas veces en interacción con otras áreas del conocimiento,

en especial, la economía política, la sociología, la ciencia política o la antropología. A nivel internacional, es posible verificar la existencia de diferentes tradiciones, la más antigua de las cuales es la norte-americana. Su fundador, Dallas Smythe, prácticamente no tuvo influencia en la génesis de la escuela latinoamericana, pero sus antecedentes, Baran y Sweezy, y sus continuadores, especialmente Herbert Schiller, sí. Las tradiciones europeas, y aquí nos referimos exclusivamente a las escuelas inglesa y francesa, ambas influenciadas, aunque no siempre de forma explícita, por autores como Raymond Williams, quien está en la base también de los estudios culturales ingleses, o Enzensberger (Bolaño, 2000, 2010, 2013), críticos de la teoría crítica de la escuela de Frankfurt, tampoco influenciaron la constitución de la EPC latinoamericana, aunque posteriormente sus contribuciones hayan sido incorporadas por esta, de forma crítica.

La EPC latinoamericana surge autónomamente –de forma semejante y al mismo tiempo más o menos que los estudios culturales latinoamericanos– en diálogo con la vertiente crítica anterior del pensamiento latinoamericano en comunicación: las llamadas teorías de la dependencia o del imperialismo cultural. Éstas configuraban, al lado de la corriente norteamericana de la EPC citada y de un número expresivo de autores críticos europeos, como Tapio Varis, Nordenstreng y todos los que formaron, por ejemplo, la sesión de Economía Política de la IAMCR/AIREI/AIECS, o de los que se involucraron en el debate de los años 1970-80 sobre la NOMIC y el Informe McBride de la UNESCO, un gran bloque crítico de pensamiento comunicacional a nivel mundial. La EPC latinoamericana se presenta siempre, cuando surge en los trabajos aislados de autores individuales en diferentes partes del continente, como crítica interna a esos enfoques o, mejor dicho, como un “paso atrás” crítico en dirección, en unos casos, de los fundamentos del análisis marxista originario o, en todos,

de la incorporación de herramientas intelectuales de la ciencia económica, mal incorporados, ambos, al grueso de las teorías sociológicas del imperialismo o de la dependencia cultural.

Entre los primeros trabajos en esa línea, que podrían ser considerados en una futura arqueología de la EPC latino-americana, se pueden citar autores como Eriberto Muraro y Héctor Schmucler (Argentina) –compañero de Armand Mattelart, autor fundamental que está en la génesis de los estudios latinoamericanos y de la EPC francesa, en sus inicios, al lado de otros hoy poco citados, como Jacques Attali y Dominique Leroy–, Diego Portales (Chile), César Bolaño (Brasil), Patricia Arriaga, Enrique Sanchez y Javier Esteinou Madrid (México), entre otros. Otras veces, como en el caso del mismo Mattelart, esas contribuciones no se diferencian en principio aparentemente de las teorías de la dependencia cultural, pero ya presentan elementos importantes del “paso atrás” del que se habló en el párrafo anterior, que permitirán un avance más sólido en adelante. Es el caso, en Brasil, de los primeros trabajos de Sérgio Capparelli, que se aproximará posteriormente a la EPC francesa, de donde viene también Alain Herscovici, francés domiciliado en Brasil desde el principio de los 90.

Estas primeras contribuciones a la formación de la EPC latinoamericana son de fines de los años 70 hasta principios de los 80 del siglo XX y están claramente influenciadas por el debate académico general que se procesaba en el subcontinente en el momento del derrumbe de los gobiernos militares y la construcción de la democracia. Por esa misma época, también influidos por el pensamiento crítico interdisciplinario anterior, otros enfoques se desarrollan en el campo de la Comunicación, en diálogo intenso con la EPC y las teorías de la dependencia, especialmente de parte de autores dedicados a las políticas nacionales de comunicación, a la comunicación popular y

alternativa, a las más antiguas teorías de comunicación y educación, de comunicación y desarrollo e incluso, en el principio, a los estudios culturales latinoamericanos. Las teorías de la Comunicación en América Latina se desarrollaban, así, autónomamente, pero en un constante diálogo internacional, al que contribuyó de forma fundamental hasta, por lo menos, el retroceso del debate en torno de la NOMIC.

La EPC latinoamericana es parte de esa historia y de la historia del pensamiento marxista en el continente. Esto es lo que la unifica en términos teóricos. Los métodos de investigación están influenciados, por supuesto, por la lógica dialéctica del marxismo clásico, en particular la crítica de la economía política, pero también por la economía, la ciencia política, las ciencias sociales en general, siempre en diálogo con las metodologías adoptadas en otros sub-campos de la Comunicación. Las tendencias de la investigación, a su vez, incluyen los más diversos temas, desde los estudios de concentración de medios, de organización de los procesos de trabajo, de producción y distribución de los productos culturales e informativos, hasta las políticas nacionales de comunicación e innumerables interfaces con los estudios de comunicación y educación, comunicación popular y alternativa, etc.

Lo más importante, empero, es que se trata de un aporte teórico de carácter holístico, que participa de la forma más amplia en el debate epistemológico del campo de la Comunicación en general. En ese sentido, es interesante citar algunos tramos emblemáticos de la introducción de una obra colectiva que se propone servir como presentación de un grupo de 21 autores muy representativo del campo latinoamericano y de algunas de sus vinculaciones internacionales. Primero, el reto:

La tendencia de mundialización y convergencia global de la economía y la cultura en el nuevo sistema-mundo que está transformando la estructura material de la información requiere (...) una revisión de las teorizaciones habituales que, más allá del idealismo pan-comunicacional y del determinismo tecnológico, asuma la radical revolución capitalista en el campo de la cultura vinculando las actuales formas de desarrollo informacional con la gramática del capital, con la lógica del valor y con la subsunción real de los mundos de vida por el capital (Bolaño, Sierra, Mastrini, 2005: 26).

Para tal efecto, la EPC se encuentra en una posición privilegiada para “transcender la tradicional fragmentación y compartimentación de la realidad por el conocimiento científico”, y oponerse

*al conocimiento instrumental que inspira no solo el funcionalismo sociológico de la mass communication research y sus epígonos de la teoría social de la información, sino también la pretendida apertura de los estudios culturales contemporáneos que, en el campo de nuestros estudios, reproducen por lo general la tendencia de aislamiento de la experiencia histórica y de los condicionamientos político-ideológicos sobre los que se proyecta todo campo de trabajo intelectual, convirtiendo así la crítica teórica en, como irónicamente apunta Eagleton, retórica e ilusionismo posmoderno (ídem: 27).*

Se reconoce, en seguida, la importancia estratégica de la comunicación para la res-

tructuración capitalista, haciendo referencia al concepto marxiano de intelecto general y a la subsunción del trabajo intelectual y por tanto también para la lucha contra-hegemónica, para concluir reafirmando el compromiso histórico que debe tener la teoría con la praxis social.

## **Nota sobre la geografía de la EPC**

Toda geografía es también histórica. Ya se ha señalado más arriba la existencia de diferentes escuelas de lo que se acabó por definir como Economía Política de la Comunicación. La generalización misma de ese término representa ya la adopción de una definición que tiene su origen en el campo crítico angloamericano. La Economía de la Comunicación y de la Cultura (ECC) francesa acabará también, a lo largo de los años 1990, por adoptar esa denominación, así como los estudios latinoamericanos. Nuestro conocimiento sobre el tema fuera de los continentes europeo y americano se limita a aquellos autores que llegaron a publicar en inglés, o que circulan por los congresos internacionales en que el sub-campo se reúne, como los de ICA y principalmente IAMCR/AIERI/AIECS. La extensa aceptación, en todo caso, del término EPC demuestra también la existencia de una tendencia de unificación del campo, problemática pero muy bienvenida.

El riesgo implícito en ese movimiento es el de la hegemonía de la lengua, de la cultura académica, de los modelos de pensamiento angloamericanos. Como importante contrapeso a esa tendencia juega la existencia de dos tradiciones autónomas mayores: la francesa –que incorpora la contribución original del Quebec y, por otro lado, influencia fuertemente a la producción española en la materia– y la latinoamericana, que en este momento llega a tener también alguna influencia en España.<sup>92</sup>

Como se habrá notado en el apartado anterior, la tradición latinoamericana en el área se origina en múltiples frentes y a partir de un diálogo interno con la tradición intelectual del continente, incluso con las teorías del imperialismo y de la dependencia cultural, pero también con el conjunto del estructuralismo latinoamericano (Rodríguez, 2009) y de la sociología, la educación y todo el debate político y económico sobre el desarrollo y el subdesarrollo, etc. El resultado es la existencia, en su formación, de una multiplicidad de enfoques innovadores aislados, que sólo se definen como escuela unificada en función de la preocupación común en proceder al “paso atrás crítico” antes referido y a la común inmersión en el debate y en el pensamiento crítico latinoamericano de los años 1970 y 1980, cuando se constituirán importantes tradiciones en México, Brasil, Argentina, Chile y, si consideramos que las teorías anteriores de la dependencia o del imperialismo cultural también evolucionan en el sentido de la EPC, un poco por todo el continente.

## Ejes, entrecruzamientos y tendencias del subcampo

En esas condiciones, tres tendencias se presentan: (1) conversión al enfoque anglófono –que en la materia también es crítico y marxista y se opone a la corriente hegemónica desde una tradición extremadamente relevante– como parece ser la opción seguida en la mayor parte de los países europeos; (2) aislamiento en el interior de un espacio cultural amplio y muy fuerte, como puede ser el caso del mundo francófono, que además se vincula, en la materia, con parte significativa del espacio europeo; (3) participación en la lucha epistemológica, disputando paradigmas, en todos los espacios abiertos a nivel internacional. Las tres posibilidades están presentes para los in-

investigadores latinoamericanos. Es cierto que la opción, en última instancia, es individual, pero la responsabilidad de las organizaciones como ALAIC y las asociaciones nacionales de investigadores, como los sistemas nacionales de ciencia y tecnología, es ofrecer los instrumentos para que la tercera opción sea posible.

En el caso específico de la EPC (porque lo dicho vale para todo), además del grupo de ALAIC, con las vinculaciones que se han evidenciado arriba, hay dos capítulos nacionales de ULEPICC en funcionamiento, justamente en los dos países de mayor tradición en el sub-campo: México y Brasil. En este último, en especial, la actividad editorial y de organización de eventos y la articulación con otros sub-campos es particularmente activa. La creación del capítulo de Mozambique, por ejemplo, se debe en gran medida a la capacidad de acción del entonces presidente del capítulo brasileño, Valério Brittos, y el apoyo que logró conquistar de los órganos de fomento del Estado brasileño. Además, hay que considerar con mucha atención el papel estratégico del capítulo español para el avance del pensamiento latinoamericano en Europa.

Finalmente, hay que considerar el avance de las asociaciones nacionales de investigadores de la comunicación en América Latina, cuyo número ha crecido rápidamente en los últimos años, llegando a nueve en este momento. Algunas ya tienen grupos de trabajo de Economía Política o similares, como la citada INTERCOM (Brasil), AMIC (México), INVECOM (Venezuela) y ABOIC (Bolivia), y otras seguramente los tendrán en un futuro próximo. Todo esto diseña un ambiente complejo, que exige acción decidida en favor de la tercera posibilidad referida, pues aquí se está formando una masa crítica importante, que no puede desconocer la contribución histórica y actual del pensamiento latinoamericano en la materia, especialmente los jóvenes investigadores que dominan el idioma inglés pero se reconocen en primer



lugar en su propia lengua y su propia cultura.

## Nota bibliográfica

Aquí nos limitamos a la producción colectiva ligada a las instituciones que conforman la EPC latinoamericana, referidas arriba, sin entrar en la producción individual de los autores, incluso los pioneros, que forman parte del grupo. Eso se podrá encontrar en varios de los textos relacionados, especialmente en Bolaño (2000) y en Bolaño, Sierra y Mastrini (2005).

## Revista EPTIC Online

Fundada en 1999, sigue siendo la principal referencia de todo el campo de la EPC en América Latina, que reúne, en su Consejo Editorial y en sus páginas, a lo largo de los últimos 15 años, a los más importantes nombres de la EPC occidental y algunos de oriente.<sup>93</sup>

## Biblioteca EPTIC, Primera fase.

El primer volumen de la Biblioteca Eptic, *Comunicação, informação e espaço público: exclusão no mundo globalizado* (Rio de Janeiro: Papel Virtual, 2002), expresa el trabajo realizado en el taller sobre la realidad comunicacional y de información en el mundo contemporáneo, llevado a cabo durante el II Foro Social Mundial (FSM) de Porto Alegre, el 3 de febrero de 2002. Organización: Valerio Brittos. Autores: Alain Herscovici, César Bolaño, Anita Simis, Marcos Dantas, Othon Jambeiro, Lavina Madeira Ribeiro y Valerio Brittos.

El segundo volumen, *Comunicação, informação e cultura: dinâmicas globais e estruturas de poder* (Salvador: EDUFBA, 2004), reúne artículos presentados en los primeros dos encuentros antes mencionados, Buenos Aires (2001) y Brasilia (2002), que iniciaron la formación de ULEPICC, y en la reunión del Grupo de Trabajo EPC ALAIC de Santa Cruz de la Sierra (2002). Organiza: Valerio Brittos, César Bolaño y Othon Jambeiro. Autores: los organizadores además de Marcos Castañeda, William Dias Braga, Sayonara Leal, Paula Rodríguez Marino, Wagner Braga Batista, Maria de Fátima Lima y Prefacio de Murilo Cesar Ramos.

El tercer volumen, *Comunicação, hegemonia e contra-hegemonia* (Salvador: EDUFBA, 2005), reúne textos relativos a las exposiciones realizadas en el taller de *Comunicação, hegemonia y contra-hegemonia*, en el marco del Foro Social Mundial en enero de 2003. El taller reunió a otros pares, lo que demuestra la opción de ampliar el diálogo: el taller fue organizado conjuntamente por ULEPICC, la Unión de Periodistas de Rio Grande do Sul y la World Association for Christian Communication (WACC); recibió el apoyo del Centro de Ciencias de la Comunicación de la Universidad del Vale do Rio dos Sinos (UNISINOS), del Instituto Humanitas UNISINOS

y del Centro Técnico Multidisciplinario (Camp). Organiza: Valerio Brittos, Othon Jamberoo y Alvaro Benvenuto Jr. Autores: Armand Mattelart, además de los organizadores, César Bolaño, Anita Simis, Gustavo Gindre y Atilio Hartman. Prólogo: Francisco Sierra Caballero.

El cuarto volumen, *Comunicação na fase da multiplicidade da oferta* (Porto Alegre: Nova Prova, 2006), es el debut del importante grupo *Comunicação, Economia Política y Sociedad* (CEPOS), coordinado por Valerio Brittos, que constituiría el eje central de la EPC brasileña al lado del grupo de Ciencia, Tecnología y Desarrollo (CT&D), del citado OBSCOM/UFS. Organización: Valerio Brittos. Autores: el organizador más César Bolaño, Flavia Seligman, Álvaro Benvenuto Jr., Amilton Gláucio de Oliveira, João Miguel, Helenice Carvalho, Jussania Albé, Ana Paula de Oliveira, Wanderlei de Brito, Paola Madeira Nazario, Denis Gerson Simões. Prólogo: José Manoel Lopes da Silva.

## **Biblioteca EPTIC, Segunda fase.**

Desde su quinto número, la Biblioteca Eptic pasa a ser producida por el OBSCOM/UFS, en un acuerdo entre la editorial de la UFS y la Fundación Ford, asumiendo otro formato. No hay más colecciones relacionadas con eventos, sino los libros individuales y trabajos colectivos organizados de acuerdo a un tema particular de interés. El volumen 5, *Comunicação, educação, economia e sociedade no Brasil: desenvolvimento histórico, estrutura e os desafios do século XXI* (Aracaju: Editora UFS, 2008), fue organizado por César Bolaño y cuenta con la participación de Valerio Brittos, Fátima Lima, Fernando Mattos, Dean Hansen y prólogo de Verlane Aragão Santos. Los volúmenes 6 y 8 son obras individuales, respectivamente de Verlane Aragão

Santos, *A firma-rede e as novas configurações do trabalho nas telecomunicações brasileiras* (Aracaju: Editora UFS, 2008) y Sayonara Leal, *Rádios comunitárias no Brasil e na França: democracia e esfera pública* (Aracaju: Editora UFS, 2008).

El número 7, *Comunicação e a crítica da economia política: perspectivas teóricas e epistemológicas* (Aracaju: Editora UFS, 2008), representa un primer esfuerzo, a continuar en los años siguientes, para promover la entrada de EPC de Brasil y de América Latina en el cerrado debate del campo epistemológico de la comunicación, apostando por la interdisciplinariedad. Organizado por César Bolaño, participan autores nacionales e internacionales: Armand Mattelart, Cesare Galvan, Ruy Sardinha Lopes, Gabriel Kaplún, George Yúdice, María Nélide González, Toby Miller y Valerio Brittos. El prólogo es de José Marques de Melo.

El número 9 de la colección, *Economia Política da Internet vol. 1* (Aracaju: Editora UFS, 2011) es la segunda edición de una obra publicada originalmente en 2007, vinculada a la investigación sobre este tema coordinada por César Bolaño. Cuenta en este volumen, como autores, además del coordinador, a Alain Herscovici, Marcos Castañeda y Daniel Vasconcelos. Prólogo de Fernando Mattos.

## **Libros CEPOS y otros en portugués**

Junto con el cambio que significó la ejecución de la segunda fase de la Biblioteca Eptic, Valerio Brittos comienza a publicar una serie de libros relacionados con los seminarios anuales del grupo CEPOS.<sup>94</sup> Además de éstos, vale la pena mencionar: (1) *Economia política, comunicação e cultura: aportes teóricos e temas emergentes na agenda política brasileira*. Coordinado por Valerio Brittos y Doris Haussen (Porto

Alegre: ediPUCRS, 2009). Reúne los trabajos presentados al GT EPC de la COM-PÓS en su primer año de existencia; (2) *Economia política da Comunicação: interfaces brasileiras*. Coordinado por Valerio Brittos y Adilson Cabral (Río de Janeiro. E-Papers, 2008). Reúne las ponencias presentadas en el primer congreso del capítulo brasileño de ULEPICC; (3) *Digitalização, diversidade e cidadania: convergências Brasil e Moçambique*. Organizado por Valerio Brittos (São Paulo: Annablume, 2010). Reúne los trabajos presentados en el seminario celebrado en Maputo en 2008, cuando se fundó el capítulo de Mozambique de ULEPICC; (4) *Privatização das telecomunicações na Europa e na América Latina* (Aracaju: EDUFS, 1997). Primer libro de un GT de ALAIC. Coordinado por César Bolaño. Autores: Jill Hills, Eileen Mahoney, Edith Brenac, Marcio Wohlers Almeida, Ben Alfa Petrazzini, Eduardo Barrera Herrera.

## Libros en español

Una colección en español complementa el material publicado en el segundo volumen de la Biblioteca Eptic y en los números IV (2), IV (3) y V (1) de la Revista *Eptic Online*, referentes a los eventos de 2001 y 2002 mencionados anteriormente. El material fue seleccionado por César Bolaño y Guillermo Mastrini y publicado en 2004 en Caracas por el Ministerio de Ciencia y Tecnología, como Hernández, Daniel (compilador). *Comunicación, Cultura y Sociedad de la Información*. Autores: Daniel Hernández, Gaëtan Tremblay, César Bolaño, Alain Herscovici, Diego de Charras, Ancízar Narváez, Elbio Petroselli, Valerio Brittos, Alfredo Alfonso, Hernán Galperin, Washington Uranga y Guillermo Mastrini.

Las memorias de la citada reunión de Sevilla de 2002 fueron publicadas en 2003 por

Francisco Sierra y Javier Moreno bajo el título de *Comunicación y Desarrollo en la sociedad global de la Información*, en la Universidad de Sevilla. Autores: Fernando Quirós, Ramón Zallo, César Bolaño, Guillermo Mastrini, Juan Miguel Aguado, Inmaculada Martínez, Martín Becerra, Rodrigo Browne, Victor Silva, Carina Cortassa, Rigliana Portugal, Enrique Sánchez Ruiz, Carlos del Valle, Antia López, Carlos Guzmán Cárdenas, Mar García Gordillo, José Carlos Lozano, Cristina Villalobos, Tatiana y Sara Millán Paredes, José Manuel Moreno Domínguez, Javier Moreno, Antonio Pineda Cachero, Rosa Martha Romo Beltrán, Francisco Sierra, Luis Albornoz, Verlane Aragão Santos, José Nilton de Melo, Luis Cavalcante de Albuquerque, Juan Calvi, Antonio Checa, Ana Echevarri, Isabel Fernández Alonso, Juan Carlos Gil, Gloria Gómez Escalonilla, Rodrigo Gómez, Maria Iglesias, Ana Segovia, César Cascante, Nieves Ledesma, Olga Oropeza, Guillermina Franco, Carmina Gaona, Juan Gargurevitch.

Antes de eso, en 1999, César Bolaño y Guillermo Mastrini organizaron un volumen especial, *Globalización y monopolios en la Comunicación en América Latina*, para la editora Biblos, de Buenos Aires. Los autores, además de los organizadores, fueron Luis Albornoz, Patxi Azpillaga, Pedro Jorge Braumann, José Castillo, Délia Covi Drueta, Roque Faraone, Octavio Getino, Eduardo Giordano Luchini, Pablo Hernández, Alain Herscovici, Jean-Guy Lacroix, Juan Carlos de Miguel, Glenn Postolski, Enrique Sánchez Ruiz, Anita Simis, Gaëtan Tremblay y Ramón Zallo.

En 2005, una iniciativa más ambiciosa de presentación de la EPC de América Latina fue realizada por César Bolaño, Guillermo Mastrini y Francisco Sierra, para la editorial La Crujía de Buenos Aires, bajo el título *Economía política, Comunicación y Conocimiento: una perspectiva crítica en América Latina*, con prólogo de Armand Mattelart y los textos y una larga presentación de los organizadores y artículos de Cesare

Galván, Juan Carlos Miguel de Bustos, Gaëtan Tremblay, Delia Crovi, Alain Herscovici, Ancízar Narváez, Enrique Bustamante, Carlos Enrique Guzmán Cárdenas, Luis Albornoz, Juan Calvi, Martín Becerra, Othon Jamberoo, Anita Simis, Valerio Brittos, Enrique Sánchez Ruiz.

En 2011, Luis Albornoz publicó una selección de los trabajos presentados en el Congreso de Madrid de ULEPICC, titulada *Poder, Medios y Cultura: Una mirada desde la Economía Política de la Comunicación* (Buenos Aires: Paidós). Autores, además del organizador: Ramón Zallo, Vincent Mosco, Gaëtan Tremblay, César Bolaño, Enrique Bustamante, Armand Mattelart, Michal Hershmann, Francisco Sierra, Delia Crovi Drueta.

En 2012, César Bolaño publicó una edición en español del vol. 7 de la Biblioteca Eptic anteriormente referida bajo el título *Comunicación y la crítica de la economía política: perspectivas teóricas y epistemológicas* (Quito: CIESPAL). Además de los autores citados de los trabajos en portugués, se incorporaron un nuevo artículo de Roberto Follari y un prólogo de Raúl Fuentes Navarro.

## Revistas

Además de la revista Eptic On Line, que publica artículos en todas las lenguas latinas y en inglés, la revista *Redes.Com* de la Universidad de Sevilla, coordinada por Francisco Sierra Caballero, ha publicado sistemáticamente la labor de la Escuela Latinoamericana de EPC.

Hay que destacar también el número especial de *Escribanía*, No. 5, Departamento Publicaciones Universidad de Manizales. Julio-Diciembre 2000, Manizales, Colom-

bia, que reúne algunos de los trabajos presentados en el V Congreso de la ALAIC (Santiago, 2000).<sup>95</sup> En el número 17 de la misma revista *Escribanía* se publicó una selección de los trabajos presentados en el Congreso de ALAIC de 2006, realizado en São Leopoldo.

En 2006, dos números fuera de serie de la revista EPTIC Online han sido producidos con el apoyo del Ministerio de Cultura de Brasil sobre el tema *Economia da Cultura, Cinema e Sociedade*, reuniendo los siguientes autores: Anita Simis, César Bolaño, Cristina Andrade, José Manuel Moreno, Guillermo Mastrini, Martin Becerra, Sunny Yoon, David Montero Sánchez, Alexandre Barbalho, Graciela Presas, Celina Alvetti, Suzy dos Santos, Sergio Capparelli, Rodrigo Braz, Carlos Leal, Enrique Sánchez Ruiz, Toby Miller, Regina Motta, Selda Vale da Costa, Aurélio Michiles, Flávia Seligman, Araci Koepp dos Santos, Renato Martins, Laura Loguercio Cánepa, Júlia Rebouças, Euclides Santos Mendes, Rosita Loyola. En el primer número se publicó, además, una entrevista de Octavio Getino a José Manuel Moreno y, en el segundo, una entrevista de Sergio Muniz a Anita Simis. Los dos números fueron publicados en papel, en 2009, por la Universidad Federal de Sergipe.

## Libro en inglés

Una edición del libro citado de 2005, organizado por Bolaño, Mastrini y Sierra, fue publicada en inglés bajo el título *Political Economy, Communication and Knowledge: A Latin American Perspective*, por Hampton Press, Nueva York, con el apoyo de IAMCR/AIERI/AIECS. El conjunto de textos es ligeramente diferente de la versión original en español. No incluye los artículos de Bustamante y Guzmán Cárdenas. En su lugar, se incorporó un texto de Toby Miller y George Yúdice y un prólogo de Janet



Wasko.

## Conclusión

El recorrido anterior muestra la vitalidad de la Economía Política de la Comunicación en América Latina en tanto enfoque, campo y comunidad cultural. En tanto enfoque, la Economía Política no se reduce a una interpretación teórica divergente de los fenómenos comunicativos sino que se constituye en una verdadera alternativa epistemológica en cuanto construye su objeto, no desde la autonomía de los medios y las tecnologías, sino desde su inserción, o más bien, desde su funcionalidad (si se permite la expresión) dentro del desarrollo del capitalismo.

En tanto campo, este se manifiesta como persistencia de un grupo de sujetos investigadores para quienes este enfoque representa una posibilidad real de interpretación y transformación de las relaciones comunicativas en las sociedades actuales. De hecho, los investigadores suelen estar comprometidos, más allá de sus intereses académicos, con distintas alternativas políticas y sociales en cuyo centro de interés está el cuestionamiento de las políticas de medios y de comunicación, así como las relaciones entre éstos y la democracia.

Por último, en cuanto comunidad cultural, es importante remarcar que la Economía Política, especialmente en la comunicación y la cultura, ha sido un tema y un campo en el que ha predominado la tradición anglosajona. Por tanto, es especialmente relevante que la Economía Política de la Comunicación se haya proyectado, a través por ejemplo de ULEPICC, como una comunidad académica y cultural del mundo latino, no sólo en cuanto escuela de pensamiento propio, sino también como interlocutores

522

**ECONOMÍA POLÍTICA  
DE LA INFORMACIÓN,  
LA COMUNICACIÓN Y  
LA CULTURA**

del campo anglosajón.

En esta triple dimensión epistémica, política y cultural, la EPC representa un genuino producto de la tradición crítica latinoamericana de pensamiento comunicacional.

## Referencias Bibliográficas

BOLAÑO, CÉSAR RICARDO SIQUEIRA. (2000). *Indústria Cultural, Informação e Capitalismo*. Hucitec, São Paulo.

(2010). “Economia Política da Comunicação e da Cultura: breve genealogia do campo e das taxonomias das indústrias culturais”. En BOLAÑO, CÉSAR; BRITTOS, VALÉRIO; GOLIM, CIDA. *Economia da Arte e da Cultura*. Observatório Itaú Cultural, São Paulo.

(2013). *Industria Cultural, Información y Capitalismo*. Gedisa, Madrid.

BOLAÑO, CÉSAR RICARDO SIQUEIRA; GUILLERMO MASTRINI; FRANCISCO SIERRA CABALLERO (2005). *Economía Política, Información y Conocimiento. Una perspectiva latinoamericana*. La Crujía, Buenos Aires.

BRITTOS, VALERIO CRUZ (org.) (2002). *Comunicação, informação e espaço público: exclusão no mundo globalizado*. Papel Virtual, Rio de Janeiro.

GOBI, MARIA CRISTINA. (2008). *A batalha pela hegemonia comunicacional na América Latina: 30 anos da ALAIC*. Universidade Metodista, São Bernardo, São Paulo.

RODRÍGUEZ, OCTAVIO. (2009). *O estruturalismo latino-americano*. Civilização Brasileira, Rio de Janeiro.

524

TRAYECTOS  
APLICADOS Y  
ACADÉMICOS DE LA  
CONVERGENCIA

# TRAYECTOS APLICADOS Y ACADÉMICOS DE LA CONVERGENCIA COMUNICACIÓN- DESARROLLO

| Gustavo Cimadevilla

## Introducción

ALAIC memora tres décadas y media de existencia y la invitación al balance y la reflexión se vuelve necesaria. Al considerar resultados se visualizan recorridos, se con-

frontan posiciones, articulaciones y tendencias. Discutirlo es una tarea estimuladora si permite recoger enseñanzas para el campo. En este caso, de un recorte particular en la convergencia de la comunicación y el desarrollo.

En ese marco –y en nuestra lectura- el desarrollo puede ser entendido como una modalidad de intervención<sup>96</sup> que busca modificar estados de realidad protagonizados por diversos actores. Así, bajo iniciativas públicas o privadas –generalmente reguladas en la contemporaneidad por el Estado- las intervenciones implican siempre ciertas concepciones e intereses respecto del modo en cómo se configura el orden social y su devenir en coordenadas socio-históricas determinadas. (Cimadevilla, 2004a; 2012)

La comunicación, por su parte, remite a una dimensión de la realidad en la cual advertimos el establecimiento de relaciones sociales y la consecuente producción de significados. En sus articulaciones se configura entonces un área de problemas que se vincula a definiciones dadas, estructuras, dispositivos, procesos y estados de relación; a intercambios e instancias de emisión, circulación y recepción de significados en torno a referentes comunes; con diversos niveles de entendimiento-desentendimiento. (Cimadevilla, 1998; 2012)

En consecuencia, recorrer la trayectoria en la que convergen ambos planos, el del desarrollo y la comunicación, no es tarea fácil. No sólo deben considerarse las líneas de interrogación, los fundamentos teóricos o los sustentos ideológicos y políticos, sino el incommensurable plano de las prácticas: las experiencias, los intentos, los esbozos sin prosecución; las propuestas aplicadas y las propuestas inconclusas. En síntesis, el amplio escenario en el que la convergencia de la comunicación y el desarrollo –como ejes articulables- muestra lo escrito, pensado y practicado en nuestras

heterogéneas realidades latinoamericanas. ¿Qué rasgos caracterizan, por ejemplo, a los escritos y prácticas académicas de esa trayectoria y qué se ha dicho -en particular- en la última década y media? O en lo que se ha constituido como un primer capítulo en la historia de los grupos temáticos (GT) de ALAIC para el período 1998-2010. Este trabajo se asienta en esos interrogantes y busca explorar las marcas y tendencias manifiestas en el sub-campo.

Para la tarea, que sin duda puede exceder toda buena intención y disposición acotada a una discusión, se propone un conjunto de tesis –algunas oportunamente formuladas en Cimadevilla, 2008 y ahora revisitadas- que a mi entender permiten de manera plausible discutir el trayecto. Antes que pretender ser conclusivas, éstas buscan provocar y desafiar las certezas y las imágenes rápidas y estereotipadas. Más bien ofrecen densidades, contrapuntos, siluetas difusas, contradicciones y grises. No hay romanticismo en lo que postulan como disparador, pero sí presunciones que obligan a repasar el camino andado. Las geografías con atajos y las geografías con escollos. Lo que a veces suma y lo que a veces resta, y principalmente el modo en que suelen convivir ambas operaciones. Veamos a qué nos referimos.

## **Los primeros antecedentes**

En términos generales y vista en su trayectoria, la relación comunicación-desarrollo se inicia en terreno y resulta de una convergencia pragmática: la necesidad de ciertos actores o instituciones de convencer y ganar legitimidad para emprender intervenciones de diversa índole en las esferas de lo social, lo económico y lo político.<sup>97</sup> Y/o para buscar entendimientos que coadyuven a promover acciones sociales organizadas en virtud de ciertos intereses y finalidades. Esa marca de origen se sostiene. La

comunicación, por tanto, se constituye en la secuencia de la relación como condición necesaria pero no suficiente; y generalmente como instancia instrumental. Se subordina, así, al desarrollo. O mejor dicho, a la intervención. En ese marco no tiene vida propia, a no ser que la comunicación en sí misma se postule como desarrollo y se constituya no sólo como medio sino también como fin.<sup>98</sup>

Luis Ramiro Beltrán (2006, 2007) dirá, al respecto, que en su origen la práctica de la comunicación para el desarrollo se perfila en los años cuarenta con variantes de enfoque y de proceder principalmente –en la región latinoamericana- en Colombia y Brasil. La teoría que la alumbra, en tanto, se asienta y acrecienta con base en el trabajo de intelectuales estadounidenses asimilados en la denominada *Communications research*. Para éstos, la sociología y la psicología social serán campos disciplinares claves y los planteos clásicos como el de la difusión de innovaciones y/o el de los estadios de la dupla tradición-modernización dan cuenta de ello.<sup>99</sup>

Pero el reconocimiento de que en su origen es la pragmática la que sustancializa la relación no va en desmedro del modo en que se presenta y agencia la comunicación. Si se reconoce que en la acción pragmática se perfila la búsqueda de construcción de determinados órdenes en lo social, se entenderá que así como interesa el plano de las acciones (de las instancias y dispositivos que se instalan y permiten la producción y la circulación de sentidos) también y sobre todo interesa el de los valores y propósitos (el plano de la construcción de horizontes en los que encontraremos las respuestas a las teleologías o finalidades). En ese marco, también cabe la atención sobre las manifestaciones de desacuerdo, resistencias o reconfiguraciones que se traman en lo social porque justamente éstas dan cuenta de que los sentidos no encuentran receptores únicos. Esas discusiones constituirán el nudo gordiano, entonces, de la problemática comunicación-desarrollo desde sus inicios y hasta la actualidad.

Y es desde esa perspectiva que la comunicación para el desarrollo no puede comprenderse por fuera de las tensiones que en los planos de lo ideológico y lo político –el plano en el que opera el ejercicio del poder para la construcción de órdenes- se generan. No hay, en ese sentido, ingenuidades o azar, sino más bien concepciones, intereses y acciones orientadas que son las que en definitiva merecen las explicitaciones, discusiones y valoraciones pertinentes.

## América Latina en el debate internacional

Ahora bien, si posteriormente a inicios de los años sesenta, cuando el campo comunicacional iba escribiendo en nuestros territorios sus primeros capítulos académicos, el panorama era más bien de acompañamiento de los enfoques funcionalistas que lideraban los estudios; al final de la década y en los setenta un viraje marcado hacia la crítica y la “denuncia” renovó las lecturas para la relación comunicación-desarrollo<sup>100</sup>. En ese plano la constitución de ALAIC no fue un dato menor y vale consignarlo.

El interés en intervenir en los debates mundiales y regionales acerca del papel de los medios de información en los procesos de desarrollo social y político y las problemáticas del colonialismo cultural y la dependencia informativa fueron las primeras motivaciones que movilizaron a los académicos reunidos en Caracas en 1978 al constituirse ALAIC (Cimadevilla, 2000)<sup>101</sup>. Puede decirse, entonces, que el binomio comunicación-desarrollo fue de algún modo razón fundante como eje de problematización y compromiso intelectual para la asociación. Así, si la relación conceptual por cierto ya tenía capítulos académicos propios desde mediados de ese siglo, esa circunstancia institucionalizó las discusiones. En ese sentido, claro, no pueden



echarse al olvido algunos aportes claves que desde diversos campos se hicieron para poner luces amarillas sobre “las promesas del desarrollo” y el “papel que tendría la comunicación” y por tanto el interés que asumiría para la recién creada ALAIC. Por citar algunos, las discusiones que iniciara Paulo Freire sobre el papel de la educación como práctica libertaria en diversos textos como *Alfabetização e conscientização* (1963); *Educação como prática da liberdade* (1967) y su clásico *Extensão ou comunicação?* (1971); o las escritos de Luis Ramiro Beltrán: *Comunicación y dominación: el caso de América Latina* [1971]; o alguno de sus artículos más divulgados, como *La investigación en comunicación en Latinoamérica: indagación con anteojeras?* [1977a] o *Premisas, objetos y métodos foráneos en la investigación sobre comunicación en Latinoamérica* [1977b]. Así como también, con un tenor crítico, los pioneros trabajos de Antonio Pasquali como *Comunicación y cultura de masas* (1960) o *Sociología y comunicación* (1973) y los aportes de José Marques de Melo a través de su estudio sobre las investigaciones interesadas por los procesos de modernización en América Latina (*Comunicação, Modernização e Difusão de inovações no Brasil. Vol. I y II -1978-*). A los que merecen sumarse los trabajos de Juan Díaz Bordenave con textos como *Planificación y Comunicación* (con Horacio Martins Carvalho, 1978). Por sólo citar algunos, de una gran lista de aportes que no siempre circularon mediante ediciones de amplia circulación.

Por eso y desde entonces mucho se ha hecho, mucho se ha estudiado, augurado y propuesto en torno a la problemática. A seguir plantearemos entonces algunos ejes que a nuestro entender han resultado relevantes. Nos valdremos para ello del planteo de un conjunto de tesis que facilitan la problematización y resultan provocadoras para pensar la relación.

## Tesis 1

Porque la relación comunicación-desarrollo se constituye primero en la acción, su campo de interrogación y registro es –en un sentido académico- primariamente descriptivo<sup>102</sup>; avanza lentamente hacia lo interpretativo y explicativo<sup>103</sup> y se proyecta en una ruptura crítico-normativa que pretende superaciones. Los primeros conocimientos se refieren, entonces, a *lo qué es* y avanzan hacia *cómo y por qué es*; y su proyección se completa en *lo que debería ser*. Pero la articulación de esos esfuerzos todavía es una tarea pendiente. Los planos de lo explicativo y lo normativo<sup>104</sup> aún tienen mucho por dialogar para volverse sinérgicos pero distinguibles.

La seducción que desató en la década del '70 el enfoque freiriano (Freire, 1971) por “*lo que debería ser*” el sujeto social como protagonista consciente de la conducción de su destino y posteriores planteos con énfasis en la horizontalidad, participación y dialogicidad “en” y “de” la comunicación –por ejemplo en los trabajos de Beltrán o Díaz Bordenave- eclipsaron de alguna manera el interés por *lo qué es y cómo y por qué es* la comunicación que se practica. Pero los planos requieren diferenciarse si interesa que lo ideológico se explicita y la realidad no se confunda con el relato deseado.<sup>105</sup> Puede haber acuerdo en el tipo de orden a construir, pero no puede haber ignorancia sobre el orden que opera desde lo construido. Por tanto, sobre el modo en que la realidad se presenta *per se*.

En un trabajo anterior (Cimadevilla, 2006a) hemos tratado de plantear que no corresponde indiferenciar los planos de los esfuerzos explicativos –interesados en conocer y comprender la realidad- y los normativos –interesados en modelizar realidades deseables-, por cuanto la falta de distinción confunde y genera frustraciones en las prácticas intervencionistas que no encuentran o consiguen lo que pregonan. O

que no perciben en la realidad lo que los conceptos utilizados designan.<sup>106</sup> Todo modelo comunicacional pensado desde la idealidad de los procesos o relaciones, se topa con la propia realidad que le permite confirmar o no las presunciones sobre las que se postula y razona. Postular la condición de igualdad (o derecho a) de los actores en una relación no equivale a encontrar que así se encuentre en una situación dada. Por eso resulta fundamental distinguir el plano normativo (presunción de un deber ser) del explicativo (modo de ser).

## Tesis 2

En consonancia con los diversos campos de las ciencias sociales que utilizan modelos como representaciones de conocimiento, en la convergencia comunicación-desarrollo se visualiza la tendencia a desplazar los análisis de lo simple a lo complejo. De lo metodológicamente univariable a lo técnicamente multivariado. De lo monocausal a lo multicausal. De partir de cierta linealidad centrada en el proceso de difusión de lo “nuevo” para avanzar en la complejidad que gira en torno a los componentes, agentes, ambientes, intereses y circunstancias socio-históricas que explican el suceso o no suceso del cambio perfilado y sus variantes. Y a la propia interrogación sobre la validez y pertinencia que puede tener la transformación buscada. La propia concepción que se tiene del orden procurado y las consecuencias que emanan de la agencia emprendida.

Ese pasaje sin duda no hubiese sido posible sin el auxilio de la investigación, del estudio y la reflexión sobre las prácticas; y del ejercicio del pensamiento crítico. Sin el esfuerzo por cotejar los planteos, las políticas y las acciones. Las realidades y las teorías. Lo procurado y lo realmente generado. Por esa razón es que resulta clave obser-

var la relación que se establece entre la propuesta de desarrollo planteada y el papel de la comunicación no sólo hacia fuera, no sólo en su sentido centrípeto, en lo que concierne a los ambientes de actuación, sino también hacia dentro, hacia el corazón mismo de quienes como interventores o protagonistas se constituyen en agentes de promoción y sus propias contradicciones.<sup>107</sup>

Si en un repaso ingenuo por los estudios puede observarse que los enfoques primarios se detenían sólo en los factores externos de la intervención (*el fracaso de una intervención se explica por los intervenidos*; por citar el caso del estudio que relata Rogers, “Inovação que falhou: o porquê” -en Whiting y Guimarães, 1969- ), cuestionar y observar al creador fue un paso crítico clave. Algo reciente desde el punto de vista institucional (con mayor énfasis en los años '80 en adelante<sup>108</sup>; sin por eso desconocer la vanguardia freiriana y sus seguidores). Incómodo y en cierto sentido hasta deslegitimador. Pero necesario, responsable y decididamente maduro. En ese sentido, no solamente las contradicciones pueden señalarse en las finalidades que puede perseguir una intervención (por ejemplo a nivel de transformación económica en un contexto de mercado; o político a nivel de una democracia liberal) diseñada en virtud de ciertos intereses, sino también a nivel de la propia comunicación que para ello se agencia. Y visualizarlo y explicitarlo es un primer paso saludable para cualquier relación.

### Tesis 3

En la medida que en el campo de las ciencias sociales se produjeron crisis, rupturas y desplazamientos en torno a los grandes sistemas explicativos antagónicos (por ejemplo en los enfoques administrativos y críticos), en el campo particular de los

interrogantes y enfoques sobre la relación comunicación-desarrollo igualmente se evidenciaron turbulencias, perturbaciones, corrimientos y vacíos. De la aceptación o negación acrítica de los conceptos –en un marco de polarización y diferenciaciones radicales; por ejemplo *el difusionismo Vs. la concientización liberadora*- se pasó a las apropiaciones, articulaciones e indiferenciaciones en las que todo convive como pastiche, a decir de Jameson (1999). En ese contexto, las corrientes últimas parecen constituirse como cosméticas de razón estética más que fuentes de inspiración antagonica concreta. Esto es, donde importa la fuerza e impacto de los conceptos más que su posible operacionalización y lectura de sus supuestos. Por tanto, donde importa más la retórica que la consistencia lógica de los argumentos en relación a las condiciones existentes a los que refieren.

Si las propuestas resultan más retóricas que vivenciales y operacionales; si todas parecen partir y compartir un mismo paradigma de construcción del orden; si no hay antagonismos ni contradicciones en las lecturas de los procesos, es porque los planteos se sustentan básicamente en lo discursivo. Aunque tengan serias dificultades para soportar su transferencia a escenarios de aplicación concreta. Y serias dificultades para soportar su control de consistencia interna. ¿Pueden convivir y operacionalizarse comunicacionalmente, por ejemplo, “sostenibilidad, equidad y competitividad”? Si pueden, ¿a qué precio? ¿el precio del sofista?

En una consulta que recibiera hace unos años<sup>109</sup> solicitaban opinión y apreciaciones en torno a lo que podía entenderse por “comunicación para el desarrollo” y “comunicación para el cambio social”; así como “comunicación estratégica” y “comunicación participativa”, entre otras conceptualizaciones. Y también cómo se percibía la influencia que tenía para el campo adoptar uno u otro término. Al respecto sostuve que más allá del valor que tienen los conceptos y las posturas, así como los esfuerzos

intelectuales necesarios para crearlos y fundamentarlos, el problema está en cómo estas propuestas se traducen en prácticas concretas en el campo de la intervención. En ese sentido, la experiencia parece decir que priman los grises, los híbridos y las circunstancias por encima de las definiciones de manual, ya que en la práctica no siempre consiguen sostenerse.<sup>110</sup>

Toda intervención, en realidad, opera sobre ciertas condiciones que le dan factibilidad a las acciones posibles. Esas condiciones muchas veces no coinciden con las que resultan necesarias y/o postuladas desde cierta corriente. Las voluntades y los deseos no alcanzan si la realidad presenta otros componentes y dinámicas. Y proponerse generar las condiciones objetivas necesarias muchas veces no está al alcance de los protagonistas. Suele entonces haber muchas más impurezas en el campo de las acciones. Las definiciones no crean la realidad por decreto. Más bien la realidad impone ciertas condiciones para las cuales las conceptualizaciones pueden ser más o menos pertinentes, ajustadas y transferibles. Los rótulos o consignas no dan garantías de resultados. Más bien la sanidad de los planteos se valora por las consecuencias de las acciones más que por los discursos de partida, aunque ellos resulten necesarios para orientar la agencia convenida.

## Tesis 4

La convergencia comunicación-desarrollo no se liberó de las modas. No fue la posible resolución de los problemas lo que orientó los desplazamientos temáticos o de enfoque dentro del campo, sino el carácter ilusorio de que el papel del intelectual o el papel exitoso de las instituciones es el de acompañar lo nuevo, independientemente de lo que pueda representar. O de que el papel de las instituciones está en acom-

pañar lo que ciertas voces mayores –entidades de financiamiento, entidades multilaterales, entidades supranacionales- aconsejan. Así, pasar de un concepto eje a otro se constituye en una especie de ritual de rutina: Desarrollo Económico, Desarrollo Socio-educativo, Desarrollo Integrado, Desarrollo Sustentable, Desarrollo Local, Desarrollo del Territorio... O para plantearlo en lo comunicacional, pasar de las preocupaciones con los medios de comunicación masiva y los flujos de dos etapas de la información a los medios y técnicas pedagógicas liberadoras; y/o de las campañas a las redes y la virtualidad que lo puede “todo”.

Pero los caminos seguidos no tendieron, aún en sus propias lógicas, a dejar sistematizaciones fuertes. Los cambios se montaron casi sin digerir las enseñanzas de las experiencias anteriores y los modelos se sucedieron con bajos niveles de aprendizaje institucional u orgánico.

Puede decirse entonces que la migración conceptual ha sido empujada por la seducción de los conceptos en torno a lo novedoso y la casuística, antes que consecuencia de un programa que se velaba suficiente. La aceleración y desaceleración frente a los interrogantes resultó más del seguimiento de los rituales adoradores de lo último que de otras razones de tipo epistémico o estratégico; como si el problema fuese similar al que tiene una empresa periodística cuando discute a qué noticia dedicarle mayor espacio. En consecuencia, abandonando lo importante por lo urgente.

Dijimos también en un trabajo anterior (Cimadevilla, 2007) que si lo urgente remite a lo perentorio, a lo que requiere de una acción inmediata; si en su raíz latina lo urgente se conecta con *urgere* → que supone activar, apresurar y empujar, mucho de lo que nos ha estado pasando en el continente conlleva a su significado porque “lo urgente habilita”. Las urgencias, sin embargo, tal vez deban considerarse como la mani-

festación radical de lo que en la realidad se constituye como emergencias. En lo que en las realidades emerge o se sumerge (de allí el vocablo en su raíz latina → emerger y su opuesto sumergere), aparece o desaparece en la visibilidad pública pero que remite a procesos largamente instalados. Son las emergencias, entonces, las que requieren la mayor atención y trato de continuidad si importan las superaciones. ¿No hay acaso bases de conocimiento significativo para aportar a las problemáticas de los desequilibrios ambientales?; ¿o para comprender y minimizar la exclusión?; ¿o para identificar discursos fáciles o discursos engañosos o falaces? ¿Por qué esos conocimientos no tienen líneas de continuidad o aplicaciones que los validen?

## Actualidades

Pero si estas tesis permiten pensar y discutir la relación comunicación-desarrollo en sus experiencias y teorizaciones desde el último medio siglo, ¿qué podemos decir respecto a lo sucedido en los últimos años?

En tanto coordinamos un grupo académico de la Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación (ALAIIC), vinculado a la problemática, hemos recibido durante el período 1998-2010 (7 congresos realizados bianualmente desde 1998) más de doscientos trabajos de diversos colegas del continente. En una sistematización panorámica estos trabajos muestran lo siguiente<sup>111</sup>:

a) En general se originan en instituciones académicas; las instituciones de intervención para el desarrollo no suelen participar para exponer y discutir sus prácticas. Salvo por excepciones e iniciativas de sus miembros, no son las políticas de los organismos los que promueven ese ejercicio de exposición y problematización<sup>112</sup>. La con-



secuente falta de diálogo entre quienes ejercitan profesionalmente la comunicación en intervenciones y los académicos de la subespecialidad no facilita entonces que teoría y práctica se encuentren para destrabar los nudos en discusión.

b) La mayoría de los trabajos (un 60 % de los recibidos) se perfilan en el género ensayo<sup>113</sup> –como tratamiento libre de un tema, con presentación de documentos y bibliografía diversa, pero con carencias de marcos teóricos fuertes- y/o como descripción de estudios de carácter empírico sin mayores conexiones con la teoría<sup>114</sup>. Le siguen en tercer lugar los trabajos teóricos –de revisión de conceptos o teorías y/o su discusión sobre algunos hallazgos de las investigaciones de campo<sup>115</sup>- pero en menor cuantía (un tercio de los involucrados en los otros géneros); para finalmente situarse los trabajos en los que se comentan experiencias de intervención pero también con escasos vínculos con la teoría<sup>116</sup>. Hay entonces, en la academia, muy poca experimentación y exploración de la realidad a nivel de intervenciones problematizadas teóricamente. No hay, como alguna vez se pensó, muchas experiencias de investigación acción, como Fals Borda, João Bosco Pinto o Carlos Brandão imaginaron, que hubiesen recibido sistematizaciones significativas.<sup>117</sup> En síntesis, los trabajos abonan nuestra apreciación respecto a la necesidad de contar con marcos teóricos fuertes y mayores vínculos entre la teoría y la experiencia; esa carencia, entonces, resulta un desafío a resolver.

c) Por otro lado, la convergencia comunicación-desarrollo es tan amplia que casi nada queda afuera de la imaginación de sus autores. O al menos así parece en virtud de las decisiones que se toman para participar del espacio académico de referencia (aunque primen las temáticas vinculadas a la ruralidad, la mediación de las instituciones, los impactos de los nuevos dispositivos tecnológicos y el papel y configuración de los denominados medios de comunicación colectiva; con más o menos pre-

sencia de ellos según las coyunturas -¿modas?)<sup>118</sup>.

d) Aunque el número de trabajos sobre experiencias es menor, sin embargo los conceptos normativos vinculados a la participación o el diálogo son altos. Esto es, hay una impronta normativa significativa, aún cuando la experiencia involucrada en el intervenir no sea sustantiva.

e) Como última observación una cuestión más bien geográfica y de institucionalidad. Las dos terceras partes de los trabajos provienen de autores o grupos de Argentina y Brasil (aunque vale aclarar que los eventos fueron convocados principalmente desde el cono sur –Brasil (1998), Chile (2000), Bolivia (2002), Argentina (2004), Brasil (2006), México (2008) y Colombia (2010)-. Le sigue en minoría México y Chile y algunos otros muy escasos de Venezuela, Perú, Colombia, España y Francia (estos dos últimos como invitados extra-continetales). ¿No hay trabajos en otros países de nuestro continente? ¿No sabemos, además, que Perú y Colombia tienen experiencias pioneras y riquísimas al respecto? No sería serio negarlo, pero sí tal vez valga sospechar que las condiciones para que sus académicos o técnicos ganen presencia en estos eventos no sean las mejores. Lo que quizás se vincule a coyunturas presupuestarias y políticas de los estados. Finalmente, el número de instituciones involucradas –como dijimos en general universidades- asciende en esos encuentros a más de 40, pero pocas se repiten con continuidad. Esto es, son pocos los equipos de trabajo que consiguen tener una presencia reiterada para compartir su producción de conocimiento en este recorte del campo<sup>119</sup>. El valor estratégico que pueda tener el conocimiento en torno a la problemática comunicación-desarrollo no parece conmover a las políticas públicas o a las políticas institucionales. O al menos no se manifiesta en esta instancia. La transferencia no se denuncia. Queda, entonces, todo por hacer<sup>120</sup>.

## Consideración Final

Esta presentación, en sus tesis y en la semblanza del relato de la experiencia de conocimiento que en los últimos años hemos recogido, nos permite formular una última presunción. Si el conocimiento y la experiencia acumulada en torno al papel de la comunicación en problemáticas de desarrollo pretenden dar un salto cualitativo será necesario no quedarnos en el mero reniego de algunas de sus marcas.

El carácter instrumental de la comunicación y las tensiones con las que convive ésta cuando a lo normativo se lo contrasta con lo explicativo parecen caracterizar fuertemente a su esfera de acción y conocimiento. Negarlo no agrega valor de conocimiento, más bien puede sumar enmascaramientos.

Si la comunicación opera a nivel dependiente en la relación, se deberá asumir, entonces, que hacen falta ciertas discusiones necesarias sobre las tensiones con las que convive el desarrollo frente a postulaciones de órdenes encontrados, muchas veces de sentidos irreconciliables. En ese sentido, una tarea pendiente será encontrar la trayectoria que devino de cada uno de los intelectuales pioneros en discutir la relación. O para decirlo en otros términos, respecto de cómo las problematizaciones que iniciaron Freire, Pasqualli, Beltrán, Marques de Melo y Díaz Bordenave –entre otros pioneros- tuvieron continuidad en sus escuelas y seguidores para tratar la relación comunicación-desarrollo y de qué se ocuparon.

Los trabajos participantes del grupo temático que coordináramos en ALAIC nos dan alguna pistas respecto de qué se ha estudiado y discutido y de cómo falta un mayor diálogo entre la academia y las instituciones de intervención; así como también de un mayor cultivo de las continuidades necesarias en las presencias y parti-

cipaciones institucionales de quienes trabajan en el área. Pero nos falta un trabajo superior de reconocimiento de nexos entre las postulaciones primarias y las tendencias últimas, de modo que cierta genealogía de los estudios nos de cierta claridad sobre la existencia o no de tradiciones construidas.

Por otro lado y en tanto consigamos superar los rótulos livianos, las frases fáciles, los conceptos seductores y las expectativas inflacionadas por las presunciones de los impactos rápidos, estaremos dando un paso decisivo en madurar la disciplina y el quehacer profesional; pero también el trabajo intelectual interesado en no quedarse varado en la superficie frente a lo urgente.

Como todo actor sabe, por debajo de cualquier planteo está la gente; las comunidades, los vecinos, tanto de un lado como del otro de lo que puede suponer un cambio deseado. En ese marco ni los que intervienen son ajenos ni los intervenidos necesariamente partícipes, ni ambos se constituyen como protagonistas con roles siempre intercambiables. Ambos comparten esas caras conviviendo con las infinitas combinaciones en lo que lo real se muestra. Incluso como pura contradicción.

Si en virtud de lo que intentamos en nuestro esbozo, la presunción inicial se detiene en lo ontológico de la relación; la tesis 1 se centra en lo epistemológico; la tesis 2 reposa en lo teórico; la tesis 3 aborda lo ideológico; y la tesis 4 advierte lo contingente identificándose en suma algunas debilidades y carencias –tanto en el conocimiento acumulado como en las opciones de prácticas por emprender-, resulta necesario encarar esfuerzos de integración para que la teoría y la praxis se articulen en torno a lo sustantivo. El desarrollo como cambio, la comunicación como instrumento; con sus bondades y defectos, con el realismo necesario y la honestidad

541

**TRAYECTOS  
APLICADOS Y  
ACADÉMICOS DE LA  
CONVERGENCIA**

disponible para evitar que las creencias se agoten en los dogmas y las prácticas en las rutinas del quehacer azaroso y/o des-comprometido.

## Bibliografía

ALAIC. (1992). *Boletín de ALAIC* Nro. 6. Agosto. São Paulo.

BELTRAN, L. R. [1971]. “Comunicación y dominación: el caso de América Latina”. En BELTRÁN, L. R. (2000). *Investigación sobre Comunicación en Latinoamérica*. Plural Edic, La Paz.

[1977a]. “La investigación en comunicación en Latinoamérica: indagación con anteojeras?”. En BELTRÁN, L. R. (2000). *Investigación sobre Comunicación en Latinoamérica*. Plural Edic, La Paz.

[1977b]. “Premisas, objetos y métodos foráneos en la investigación sobre comunicación en Latinoamérica”. En BELTRÁN, L. R. (2000). *Investigación sobre Comunicación en Latinoamérica*. Plural Edic, La Paz.

(2006). “Prólogo”. En CIMADEVILLA, G. *Comunicación, tecnología y desarrollo. Discusiones del siglo nuevo*. UNRC, Río Cuarto.

(2007). *Ponencia* del autor al recibir un reconocimiento de ALAIC. IV Seminario Latinoamericano. Noviembre, La Paz.

BOSCO PINTO, J. (1994). “Investigación acción como práctica social”. En *Aportes* Nro 20, Investigación Acción Participativa; aportes y desafíos. Dimensión educativa, Bogotá.

BRANDÃO, C. (Org.). (1984). *Repensando a pesquisa participante*. Brasiliense, São Paulo.

CIMADEVILLA, G. (1998). “La comunicación entre dudas, paradojas y algunas ra-

zones siempre provisionarias”. En *Revista Temas y Problemas de Comunicación*. Año 6 – Vol. 8. UNRC, Río Cuarto.

(2000). *Memorias del GT Comunicación, Tecnología y Desarrollo*. UNRC, Río Cuarto.

(2002). *Comunicación, Tecnología y Desarrollo (Vol. 1) Discusiones y Perspectivas desde el Sur*. Ediciones UNRC, Río Cuarto.

(2004a). *Dominios. Crítica a la razón intervencionista, la comunicación y el desarrollo sustentable*. Prometeo, Buenos Aires.

(2004b). *Comunicación, Tecnología y Desarrollo (Vol. 2) Debates Actuales*. Ediciones UNRC, Río Cuarto.

(2006a). “Las controversias sobre el desarrollo, la comunicación y su agenda. A propósito de los diálogos con Beltrán y Melo”. En *Revista Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación*. Año III, Nro. 4. ALAIC, São Paulo.

(2006b). *Comunicación, Tecnología y Desarrollo (Vol. 3) Discusiones del Siglo Nuevo*. Ediciones UNRC, Río Cuarto.

(2007). “Emergencias sociales, urgencias de la comunicación. El desplazamiento de lo importante”. *Conferencia, IV Seminario Latinoamericano de Investigadores de la Comunicación*. La Paz, Bolivia, Noviembre. Versión Inédita.

(2008). “Cinco tesis y una semblanza. Trayectos académicos en la convergencia comunicación-desarrollo”. En *Revista ALAIC* Nro. 7. ALAIC, São Paulo.

(2012). “Entre dilemas y certezas. El desarrollo y su vía en América Latina”. En MARTÍNEZ HERMIDA, M.; SIERRA CABALLERO, F. *Comunicación y Desarrollo*.

Editorial Gedisa, Madrid.

CIMADEVILLA, G.; E. CARNIGLIA. (1995). “Cambio tecnológico y perdurabilidad hipodérmica”. En CIMADEVILLA, G.; CARNIGLIA, E. *Revista Temas y Problemas de Comunicación*, 3 (5). UNRC, Río Cuarto.

DIAZ BORDENAVE, J. (1985). *Consultoría en Comunicación Rural y Capacitación a Distancia*. INTA. FAO/ORLAC, Santiago.

DIAZ BORDENAVE, J y H. MARTINS CARVALHO. (1978). *Planificación y Comunicación*. Ciespal, Quito.

FALS BORDA, O. (1979). *El problema de cómo investigar la realidad para transformarla*. Tercer Mundo, Bogotá.

FREIRE, P. (1963). *Alfabetização e conscientização*. Editora Emma, Porto Alegre.

(1967). *Educação como prática da liberdade*. Paz e Terra, Río de Janeiro.

(1973). *Extensión o Comunicación* [1971]. Siglo XXI, Buenos Aires.

JAMESON, F. (1999). *El giro cultural*. Manantial, Buenos Aires.

LANDER, E. (Editor). (2000). *La colonialidad del saber: eurocentrismo y ciencias sociales*. Ediciones FACES/UCV, Caracas.

LERNER, D. (1958). *The passing of traditional society*. Free Press, Glencoe.

MARQUES DE MELO, J. (1978). *Comunicação, Modernização e Difusão de inovações no Brasil. Vol. I y II*. Edit. Vozes, Petrópolis.



(1998). *Teoria da Comunicação: Paradigmas Latino-americanos*. Edit. Vozes, Petrópolis.

MATTELART, A. (1993). *La comunicación-mundo. Historia de las ideas y de las estrategias*. Edit. Fundesco, Madrid.

MATTELART, A. y E. NEVEU. (2004). *Introdução aos Estudos Culturais*. Parábola Editorial, São Paulo.

PASQUALI, A. (1960). *Comunicación y cultura de masas*. Herrero Hermanos Edit, Caracas.

(1973). *Sociologia e comunicação*. Edit. Vozes, Petrópolis.

PRESNO AMADEO, N. y A. de CARVALHO FIUZA. (2007). “Participación y poder: los desafíos de la extensión rural para el desarrollo y la inclusión social”. Versión disponible inédita.

ROGERS, E. (1962). *Diffusión of Innovations*. Free Press of Glencoe, New York.

(1969). “Inovação que falhou: o porquê”. En Whiting. G. y Guimarães, L. *Comunicação das novas ideais*. Edições Financeiras, Rio de Janeiro.

THORNTON, R. y G. CIMADEVILLA. (Editores). (2008). *Grisés de la Extensión, la Comunicación y el Desarrollo*. INTA, Buenos Aires.

WOLTON, D. (2006). *Salvemos a la comunicación*. Gedisa, Barcelona.

546

COMUNICAÇÃO  
POPULAR,  
COMUNITÁRIA E  
CIDADANIA

# COMUNICAÇÃO POPULAR, COMUNITÁRIA E CIDADANIA: EIXOS DE INVESTIGAÇÃO E FUNDAMENTOS TEÓRICOS

| **Cicilia M. Krohling Peruzzo**

## **Introdução**

A temática da comunicação popular, comunitária e alternativa está presente entre os

grupos de trabalho (GT) da *Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación (ALAIC)* desde a criação dos mesmos, em 1994, em Guadalajara, México, durante o segundo congresso da associação. Inicialmente ela esteve ancorada ao GT *Comunicación Popular Participativa*, cuja denominação, com o passar do tempo foi alterada para *Medios Comunitarios y Ciudadanía* e, posteriormente, para *Comunicación Popular, Comunitaria y Ciudadanía*, ainda em vigor. Foi a partir do terceiro congresso, em 1996 em Caracas (Venezuela), que os grupos de trabalho funcionaram de modo mais estruturado, o que também reflete neste GT que cresceu ano a ano em número de participantes e em representação de pesquisadores de países do continente latino americano.

Sobre a representação de países nos seus encontros, a maior presença sempre foi de brasileiros –possivelmente em decorrência do desenvolvimento do campo acadêmico de Comunicação ser mais acentuado neste país-, mas pesquisadores da Argentina, Colômbia, México, Uruguai, Bolívia, Equador, Peru, Venezuela e Chile também participam. Além de latinos, em número menor, já tivemos expositores da Itália, Dinamarca, Suécia e Tanzânia.

Neste texto, partimos da indagação sobre quais são os eixos principais de investigação que balizam os estudos na linha de pesquisa comunicação popular, comunitária e alternativa na América Latina. Os objetivos são os de identificar em linhas gerais as perspectivas epistêmicas e metodológicas compartilhadas pelos trabalhos apresentados ao longo dos anos nessa linha de pesquisa, bem como demonstrar as origens e os principais conceitos de uma outra comunicação, a das classes subalternas, sobre a qual se investiga e se constrói teorias na América Latina. O estudo foi baseado em pesquisa bibliográfica e documental.

Antes de adentrar propriamente no assunto, salientamos que a área temática central do GT Comunicación popular, Comunitária y Ciudadanía tem interfaces com outros grupos de trabalho da ALAIC: Comunicación para el Cambio Social; Comunicación, Tecnología y Desarrollo; e Comunicación y Educación, apesar das especificidades de cada um. O encontro entre eles pode ser observado no tripé: comunicação dos setores subalternos, participação popular ativa e o interesse na ampliação da cidadania. São elementos que se conjugam para a realização de uma educação libertadora –dentro e fora da instituição escolar–, por intermédio de iniciativas autônomas da sociedade civil com vistas à transformação das realidades opressoras e a construção de uma nova sociedade.

Os estudos que se alinham nesses grupos querem compreender as formas de comunicação dos povos que ultrapassem o desenvolvimentismo, e criem mecanismos de autodeterminação (educativa, comunicativa e na cultura política).

## **Dos aspectos epistêmicos e metodológicos aos temas investigados e autores**

A pesquisa no âmbito da linha de investigação sobre a qual versa este texto se move no patamar dos processos de comunicação que ocorrem no contexto dos movimentos sociais, comunidades e organizações da sociedade civil, sem fins lucrativos, em suas diversas acepções –do popular participativo ao comunitário e à imprensa alternativa nas suas intersecções com a cultura e o exercício da cidadania. Fala de meios de comunicação uma vez imbricados em dinâmicas mais amplas de mobilização social, mas não se restringe a estudos de meios enquanto canais. Investiga os processos

comunicacionais em suas relações com a cultura e a construção da cidadania. Enfim, enfatiza-se a comunicação de segmentos organizados da sociedade em suas dinâmicas de ampliação dos direitos de cidadania, passando pela superação de problemas que afetam as condições dignas de existência e desenvolvimento social.

Esse tipo de pesquisa não está preocupada em reproduzir os parâmetros da dita objetividade científica. Pelo contrário, assume não ser neutra, pois está interessada mesmo em conhecer as manifestações comunicacionais e culturais em suas dinâmicas a favor da emancipação social e, se possível (dependo da metodologia), contribuir com os grupos investigados por meio do processo de investigação e dos resultados. Parte-se do incômodo com as condições de desigualdades sócio-econômica, cultural e política em que vivem amplos contingentes populacionais empobrecidos e na busca de caminhos para sua superação.

Esses são elementos que ajudam a compor a posição epistêmica da pesquisa, acrescidos da intenção de investigar não apenas para conhecer “objetos” externos ao pesquisador, mas para gerar conhecimentos que possam contribuir por meio de subsídios a serem apropriados pelos grupos investigados em seu benefício e de suas comunidades.

No conjunto (temáticas e perspectiva metodológica), existe convergência com a tradicional perspectiva de pesquisa da comunicação para a mudança social na América Latina que procura se desvencilhar de suas proposições originárias conhecidas como “comunicação para o desenvolvimento”, uma vez identificadas com o desenvolvimento. No sentido mais amplo, ela converge ainda com as tendências da investigação na América Latina que partem do modelo teórico-metodológico da teoria crítica, tentam romper com a reprodução de modelos “importados” e buscam enten-

der os processos midiáticos e de comunicação a partir da própria realidade regional. Gustavo León Duarte (2007) caracteriza essa tendência como a marca central da chamada “Escola Latino-Americana de Comunicação” (ELACOM). Para ele (2007: 168-169), seu selo de *identificação na produção de conhecimento se dirige fundamentalmente como uma oposição às ditaduras militares, à denúncia do aparato ideológico do Estado e ao questionamento do domínio cultural e econômico dos Estados Unidos da América sobre os países da América Latina e do Caribe. [...] Sua perspectiva analítica se centra em identificar o que é que a sociedade e suas dinâmicas fazem com sua comunicação. Esta enunciação da comunicação originalmente criada por Luis Ramiro Beltrán, [...] também incorporou contribuições de Antonio Pasquali, Paulo Freire, Reyes Matta e outros. As suposições das que parte o conceito da comunicam se centram em três pontos que a identificam: a) o exercício livre e efetivo de receber mensagens; b) o exercício livre e direto de transmitir mensagens; c) o exercício direto de interferir ou tomar parte no processo de produção e transmissão de mensagens.*

Com base em pesquisa sobre a produção teórica, principalmente, na segunda metade dos anos 1980, na América Latina, o mesmo autor (2007: 169), afirma: “podemos comprovar que em vários estudos existiu um interesse sistemático e persistente em tratar de incorporar características e exposições teórico-metodológicas que possam unir a articulação entre práticas comunicacionais e movimentos sociais.” A partir dos anos 1980, a pesquisa em Comunicação no contexto da ELACOM “conseguiu desmarcar-se e renunciar definitivamente as características originais que as uniram às perspectivas informacionais e desenvolvimentista” (León Duarte, 2007: 169). Há ainda um deslocamento, do estudo dos meios e das “posições e perspectivas de corte ideológico e de denúncia dos anos setenta para o que começava se chamar de me-

dições sociais. Com isso, se iniciaria também outra fase na auto organização do conhecimento que caracteriza a ELACOM” (León Duarte, 2007: 169).

Voltemos a questão metodológica. Coerente com a posição epistêmica antes discutida, observa-se uma tendência predominante de abordagens qualitativas, que desde os anos 1970, na América Latina, representam um grito por autonomia em relação à tradição positivista de pesquisa. As pesquisas, em geral, perfilam posições teórico-metodológicas compreensivistas (fenomenologia, interacionismo simbólico etc.), estruturalistas e histórico-dialéticas, entre outras. Em síntese, as pesquisas em Comunicação nessas perspectivas compactuam com as percepções de que para compreender determinados fenômenos não bastam questionários, experimentos e técnicas estatísticas. Desse modo, atentam, por vezes, para a construção de práticas comunicativas, símbolos, significados e relações intersubjetivas, ou para os processos sócio-comunicativos e as condições sócio-históricas no contexto local e das contradições ali configuradas. Em geral os estudos tendem a se dedicar a compreensão de dinâmicas e estruturas internas dos fenômenos analisados, com forte tendência ao estudo de caso.

Do ponto de vista das técnicas a investigação na linha de pesquisa da comunicação popular, comunitária e alternativa, raramente se observa o uso de técnicas isoladas, exceto quando se trata de pesquisa teórica. As pesquisas aplicadas, em geral preocupadas em gerar conhecimentos capazes de conhecer a realidade, mas também deixar subsídios para possíveis avanços das práticas sociais optam por uma polifonia metodológica. É comum a aplicação simultânea de mais de uma técnica, como forma de compreender fenômenos em sua totalidade, se bem que nem sempre estas são muito bem explicitadas nos textos submetidos. É bastante peculiar o uso da etnografia e da pesquisa participante –em diferentes modalidades- combinadas em geral com estu-

do documental e/ou entrevistas, além da pesquisa bibliográfica. Contudo, uma abordagem mais detalhada e precisa sobre os procedimentos demandaria estudos mais sistemáticos dos trabalhos apresentados em todo o percurso do grupo de trabalho, o que não é o propósito neste momento.

Do ponto de vista temático, tomando por base 2 (dois) livros<sup>121</sup> publicados pelo GT e que reúnem os melhores trabalhos apresentados ao longo dos anos (1996-2008), observam-se duas grandes tendências. Numa, a predominante, os trabalhos abordam experiências de comunicação ou o uso de meios (radio, alto-falante, televisão, jornais etc.) em processos de mobilização comunitária tendo segmentos subalternos da população –mas organizados– como protagonistas, além de iniciativas de educação informal envolvendo o livro, o cinema e o circo. Neste âmbito também se inserem estudos sobre apropriações de novas tecnologias e da internet para a comunicação comunitária e o exercício da cidadania. No início também tínhamos estudos sobre a comunicação sindical que aos poucos foram desaparecendo do grupo. A outra tendência é a de estudos teóricos mais abrangentes que discutem a relação entre comunicação e direitos humanos, desenvolvimento da cidadania, políticas públicas de comunicação para esse setor (comunicação sem fins lucrativos), gestão cultural, além de propostas para modificar os padrões da *mainstream* mídia para a incorporação responsável das temáticas envolvendo o povo e questões de cidadania.

Por outro lado, uma pesquisa sistemática sobre a produção dos GTs da Alaic, de 1998 a 2008, realizada por Maria Cristina Gobbi (2008: 219), demonstrou que a América Latina foi o foco principal das pesquisas em todos os GTs, o que corresponde também ao grupo em questão. Na averiguação dos autores mais citados pelos trabalhos (1.576) apresentados em todos os grupos (22) de 1998 a 2006, considerando os 30 primeiros colocados em número de menções, os autores latinos aparecem em



menor quantidade (14) em relação aos de outras regiões (16). Estes são franceses, alemães, ingleses italianos, espanhóis e belgas. Pelo menos, é o que se pode deduzir da tabela mostrada por Gobbi (2008: 238-239). Ainda pelos dados apresentadas pela autora (2008: 231-235), se considerarmos os 5 (cinco) autores mais citados em cada GT em número de menções, a predominância é de latinos (83) contra 67 oriundos dos países acima mencionados. Estes dados, ou seja, a situação de quase equilíbrio na origem das fontes, pode indicar uma redução da presença de autores norte americanos e europeus na pesquisa em comunicação na América Latina em relação aos anos 1970 e 80, bem como que as peculiaridades das práticas sociais e comunicativas requerem suportes teóricos ancorados na região e que, por outro lado, os avanços teóricos conseguidos no continente correspondem aos interesses dos pesquisadores.

No caso do GT atualmente denominado *Comunicación Popular, Comunitaria y Ciudadanía*, os 5 (cinco) primeiros autores mais citados são, pela ordem crescente de menções, os seguintes: Cicilia M. Krohling Peruzzo, Jesús Martín Barbero, Paulo Freire, Nestor Garcia Canclini, Manuel Castells, Jurgen Habermas, Muniz Sodré e Antonio Gramsci (Gobbi, 2008: 235). Essa referência indica a passagem das discussões pelas questões específicas da comunicação das classes subalternas, da participação, das mediações culturais, hibridades na cultura, sociedade em rede, comunicação dialógica, esfera pública e contra-hegemonia.

Nessas alturas, passamos a segunda parte deste texto no intuito de demonstrar a sistematização dos principais conceitos relativos ao eixo central dessa problemática de pesquisa, ou seja, sobre a comunicação dos segmentos organizados das classes subalternas nas suas lutas para a transformação das estruturas injustas das sociedades e ampliação dos direitos de cidadania.

## Origens e reelaborações dos conceitos de comunicação popular, alternativa e comunitária<sup>122</sup>

A seguir apresentamos as concepções teóricas centrais, mas não exclusivas, que fundamentam a proposição do grupo de trabalho cuja produção se destaca neste texto. Ele está interessado nos processos de comunicação e cultura populares constituídos nas interfaces do exercício da cidadania.

### 2.1 Protagonismo comunicacional de segmentos subalternos

A comunicação popular representa uma forma alternativa de comunicação e tem sua origem nos movimentos populares dos anos de 1970 e 1980, no Brasil<sup>123</sup> e na América Latina como um todo. Ela não se caracteriza como um tipo qualquer de mídia, mas como um processo de comunicação que emerge da ação dos grupos populares. Essa ação tem caráter mobilizador coletivo na figura dos movimentos e organizações populares, que perpassa e é perpassada por canais próprios de comunicação. Joana Puntel (1994: 133), referenciando-se a Robert White, já ressaltou este aspecto referindo-se à comunicação nos movimentos populares vinculados à igreja católica.

A comunicação popular foi também denominada de alternativa, participativa, horizontal, comunitária, dialógica e radical, dependendo do lugar social, do tipo de

prática em questão e da percepção dos estudiosos. Porém, o sentido político é o mesmo, ou seja, o fato de tratar-se de uma forma de expressão de segmentos empobrecidos da população, mas em processo de mobilização visando suprir suas necessidades de sobrevivência e de participação política com vistas a estabelecer a justiça social. Trata-se de uma comunicação ligada aos movimentos populares e comunidades em suas iniciativas para superar os problemas decorrentes das desigualdades sócio-econômicas, culturais e políticas que afetam as classes subalternas. Ela se materializa em diversos meios e processos, segundo as condições de acesso às tecnologias e em conformidade com as necessidades de comunicação de cada lugar face à mobilização e organização. Às vezes bastam a faixa e o cartaz, em outras é necessário e possível ter uma emissora de rádio e assim por diante. Mas, no geral não prescinde da comunicação interpessoal e grupal, pois, a coordenação de ações é processo permanente. Se no início o termo popular foi o mais usado, desde o fim do século passado passou-se a empregar mais sistematicamente, no Brasil, a expressão comunicação comunitária para designar este mesmo tipo de comunicação, porém já incorporando outras características.

Na prática, a comunicação comunitária incorpora conceitos e reproduz práticas tipicamente da comunicação popular em sua fase original e, portanto, confunde-se com ela, mas ao mesmo tempo constrói outros matizes. Por exemplo, às vezes se desconecta de movimentos sociais e assume feições diversificadas quanto às bandeiras defendidas e mensagens transmitidas. Tende a ser menos politizada no seu discurso<sup>124</sup>, sem deixar de ser política, ao denunciar os desmandos dos serviços públicos e reivindicar direitos. A grande mídia também incorporou a palavra “comunidade” para designar algumas de suas produções e programas. Percebe-se, dessa forma, que o termo comunitário –do mesmo modo que popular- é de uso problemático, já que

pode se referir a processos diferentes entre si. É prudente recorrer ao *status* original dessa modalidade comunicativa na América Latina, bem como aos conceitos de *comunidade*, para a caracterização mais adequada do processo. Historicamente o adjetivo popular denotou tratar-se de “comunicação do povo”, feita por ele e para ele, por meio de suas organizações e movimentos emancipatórios visando à transformação das estruturas opressivas e condições desumanas de sobrevivência<sup>125</sup>. Apesar da dificuldade no emprego do termo popular, afinal o adjetivo popular não é imputável a qualquer fenômeno simbólico (González, 1990), seu uso se generalizou como derivado da palavra povo, tomando-o como expressão das classes subalternas.

Muitos autores<sup>126</sup> latino-americanos dedicaram-se a estudos nessa linha de pesquisa quando de sua emergência. O que se buscava com os estudos sobre a comunicação popular e alternativa, segundo Fernando Reyes Matta (apud Festa, 1995: 131-132),

*era compreender esse novo fenômeno na vida dos latino-americanos e caminhar junto na busca comum das utopias libertárias. Essencialmente, essa comunicação a partir do social buscava alterar o injusto, alterar o opressor, alterar a inércia histórica que impunha dimensões sufocantes, através de uma vocação libertadora que se nutria por uma multiplicidade de experiências comunicativas.*

Entre os vários estudiosos destaca-se Mário Kaplún (1985: 7), que, ao referir-se ao fenômeno da comunicação popular e alternativa, afirma tratar-se de “uma comunicação libertadora, transformadora, que tem o povo como gerador e protagonista”. Ressaltando os aspectos educativos desse tipo de processo de comunicação, o autor

(1985: 17) esclarece que as mensagens são produzidas “para que o povo tome consciência de sua realidade” ou “para suscitar uma reflexão”, ou ainda “para gerar uma discussão”. Os meios de comunicação, nessa perspectiva, são concebidos, pois, como “instrumentos para uma educação popular, como alimentadores de um processo educativo transformador”.

No Brasil, entre as primeiras publicações acadêmicas sobre o tema, destacam-se as de Regina Festa, Gilberto Gimenez, Juan Diaz Bordenave, Luis Ramiro Beltrán, entre outros, que trouxeram importantes contribuições para o desencadeamento de estudos nessa linha de pesquisa. Para Festa (1986: 25; 1984: 169-170), “a comunicação popular nasce efetivamente a partir dos movimentos sociais, mas sobretudo da emergência do movimento operário e sindical, tanto na cidade como no campo”, e se refere “ao modo de expressão das classes populares”.

Outro conceito que circulou logo no início da práxis comunicativa popular e, portanto, marcou práticas e concepções teóricas, merecendo ser lembrado, é o de Gilberto Gimenez. Ele (1979: 60) entende que a comunicação popular “implica a quebra da lógica da dominação e se dá não a partir de cima, mas a partir do povo, compartilhando dentro do possível seus próprios códigos”.

Juan Diaz Bordenave, com seu livro “Além dos meios e das mensagens” (1983), palestras e outros escritos, trouxe além de reflexões, relatos de experiências de outros países da América Latina que muito animaram a produção acadêmica brasileira.

Luis Ramiro Beltrán chegou explicitando a proposta de uma comunicação horizontal, conforme será visto mais adiante.

Convém frisar, ainda, que essa linha de comunicação (na pesquisa e na prática) se

inspirava em concepções de Paulo Freire sobre a dialogicidade na educação e a defesa da posição transformadora do ser humano no mundo.

Outras publicações em português subsidiaram inicialmente essa práxis comunicacional no País, desde livros até cartilhas populares como as editadas pela ALER<sup>127</sup> Brasil em parceria com o Serviço à Pastoral da Comunicação (SEPAC)-Edições Paulinas e outras entidades. Exemplificando: livros como *Comunicação grupal e libertadora* (1988), de autora de José Martinez Terrero, da Edições Paulinas<sup>128</sup>; *A comunicação alternativa na América Latina*, organizado por Máximo Simpson Grinberg, publicado Editora Vozes em 1987; e *Comunicação e classes subalternas* (1980), coletânea organizada por José Marques de Melo, que reúne textos apresentados no 2º Ciclo de Estudos Interdisciplinares da Comunicação da INTERCOM<sup>129</sup>, realizado em 1979. Entre as cartilhas populares editadas pela ALER Brasil, IBASE/CETA<sup>130</sup>, FASE<sup>131</sup> e SEPAC-Edições Paulinas<sup>132</sup> são: “A Notícia Popular”, “A entrevista”, “A entrevista coletiva”, “O riso na rádio popular”, “Rádio revista de educação popular”, “jornalismo popular”<sup>133</sup>: Outras entidades, como a Comissão Pastoral da Terra (CPT) e o Centro de Comunicação e Educação Popular de São Miguel Paulista (CEMI) também divulgaram muito material de apoio, como a cartilha “No ar... uma rádio popular!”. Trata-se de um período de fértil produção sobre o tema e são publicados dezenas de outros títulos entre artigos, ensaios, relatos, manuais, teses, dissertações e livros<sup>134</sup>, que ajudam a compor e a documentar o mosaico comunicacional de experiências de comunicação dos movimentos populares e a sistematizar conceitos teóricos e propostas de intervenção.

Em síntese, a comunicação popular, alternativa e comunitária<sup>135</sup> se caracteriza como expressão das lutas populares por melhores condições de vida que ocorrem a partir dos movimentos populares e representam um espaço para participação democrática-

ca do “povo”. Possui conteúdo crítico-emancipador e reivindicativo e tem o “povo” como protagonista principal, o que a torna um processo democrático e educativo. É um instrumento político das classes subalternas para externar sua concepção de mundo, seu anseio e compromisso na construção de uma sociedade igualitária e socialmente justa.

São conceitos da comunicação popular e alternativa das últimas décadas do século XX, assim como do início do século XXI. Neste último período, ao mesmo tempo em que o movimento popular continua a gerar práticas semelhantes ou equivalentes às que deram origem a centenas de estudos desse tipo de fenômeno comunicacional na América Latina, surgem outras modalidades de formatos e de meios de comunicação característicos dos novos tempos e do jogo de interesses tanto no nível midiático, quanto nos níveis econômico e político-ideológico. São rádios comunitárias (tradicionais e na internet), fanzines, canais comunitários na televisão a cabo, TV Web, blogs, sítios na internet, plataformas digitais colaborativas etc.

A pressão social provocou um avanço na democratização dos meios de comunicação, o que pode ser identificado no aumento do número de emissores, principalmente por meio dos canais de uso gratuito na TV a cabo, na área do rádio de baixa potência e com a presença crescente de entidades populares na internet. Um bom exemplo é o das rádios comunitárias. São cerca de 15 mil emissoras em funcionamento no País, a maioria das quais opera no formato de rádio livre comunitária, sem autorização legal para operar, em grande parte em decorrência dos entraves de natureza política.

Nada mais natural do que ter havido mudanças desde o período auge da comunicação popular dos anos 1980 até hoje. Oportuno considerar que, num ambiente

democrático, caracterizado por eleições diretas e mais liberdade de organização e de expressão no conjunto da sociedade, as lutas por comunicação, simbolizadas no Fórum Nacional pela Democratização da Comunicação (FNDC), obtiveram relevantes conquistas. Alterou-se também o processo de ação e de concepção da comunicação no contexto dos movimentos populares proporcionando o surgimento de formas mais plurais, avançadas e ágeis de comunicação. De uma comunicação dirigida a pequenos grupos e centrada nos aspectos combativos dos movimentos populares, passou-se –aos poucos– a ampliar seu alcance por meio da incorporação de meios massivos, principalmente de radiodifusão e internet, e, portanto, de novos conteúdos e linguagens<sup>136</sup>. Tais alterações provocaram a necessidade de desenvolver as atividades de comunicação de forma mais profissional (que também tem suas implicações), além de incorporar as novas tecnologias de informação e comunicação (NTIC) com todo seu potencial e exigências.

Há, pois, importantes alterações processadas no âmbito da comunicação dos próprios movimentos populares e organizações congêneres. Nessas condições, das novas formulações conceituais se requer a captação das nuances de uma comunicação gerada num patamar em que a democracia prevaleceu sobre o centralismo autoritário típico do regime militar, favorecendo o rejuvenescimento de modos tradicionais: do alto-falante para a rádio comunitária FM, da seqüência de slides para o vídeo popular -que produzia documentários e vídeos educativos- e deste para a TV de Rua -como a TV Tagarela - Rio de Janeiro, TV Mocaronga- Santarém/PA. E finalmente para o Canal Comunitário, e, ainda, a ebulição de formas alternativas -Revista Viração- São Paulo, Jornal Becos e Vuelas Z/S – São Paulo, Centro de Mídia Independente-CMI – internacional e CMI Brasil, rádio escola-comunidade- e públicas de comunicação -canais comunitários na TV a cabo e as rádios comunitárias.



Sem contudo, eliminar os formatos mais tradicionais, como o alto-falante e bicicleta ou carro de som. Trata-se da comunicação do povo que sabe modifica-la segundo a conjuntura política e tecnológica, com sabedoria e conhecimentos acumulados.

Se nos anos de 1970, 1980 e parte dos 90 a contra-comunicação<sup>137</sup> aparecia preponderantemente no âmbito dos movimentos populares, das organizações de base, da imprensa alternativa, da oposição sindical metalúrgica, de ONGs, de setores progressistas da igreja católica<sup>138</sup>, ou realizada por militantes articulados em núcleos de produção audiovisual, a partir dos últimos anos pipocam experiências comunicacionais as mais diversas, incluindo as do tipo popular tradicional (hoje mais conhecidas como comunitárias e se baseiam em premissas de cunho coletivo), além daquelas realizadas por associações, grupos ou até por pessoas autonomamente. Os exemplos podem ser encontrados em jornais e rádios comunitários, nas associações de usuários dos canais comunitários na televisão a cabo<sup>139</sup>, em Organizações não Governamentais que desenvolvem projetos coletivos de desenvolvimento social por meio da comunicação –muitos dos quais com propósitos similares àqueles antes encabeçados por movimentos populares. Esses projetos em geral envolvem bairros, entidades sem fins lucrativos, e às vezes se destinam especificamente a adolescentes e jovens. Podem assumir um misto de mídia comunitária e alternativa<sup>140</sup>, numa dinâmica em que se descobre que a confecção de meios de comunicação pode mediar favoravelmente a melhoria da auto-estima, despertar uma perspectiva profissional e a construção da cidadania em áreas carentes.

Ao mesmo tempo ocorre a presença cada vez mais substantiva dos setores populares na mídia convencional (comercial e educativa), que abriu mais espaço para assuntos antes restritos aos canais alternativos e populares, com destaque para a programação local e regional, o que, em tese, também favorece a abordagem de temas ligados ao

desenvolvimento social e à cultura local. Nessa dinâmica, o movimento popular passa a marcar sua presença tanto de forma individual (dando depoimentos e contando histórias de projetos sociais bem sucedidos), quanto grupal, quando suas propostas passam a sensibilizar e a permear a programação da mídia convencional, embora nem sempre de forma favorável ao mesmo. Acrescentando, ainda, a conquista de espaços (principalmente no rádio local/regional) para difusão de programas próprios produzidos por organizações populares e/ou entidades independentes e aliadas, como, por exemplo, a Oboré –Projetos Especiais em Comunicações e Artes. Surgiram também novos meios alternativos de comunicação, tais como a Adital -Agência de Informação Frei Tito para a América Latina, Jornal Brasil de Fato, o Centro de Mídia Independente e o Observatório do Direito à Comunicação, entre outros, com liberdade para canalizar abordagens críticas sobre a mídia e a sociedade.

Por outro lado, no espectro televisivo há uma série de novas iniciativas com finalidade de promover a educação informal, a cultura e o desenvolvimento social<sup>141</sup>. É o caso dos canais públicos de televisão de uso gratuito no sistema a cabo, como o universitário, o comunitário (ambos espalhados pelos municípios brasileiros), o canal do Poder Judiciário, os canais legislativos (TV Câmara, TV Assembléia–nos estados e municípios e TV Senado) e os educativo-culturais. Há ainda canais privados de conteúdo educativo na televisão por assinatura, como o STV (do SESC-SENAI<sup>142</sup>) e o Canal Futura (da Globo), os quais evidenciam o interesse de aproximação das classes dominantes às demandas da sociedade civil para passar uma imagem de socialmente responsáveis.

No que se refere à comunicação popular, comunitária e alternativa, propriamente dita, ela segue seu percurso caracterizado por vínculos comunitários e conteúdos de interesse público. Cada vez mais se apropria de tecnologias modernas de comuni-

cação e incorpora com mais clareza da noção do acesso à comunicação como direito humano.

De fato, há pontos de passagem e de convergência entre a comunicação popular, a alternativa e a comunicação comunitária. Esta última extrapola a dos movimentos populares, embora continue em muitos casos a se configurar como tal ou a representar um canal de comunicação destes movimentos, ou ainda, no mínimo, a ter vínculos orgânicos com os mesmos. Portanto, se é fácil distinguir entre comunicação comunitária e mídia local, o mesmo não ocorre entre ela e a popular e alternativa.

Do ponto de vista conceitual, as manifestações da comunicação alternativa se diferenciam mais nitidamente na sua vertente jornalística, como pode ser visto a seguir, a partir de um breve resgate de aspectos históricos.

## 2.2 Especificidades da imprensa alternativa

A expressão *comunicação alternativa*, típica dos anos 1960 aos 1980, vem sendo retomada. Ela surgiu para designar tanto a comunicação popular, tal como foi anteriormente explicitada, quanto para caracterizar o tipo de imprensa não alinhada às posturas da mídia tradicional, então sob a batuta da censura do regime militar no Brasil. Neste caso, denomina-se imprensa alternativa. Ou seja, era uma época em que a maioria dos grandes jornais se alinhava à visão oficial do governo militar, por opção político-ideológica ou pela coerção, sob a força da censura. A imprensa alternativa representada pelos pequenos jornais, em geral com formato tablóide, ousava analisar criticamente a realidade e contestar um tipo de desenvolvimento. São exemplos, o PIF-PAF, lançado em 1964; Pasquim (1969); Posição (1969); Opinião (1972);

Movimento (1975); Coojornal (1975); Versus (1974); De Fato (1975); Extra (1984), entre outros<sup>143</sup>. Eram jornais dirigidos e elaborados por jornalistas de esquerda, alguns ligados à pequena burguesia, que, cansados do autoritarismo, aspiravam um novo projeto social e preocupavam-se em informar a população sobre temas de interesse nacional numa abordagem crítica.

Como afirma Raimundo Rodrigues Pereira (1986: 55-56), “a imprensa alternativa foi expressão da média burguesia, dos trabalhadores e da pequena burguesia, defendeu interesses nacionais e populares, portanto, condenava o regime militar”.

Para Bernardo Kucinski (1991: XVI),

*a imprensa alternativa surgiu da articulação de duas forças igualmente compulsivas: o desejo das esquerdas de protagonizar as transformações institucionais que propunham e a busca, por jornalistas e intelectuais, de espaços alternativos à grande imprensa e à universidade. É na dupla oposição ao sistema representado pelo regime militar e às limitações à produção intelectual-jornalística sob o autoritarismo, que se encontra o nexo dessa articulação entre jornalistas, intelectuais e ativistas políticos.*

Eram jornais que se apresentavam como alternativa de leitura aos grandes jornais então existentes. Tratavam de temas comumente enfocados pela imprensa e circulavam no mesmo circuito: eram vendidos em bancas, por assinaturas e/ou em locais de público flutuante (universidades, centros de convenções etc.).

No conjunto, a imprensa alternativa comportava, além de jornais com características de periódicos de circulação diária e os boletins populares, outros segmentos como o da imprensa popular ligados aos movimentos populares. Na imprensa, então dita popular, destacavam-se o *Mulherio*, produzido por um grupo de mulheres e que tratava da situação do público feminino na sociedade; o *Porantin*, do Conselho Indigenista Missionário (CIMI), que abordava a questão do índio; e o *Jornallivro*, produzido por entidades e grupos voltados ao trabalho de educação de base. Entre os segmentos atentos à imprensa político-partidária devem ser citados os jornais *Voz da Unidade*, *Tribuna da Luta Operária*, *Companheiros* e *Em Tempo*. A imprensa sindical, por seu lado, editou jornais importantes como a *Tribuna Metalúrgica* e *Folha Bancária*<sup>144</sup>, ainda existentes.

Então, o que caracteriza o jornalismo como alternativo é o fato de representar uma opção enquanto fonte de informação, pelo conteúdo que oferece e pelo tipo de abordagem. Mas, como já ressaltado, também os pequenos jornais, boletins informativos e outras formas de comunicação (como panfletos, alto-falantes, carro de som, literatura de cordel, slides etc. –do circuito dos movimentos populares) eram chamados de alternativos pela força do sentido do seu conteúdo, porém, sem dispensar a leitura de jornais convencionais. Em suma, há uma comunicação alternativa no âmbito dos movimentos populares que extrapola jornais e o jornalismo.

### **2.3 Comunicação popular e comunitária: diversidade e convergência**

Há que se recordar que a comunicação popular é tomada como aquela elaborada por

segmentos do povo, outra palavra de uso não uníssono. Enquanto o popular “é um fenômeno que deve ser estudado como uma realização social com uma historicidade específica, posto que a noção de povo = classes subalternas é uma variável histórica e não natural” (González, 1990: 62), povo também requer que seja apanhado no contexto. Como enfatiza Luiz E. Wanderley, o termo povo pode significar o conjunto dos cidadãos (o povo brasileiro); os nacionalistas que lutam contra um colonizador estrangeiro; os pobres ou empobrecidos, às vezes lembrados como “povão” ou “povinho”; as classes subalternas situadas em oposição das classes dominantes na sociedade. Pode-se ainda tomar “povo” como um conceito sempre em transformação que contém rica negatividade e está sempre em oposição aos que se apresentam como anti-povo, os opressores ou aqueles que contradizem as necessidades e interesses da maioria (Wanderley, 1979: 64).

Da perspectiva de povo como conceito dinâmico deriva-se a idéia do *popular-alternativo*. Situa-se no universo dos movimentos sociais populares (de segmentos das classes subalternas) no processo de lutas por direitos de cidadania. Mas há outras dimensões do popular, como *popular-folclórico*, abarcando as manifestações culturais tradicionais e genuínas do povo presentes em manifestações de folkcomunicação (literatura de cordel etc.); e como *popular-massivo*, quando permeia a grande mídia privada. Esta última dimensão se manifesta em três perspectivas: culturalista (trabalha dimensões da cultura do povo), popularesca (programa midiático que se diz popular por usar o linguajar ou desfrutar de altos índices de audiência, em geral, por explorar o assistencialismo sensacionalista explorando/atendendo interesses/necessidades de pessoas) e de utilidade pública (conteúdo informativo ou motivacional com a finalidade de esclarecer sobre problemáticas de bairros e demais assuntos de interesse local ou de mobilizar socialmente)<sup>145</sup>.

Assim, há mais o que diferenciar entre as formas de comunicação chamadas de populares ou comunitárias que são dirigidas ao “povo” por intermédio dos meios de comunicação comerciais e aquelas protagonizadas por cidadãos ou movimentos e entidades associativas de interesse público, do que entre comunicação popular e comunitária em si. As primeiras, apesar de desenvolverem dimensões que podem ser comunitárias ou populares, nem sempre visam a emancipação cidadã, nem modificam a lógica de manipulação característica da grande mídia comercial, ressalvando algumas exceções.

A comunicação popular e comunitária pode ser entendida de várias maneiras, mas sempre denota uma comunicação que tem o “povo” (as iniciativas coletivas ou os movimentos e organizações populares) como protagonista principal e como destinatário, desde a literatura de cordel até a comunicação comunitária.

Comunicação comunitária, na forma como vem se desenvolvendo nos últimos tempos significa:

*o canal de expressão de uma comunidade (independente do seu nível sócio-econômico e território), por meio dos qual os próprios indivíduos possam manifestar seus interesses comuns e suas necessidades mais urgentes. Deve ser um instrumento de prestação de serviços e formação do cidadão, sempre com a preocupação de estar em sintonia com os temas da realidade local” (Deliberador; Vieira, 2005: 8).*

Portanto, do ponto de vista teórico e das práticas sociais recentes, a comunicação

comunitária recorre a princípios da comunicação popular, podendo haver certa distinção entre uma experiência e outra, segundo as características de cada situação. Há casos em que o comunitário se torna mais plural ao atuar num bairro, numa cidade ou região onde há diversidade de atores sociais, e em cuja realidade certas características comunitaristas (ação conjunta, participação na gestão, propriedade coletiva) se diluem, mas outras permanecem, como por exemplo, o sentido orgânico do vínculo local, participação na programação e a transmissão de conteúdos de interesse público. É comum, por exemplo, encontrar rádios comunitárias que reproduzem padrões das comerciais em sua programação.

Por tudo o que já foi analisado, a comunicação comunitária, popular, alternativa ou participativa se caracteriza por processos de comunicação baseados em princípios públicos, tais como não ter fins lucrativos, propiciar a participação ativa da população, ter –preferencialmente– propriedade coletiva e difundir conteúdos com a finalidade de desenvolver a educação, a cultura e ampliar a cidadania. Engloba os meios tecnológicos e outras modalidades de canais de expressão sob controle de associações comunitárias, movimentos e organizações sociais sem fins lucrativos. Por meio dela, em última instância, realiza-se o direito de comunicar<sup>146</sup> ao garantir o acesso aos canais de comunicação. Trata-se não apenas do direito do cidadão à informação, enquanto receptor –tão presente quando se fala em grande mídia–, mas do direito ao acesso aos meios de comunicação na condição de produtor e difusor de conteúdos.

Luis Ramiro Beltrán (1981: 30-32), ressaltando as contribuições de precursores como Fernando Reyes Matta, Miguel Azcueta, Juan Diaz Bordenave, Josiane Josuet e João Bosco Pinto, além do informe final da *Reunión sobre la Autogestión, el acceso y la Participación en Material de Comunicación*, da UNESCO, realizada em Belgra-



do (1977), na explicitação da comunicação horizontal, já falava em direito à comunicação como: acesso (direito de receber mensagens); diálogo (direito de receber e emitir mensagens); e participação (direito de participar efetivamente dos processos de comunicação).

Há muito tempo se sabe que a participação ativa do cidadão em todas as fases da comunicação, como protagonista, propicia a constituição de processos educacionais favoráveis ao desenvolvimento mais ágil do exercício da cidadania. Desse modo, apesar da validade de meios comunitários que prezam apenas a difusão de conteúdos de interesse público e aderentes às localidades ao invés de provocar a participação avançada das pessoas no *que fazer* comunicativo, o ideal é possibilitar a oportunidade de aprendizado não só pelas mensagens divulgadas mas também pelo envolvimento direto na sua produção e difusão. Não se discute a importância da difusão de conteúdos educativos, mas não é só por meio deles que se conscientiza.

Os processos de comunicação popular e comunitária têm maior visibilidade especialmente em duas situações: quando os desafios estão, por exemplo, na apropriação de instrumentos de comunicação dirigida, tais como pequenos jornais, panfletos, cartazes, faixas, troças carnavalescas, peças de teatro, slides, alto-falantes, TV de Rua etc. Oportuno lembrar que os meios artesanais foram os que se mostraram viáveis no período inicial da ação dos movimentos populares. Já em outra situação, quando há o empoderamento social das tecnologias de comunicação, que passa pelo videocassete, alto-falante, rádio em frequência modulada, televisão comunitária no sistema cabo, e mais adiante, *sites, blogs, fotologs e listas* de discussão na internet, mídias e redes sociais virtuais. Empoderamento, de empowerment, em inglês, quer dizer participação popular ativa com poder de controle e de decisão nos processos sociais (políticas públicas relacionadas à educação, saúde, Comunicação, transporte, ques-

tões de gênero, geração de renda), e como tal, também, a apropriação de meios de comunicação. O desafio atual é justamente avançar no empoderamento qualitativo e amplo das novas tecnologias de comunicação, ao mesmo tempo em que as antigas modalidades e tecnologias comunicativas continuam tendo seu lugar. As condições de desigualdade de acesso a internet, com tudo o que ela requer para seu empoderamento pleno, indicam a não universalidade na sua apropriação, o que justifica que em determinados lugares as tecnologias tradicionais continuam sendo prioritárias.

## **2.4 Comunicação comunitária e comunidade: aproximações conceituais**

Assim como o adjetivo popular é constitutivo da expressão “comunicação popular” e deriva da palavra povo, a expressão “comunicação comunitária” tem ligação com os conceitos de comunidade. Estes são complexos e estão em transformação. Originalmente enfatizam-na como uma unidade em que os laços entre os seus membros são orgânicos e espontâneos –sejam eles baseados na vizinhança, laços de sangue ou espiritual (Tönnies, 1973, 1995)-, que pressupõe uma base geográfica específica [sic] e a existência de coesão social (Maciver; Page 1973: 122), ou ainda se vislumbra a formação de uma organicidade capaz de constituir uma “comunidade universal”, a partir de uma sintonia de interesse pela vida (Buber, 1987), ou seja, a formação de uma “comunidade de idéias”, entre outros aspectos.

Em meio a críticas no que se refere ao caráter utópico de comunidade tal como concebida pelos clássicos, desde as últimas décadas do século XX, quando lhe foi atribuído um sentido extemporâneo e se decretou sua possível morte enquanto fenôme-

no social. Porém, ao que tudo indica, comunidade nunca deixou de existir, apesar das alterações em suas configurações e dos (des)entendimentos teóricos, e continua a se formar e a participar do debate na atualidade.

Há mudanças substanciais nas concepções de comunidade, ao mesmo tempo em que alguns de seus princípios ainda se verificam. O sentimento de pertença, a participação, a conjunção de interesses e a interação, por exemplo, são características que persistem ao longo da história, enquanto a noção de lócus territorial específico como elemento estruturante de comunidade está superada pelas alterações provocadas pela incorporação de novas tecnologias da informação e comunicação. Porém, sem menosprezar o fato de que o espaço geográfico continua sendo um importante fator de agregação comunitária em determinados contextos e circunstâncias. Por outro lado, cada vez mais há comunidades constituídas a partir de identidades em comum e de outros interesses convergentes, independente de base territorial específica. São as comunidades de eleição, ou de escolha, já identificadas por Buber (1987) e Goldsmith (1999) e que se proliferam na atualidade com o auxílio da internet, a exemplo de comunidades e redes sociais virtuais.

Enfim, a comunicação popular e comunitária pressupõe a existência de uma práxis que vai além do simples estar próximo ou compartilhar das mesmas situações. Pertencer a uma mesma etnia ou morar num mesmo bairro ou usar o mesmo transporte coletivo, não quer dizer que existam relações comunitárias. A comunidade se funda em identidades, ação conjugada, reciprocidade de interesses, cooperação, sentimento de pertença, vínculos duradouros e relações estreitas entre seus membros.

Portanto, nem todo meio de comunicação local é comunitário, apenas por se dirigir a uma audiência próxima, usar a mesma linguagem ou falar das coisas do lugar. Este

pode simplesmente reproduzir os padrões da mídia comercial privada em termos de interesses econômicos e políticos, além de se basear na mesma lógica de gestão e programação, distanciando-se da perspectiva comunitarista.

Assim sendo, à comunicação comunitária são reservadas exigências de vínculos identitários, não possuir finalidades lucrativas, e estabelecer relações horizontais entre emissores e receptores com vistas ao empoderamento social progressivo da mídia e ampliação da cidadania.

Há outro nível de mudança que interfere no conceito de comunidade e que tem tudo a ver com a comunicação comunitária, qual seja, a mística em torno da justiça social. Esta é construída na práxis dos movimentos populares, associações comunitárias, sindicatos, setores progressistas de igrejas, ONGs de base social e demais organizações do terceiro setor. Mesmo não sendo possível identifica-los como comunidades específicas, estes atores buscam a transformação das condições de opressão e sofrimento de segmentos da população brasileira com vistas a efetivação de um mundo em que todos possam ter dignidade e seus direitos de cidadania respeitados. Têm algo em comum, a partir do qual se poderia vislumbrar a constituição de uma “comunidade de idéias”. É neste nível que a comunicação comunitária vai se cruzando com outras formas de expressão e com os próprios fazeres sociais, afinal ela não é algo que acontece à parte, mas, imbricada nos processos associativos mais amplos.

## Considerações finais

As práticas comunicacionais geraram conceitos que permitem tomar as expressões comunicação popular, alternativa e comunitária como sinônimo, quando se referem

às lutas de segmentos subalternos por sua emancipação, mesmo havendo algumas características próprias em cada um dos processos. Elas se recriam continuamente. Sua vertente comunitária vem ganhando expressividade e distinção no Brasil desde o fim dos anos 1990 e assume diversas feições, semelhante á imprensa alternativa. As motivações para tanto possivelmente vêm do interesse social presente nos cidadãos e nas organizações civis em interferir nos sistemas geradores e mantenedores da desigualdade, além das possibilidades inovadoras, como a efetiva interatividade, que as novas tecnologias de informação e comunicação (NTIC) oferecem.

A pesquisa em comunicação popular e comunitária acompanha esse processo, o que se pode observar até nas alterações de nomenclatura do grupo de trabalho analisado, além das temáticas que vão se diversificando e incluindo estudos do universo do ciberespaço de forma crescente.

Outra dimensão clara é a coerência das opções metodológicas com os objetos estudados uma vez que só permitem a geração de conhecimentos aprofundados se apanhados no calor das próprias manifestações. Oxalá a pesquisa empírica possa vir a ser ainda mais incorporada e de forma aprimorada, do ponto de vista metódico e interpretativo nos estudos que estão por vir, pois, é premente se superar a tendência a elaboração de “papers” a partir de meras aproximações de práticas sociais comunicativas aos discursos teóricos em voga.

## Referências

BELTRÁN, LUIS RAMIRO. (1981). “Adeus a Aristóteles”. Em *Comunicação e Socie-*

*dade*: revista do Programa de Comunicação. N. 6. UMESP, S. B. do Campo. pp. 5-35.

BUBER, MARTIN. (1987). *Sobre comunidade*. Seleção e introdução de Marcelo Dascal e Oscar Zimmermann. Perspectiva, São Paulo.

DELIBERADOR, LUZIA M. Y.; ANA C. R VIEIRA. (2005). “Comunicação e educação para a cidadania em uma Cooperativa de Assentamento do MST”. Trabalho apresentado no NP Comunicação para a Cidadania. XXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, promovido pela INTERCOM e realizado na Universidade Estadual do Rio de Janeiro [CDRom].

DIAZ BORDENAVE, JUAN. (1983). *Além os meios e das mensagens: introdução à comunicação como processo, tecnologia, sistema e ciência*. Vozes, Petrópolis.

FESTA, REGINA. (1986). “Movimentos sociais, comunicação popular e alternativa”. Em FESTA, R.; SILVA, CARLOS EDUARDO LINS DA (Orgs.). *Comunicação popular e alternativa no Brasil*. Paulinas, São Paulo. pp. 9-30.

(1984). “Comunicação popular e alternativa: realidade e utopias”. São Bernardo do Campo: IMS. (Dissertação de Mestrado – Comunicação).

(1995). “Elementos para uma análise da comunicação na América Latina: perspectivas para os anos 90”. Em PERUZZO, C.M.K. (Org.). *Comunicação e culturas populares*. Intercom, São Paulo. pp. 125-142.

GIMÉNEZ, GILBERTO. (1979). “Notas para uma teoria da comunicação popular”. *Cadernos CEAS*. N. 61. CEAS, Salvador. pp. 57-61.

GOBBI, MARIA CRISTINA. (2008). *A batalha pela hegemonia comunicacional na*

*América Latina*. Editora da Universidade Metodista, São Bernardo do Campo.

GOLDSMITH, MARSHALL. (1999). “Comunicaciones Globales y Comunidades de Elección”. Em HESSELBEIN, FRANCES *ET AL* (Orgs.). *La comunidad del futuro*. Granica: Buenos Aires, Barcelona, Cidade do México.

GONZÁLEZ, JORGE A. (1990). *Sociología de las culturas subalternas*. Universidad Autónoma de Baja California, Mexicali.

KAPLÚN, MÁRIO. (1985). *El comunicador popular*. CIESPAL, Quito.

KUCINSKI, BERNARDO. (1991). *Jornalistas e revolucionários: nos tempos da imprensa alternativa*. Scritta, São Paulo.

LEÓN DUARTE, GUSTAVO. (2007). *Escola Latino-Americana de Comunicação – a nova hegemonia*. Editora da Universidade Metodista, São Bernardo do Campo.

MACIVER, R. M.; CHARLES PAGE. (1973). “Comunidade e sociedade como níveis de organização social”. Em FERNANDES, F. (Org.). *Comunidade e sociedade*. v.1. Nacional, São Paulo. pp.117-131

MIRANDA, ORLANDO DE (Org.). (1995). *Para ler Ferdinand Tönnies*. EDUSP, São Paulo.

PEREIRA, RAIMUNDO R. (1986). “Viva a imprensa alternativa. Viva a imprensa alternativa”. Em FESTA, R.; SILVA, CARLOS EDUARDO LINS DA (Orgs.). *Comunicação popular e alternativa no Brasil*. Paulinas, São Paulo. pp. 53-79.

PERUZZO, CÍCILIA M. K. (1998). “Mídia comunitária”. Em *Comunicação e Sociedade: revista do Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social*. Núm. 30. UMEP,

São Bernardo do Campo. pp. 141-156.

(2002a). “Comunicação comunitária e educação para a cidadania”. Em *Revista PCLA – Pensamento Comunicacional Latino Americano*. V. 4, Núm. 1 Cátedra Unesco-Umesp, São Bernardo do Campo. pp. 1-9. Disponível em: <[www.metodista.br/unesco/pcla](http://www.metodista.br/unesco/pcla)>.

(2002b). “Comunidades em tempo de redes”. Em PERUZZO, CÍCILIA M.K; COGO, DENISE; KAPLÚN, GABRIEL (Orgs.). *Comunicación y movimientos populares: ¿cuales redes?*. UNISINOS, São Leopoldo. pp. 275-298.

(Org.). (2004). *Vozes cidadãs: aspectos teóricos e análises de experiências de comunicação popular e sindical na América Latina*. Angelara, São Paulo.

(2004a). *Comunicação nos movimentos populares: a participação na construção da cidadania*. 3ª. Ed. Vozes, Petrópolis.

(2005). “Direito à comunicação comunitária, participação popular e cidadania”. Em *Revista Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación*, a. 2, n.3, jul./dez. São Paulo. pp. 18-41.

PERUZZO, CÍCILIA M.K.; T. TUFTE; J. VEJA CASANOVA (Orgs.). (2011). *Trazos de una outra comunicación en América Latina: prácticas comunitárias, teorías y demandas sociales*. Universidad Del Norte, Barranquilla.

PUNTEL, JOANA T. (1994). *A Igreja e a democratização da comunicação*. Paulinas, São Paulo.

TÖNNIES, FERDINAND. (1973). “Comunidade e sociedade como entidades típico-



-ideais”. Em FERNANDES, FLORESTAN (Org.). *Comunidade e sociedade*. V.1. Nacional, São Paulo. pp. 96-116.

(1995). “Determinação geral dos conceitos principais”. Em MIRANDA, ORLANDO DE (Org.). *Para ler Ferdinand Tönnies*. EDUSP, São Paulo. pp. 231-352.

WANDERLEY, LUIZ E. (1979). “Apontamentos sobre educação popular”. Em VALLE, J. EDÊNIO; QUEIROZ, J. J. (Orgs.). *A cultura do povo*. Cortez, São Paulo. pp. 58-79.

578

COMUNICACIÓN,  
DESARROLLO Y  
CAMBIO SOCIAL

# COMUNICACIÓN, DESARROLLO Y CAMBIO SOCIAL

| Alfonso Gumucio-Dagron

## Introducción

Desde la década de 1950 la literatura académica ha recogido contribuciones teóricas sobre comunicación, desarrollo y cambio social. El pensamiento teórico, vinculado a los programas de desarrollo social, económico, político y cultural, se ha expresado fundamentalmente en dos vertientes, una “modernizadora” y otra “participativa”.

La primera, nacida en años de la posguerra en laboratorios de universidades norteamericanas, se impuso en América Latina, África y Asia montada sobre la influyente ola de la política de cooperación internacional de Estados Unidos. La segunda nació al ras de la realidad, cruzada por conflictos sociales, dictaduras y movimientos de liberación, y tardó en conquistar un sitio en el olimpo de las teorías de la comunica-

ción.

Como todo proceso, los diferentes modelos conceptuales que fueron puestos en circulación al amparo de las dos grandes vertientes, han evolucionado y en muchos casos convergen difuminando las fronteras teóricas a través de préstamos ideológicos y prácticos. En muchos casos se producen engendros simbióticos parecidos a aquellas plantas parásitas que acaban con los árboles en los que se desarrollan: no necesariamente sobrevive el tronco más fuerte.

Producto de negociaciones conceptuales y revisiones de las prácticas, y a medio camino entre esas dos grandes vertientes teóricas, una tercera posición negociada pugna por reconocimiento en el campo de las teorías de la comunicación: la multiplicidad.

El pragmatismo fagocita los principios, ya nada es lo que era. Hay quienes se empeñan en estirar el paraguas de la comunicación para que debajo del rótulo *comunicación y cambio social* quepa cualquier cosa; que la difusión de información y la participación en procesos de cambio caminen codo a codo, que las verticales y las horizontales se crucen en nombre de la complejidad de lo interdisciplinario, y que todos los enfoques convivan en armonía. Si bien las etiquetas y definiciones académicas le sirven más a las universidades que a quienes trabajan concretamente en los espacios donde los cambios sociales ocurren, no es ocioso el ejercicio de distinguir y separar los enfoques originales, los pilares fundamentales, precisamente porque detrás de cada uno hay ideología y propuesta política, y ninguno es inocente. Al fin y al cabo es una cuestión de poder y de enfoques culturales.

La aplicación sistemática de herramientas de comunicación en los programas de de-

sarrollo empezó después de la Segunda Guerra Mundial y evolucionó en diversas direcciones según los distintos contextos geográficos, culturales, sociales y económicos. Los países industrializados diseñaron estrategias de cooperación y desarrollo internacional a la vez que mantenían políticas coloniales en África, Asia y América Latina. La industria de guerra se reconvirtió en industria de paz: en vez de tanques se fabricaron tractores, en vez de cañones máquinas de coser, y así sucesivamente... y había que venderlos. ¿Pero a quién? Europa estaba devastada por la guerra y el tercer mundo por el colonialismo. La solución era que los pobres fueran un poco menos pobres para que su poder adquisitivo les permitiera convertirse en consumidores. Los modelos asociados a las teorías de la modernización fueron diseñados para apoyar la expansión de los mercados de consumo y la asimilación de amplios sectores marginados de la sociedad.

La premisa principal de los modelos que operan mediante mecanismos de persuasión y estrategias de transferencia y difusión de innovaciones y nuevas tecnologías, es que la información, *per se*, genera desarrollo, mientras que la cultura tradicional local constituye una barrera que impide alcanzar niveles de desarrollo similares a los de los países industrializados. Debido a su vínculo directo con la política exterior oficial de Estados Unidos, estos modelos fueron dominantes en la cooperación internacional para el desarrollo.

En el campo contestatario las prácticas y las ideas que surgieron a partir de las luchas independentistas y antidictatoriales en África, Asia y América Latina, están ligadas a los hechos políticos y sociales tanto como a los valores y las expresiones de identidad cultural. La premisa de esta vertiente conceptual afirma que las causas profundas de la pobreza son estructurales y están directamente relacionadas con la injusticia social y la inequidad: desigual acceso a las tierras cultivables, ausencia de

libertades civiles colectivas, opresión de las culturas indígenas, entre otras. En lugar de cambios en el comportamiento individual este pensamiento promueve cambios estructurales en la sociedad, a través de la participación activa de la ciudadanía. El derecho a la comunicación y la apropiación de los procesos comunicativos, están en el centro de esta vertiente teórica.

## I. El viento norte de la hegemonía

Los países industrializados impusieron la noción de que las naciones más pobres son responsables de su pobreza. Apoyados en la supremacía tecnológica y económica, los modelos teóricos de la modernización sugieren que las tradiciones locales impiden que las naciones en vías de desarrollo den *un salto* hacia la modernidad. De manera implícita esos modelos afirman que la aspiración de toda sociedad en desarrollo debería ser la vida material como se conoce en los países industrializados y que para poder alcanzar ese ideal es imperativo desembarazarse de creencias y prácticas culturales que obstaculizan la modernización. Como parte de ese mismo razonamiento, se asigna una importancia central al progreso industrial y tecnológico, entendiendo que el progreso y el bienestar están fundados en una mayor productividad material. Se argumenta que la introducción de nuevas tecnologías en las regiones empobrecidas ayudará a los campesinos “incultos” a modernizarse. Esta premisa implica que el conocimiento es un privilegio exclusivo de los países industrializados y que por lo tanto la transferencia de información mejorará las vidas de los pobres. El postulado subyacente es que los pobres son pobres debido a un déficit de conocimiento: si los pobres del mundo pudieran acceder a la información sobre el desarrollo, estarían en condiciones de producir más, aumentar sus ingresos, integrarse a la sociedad y ser

más felices.

La idea de compartir generosamente las innovaciones de los “centros del conocimiento” de Estados Unidos y de Europa con las poblaciones rurales de Asia, África y América Latina dio paso a uno de los paradigmas más influyentes de la comunicación para el desarrollo. Tuvo a Everett Rogers como su principal proponente en 1962 aunque en 1976, influenciado por pensadores latinoamericanos, Rogers reevaluó su planteamiento inicial y criticó el “paradigma dominante” que inicialmente había sido formulado por Lerner (1958). Paradójicamente, en ignorancia de la evolución del pensamiento de Rogers, o quizás omitiendo deliberadamente su pensamiento actualizado, muchas instituciones académicas y organizaciones para el desarrollo se mantuvieron bajo la influencia de sus escritos iniciales.

Daniel Lerner, Wilbur Schramm y Everett Rogers son considerados los fundadores de la comunicación para el desarrollo, sin embargo si examinamos sus aportes y colocamos sus ideas en el flujo continuo de teorías que conducen al pensamiento actual, no tienen entre sí un vínculo ideológico tan directo.

El libro de Lerner fue el texto pionero de referencia. La fecha de su primera edición lo coloca entre los primeros intentos de estudiar de manera articulada la comunicación, la cultura y el desarrollo. El estudio de caso “El bodeguero y el jefe: una parábola”, que constituye la piedra angular del pensamiento del autor, describe en un lenguaje condescendiente las visitas de Lerner al pueblo de Balgat (Turquía). A partir de esa experiencia de campo elabora una teoría en blanco y negro donde concluye que para formar parte del mundo moderno, las comunidades rurales y suburbanas de los países del Tercer Mundo necesitan dejar atrás sus tradiciones y adoptar los medios masivos de difusión y la nueva tecnología de occidente.

Desde el punto de vista de su aporte a la teoría de la comunicación para el desarrollo, Schramm y Rogers son autores de mayor actualidad que Lerner. Pese a su optimismo sobre el papel de los medios masivos de difusión como agentes de cambio social, los textos de Wilbur Schramm contribuyen en la discusión teórica al evocar temas como los vínculos culturales, las relaciones grupales y la participación en la toma de decisiones. Desafortunadamente, queda la impresión de que Schramm fue leído sólo como un adalid de los medios masivos; sus advertencias y cuestionamientos sobre los mismos fueron dejados convenientemente a un lado.

Everett Rogers evolucionó a lo largo de su vida porque era alguien que sabía escuchar. No es común en el mundo académico encontrar a alguien que reconoce que las ideas que había expresado pocos años antes estaban equivocadas, como lo hizo él en 1976 cuando escribió sobre “el ocaso del paradigma dominante” en referencia a Lerner pero también a su propia obra emblemática: *La difusión de innovaciones* (1962). A lo largo de su vida profesional Rogers mantuvo una relación estrecha con la realidad del Tercer Mundo, a través de investigaciones y proyectos en América Latina, África y Asia. Unos meses antes de su muerte, a fines del 2004, mencionó en una entrevista que su relación con investigadores latinoamericanos había influido en la evolución de su pensamiento.

Otro pensador de esa camada, David Berlo, describió en 1960 a la comunicación como un “proceso” y expuso los principios clave de un enfoque dialógico: “La teoría de la comunicación refleja un punto de vista de proceso. Un teórico de la comunicación rechaza la posibilidad de que la naturaleza consiste en eventos o ingredientes que son separables de todos los demás eventos. Alega que no se puede hablar del comienzo o el fin de la comunicación ni decir que una idea en particular provino de una sola fuente específica, que la comunicación ocurre de una sola manera, y así su-

cesivamente” (Berlo, 1960).

El modelo de “difusión de innovaciones” planteado por Rogers se aplicó desde la década de 1960 principalmente en la agricultura, porque los países donantes percibían que la productividad agrícola era la prioridad para el desarrollo. El incremento de la producción mediante la introducción de nuevas tecnologías, no sólo menguaría el hambre en el Tercer Mundo, sino que los excedentes abastecerían de productos agrícolas baratos a los países industrializados. Lo que hemos conocido en esos años como “repúblicas bananeras”, con sus implicaciones económicas, sociales y políticas, es una expresión de esa estrategia de desarrollo.

Lo ocurrido en América Central no es un dato banal, sino un ejemplo brutal del empleo de estrategias mediáticas con objetivos políticos. Luego de la intervención abierta de Estados Unidos en Guatemala de 1952 a 1954, que culminó con el golpe militar contra el gobierno democrático de Jacobo Arbenz, se establecieron nuevas medidas para detener la reforma agraria y facilitar la concentración de tierras productivas en manos de un sector pequeño de la minoría ladina<sup>147</sup>, dejando sin tierra a la mayoría de la población indígena. Para validar el proceso de contrarreforma agraria la Agencia de Información de Estados Unidos (USIS) utilizó todos los medios posibles en una estrategia de “comunicación para el desarrollo” cuyo objetivo era persuadir a la mayoría indígena despojada de sus tierras, para que acepte las medidas de la dictadura militar.

Los vínculos entre el aparato militar y de inteligencia de Estados Unidos con instituciones civiles y universidades con el objetivo de desarrollar modelos de comunicación para la guerra fría, han sido estudiados por autores que revelan los nexos de algunos pioneros de la comunicación para el desarrollo con los organismos de in-



teligencia estadounidense (Simpson, 1994). La CIA financió el Centro de Estudios Internacionales (CENIS) del prestigioso Instituto de Tecnología de Massachussets (MIT) cuyo director, Max Millikan, había sido subdirector de la agencia de inteligencia.

Implementado masivamente en Asia, África y América Latina, el modelo modernizador de la difusión de innovaciones terminó beneficiando a los grandes terratenientes antes que a los campesinos pobres. Con el argumento de que no existía un conocimiento local propio la información sobre innovaciones agrícolas dirigida a la población rural no ayudó a romper el círculo vicioso de la injusticia social y de la explotación. Las técnicas promovidas por extensionistas de los programas de desarrollo fueron inútiles frente a los problemas reales de falta de acceso de los campesinos pobres a la tierra productiva, a créditos o a fertilizantes. El extensionismo, que puede hacer más daño que bien a las comunidades, fue abordado de manera crítica por Paulo Freire (1973).

La difusión de innovaciones dio el paso al mercadeo social, que sigue siendo un paradigma dominante en algunas regiones en vías de desarrollo del mundo. La expresión “mercadeo social” encapsula un oxímoron similar al de “inteligencia militar”; los dos términos chocan entre sí, pero los proponentes sostienen que el modelo surgió de la voluntad de sectores industriales y académicos de acercarse a la problemática social, particularmente en el sector de salud. Incluso antes de que el sida irrumpiera como la prioridad, las campañas de control de la natalidad en todo el mundo consumieron una cantidad considerable de recursos, luego destinados a promover la “planificación familiar” y la “salud reproductiva”. Es una paradoja cruel que el lenguaje del mercadeo social aplicado a temas de salud y desarrollo provenga de la jerga militar utilizada durante la Segunda Guerra Mundial o de la publicidad comercial:

campana, estrategia, blanco, cliente, consumidor...

Los medios de difusión han sido la espina dorsal de las campañas de mercadeo social. La radio y la televisión contribuyeron en la difusión mundial de una versión interesada de la armonía y de la felicidad. Las agencias de publicidad utilizaron estrategias similares a las empleadas para posicionar la Coca-Cola, para vender el nuevo emblema de seguridad y salud: el condón.

Los cambios de comportamiento individual son la esencia del mercadeo social. La ignorancia de los planificadores de campañas de mercadeo social sobre el contexto local produjo en el pasado engendros con un alto costo social, como la promoción de sustitutos de leche materna en regiones pobres del mundo, lo cual satisfacía las necesidades de mercado de las multinacionales en lugar de las necesidades de salud de la población.

El modelo de “promoción de la salud”, implementado a través de instituciones gubernamentales para promover las políticas nacionales de salud a nivel comunitario, es otra variante de las estrategias conductistas de cambio de comportamiento. A pesar de ciertos aspectos innovadores, como el énfasis en la comunicación interpersonal, no pasa de ser un modelo de información sobre enfermedades, en lugar de un modelo de comunicación para la salud. La premisa subyacente es echar la culpa a las víctimas por su ignorancia acerca de los temas de salud y por su comportamiento insalubre, sin tomar en cuenta los problemas de pobreza, discriminación o injusticia social (Gumucio Dagon, 2010).

La búsqueda de un modelo menos vertical dio paso a otros enfoques de comunicación para el desarrollo vinculados a la vertiente modernizadora, sin perder el eje

de la diseminación de información a través de medios masivos. El maridaje entre el mercadeo social y el entretenimiento produjo el modelo conocido como *edutainment* o *enter-education*. Así como el mercadeo social fue una adaptación de la publicidad comercial, el *edutainment* aplica las técnicas del espectáculo al campo de la información y la educación, combina melodramas de radio y televisión, música popular, teatro, historias impresas y carteles atractivos, todo ello complementado por comunicación interpersonal. El principal desafío es mantener un equilibrio entre los mensajes de salud y el entretenimiento. ¿Qué tanto de educación y que tanto de distracción propone este enfoque?

## II. Dependencia y democracia: América Latina en el debate

En la fragua de los movimientos de liberación, independencia y lucha por la democracia en África, Asia y América Latina, se formó una generación de intelectuales que aseveraron que la pobreza no era el resultado de la ignorancia y de supuestas taras culturales ancestrales, sino de un sistema global de explotación de las naciones pobres por los países ricos, y de enormes desigualdades sociales entre los sectores ricos y la mayoría de pobres al interior de cada nación. Esta corriente de pensamiento se inscribe en las llamadas “teorías de la dependencia”.

Las propuestas de los principales teóricos de la dependencia -Celso Furtado, Fernando Henrique Cardoso, Darcy Ribeiro, Maria da Conceição Tavares y Theotonio dos Santos- no fueron bien aceptadas por los académicos del norte; dos Santos alega que las ideas latinoamericanas sobre la economía fueron excluidas del entorno académi-

co y no tuvieron un impacto real en el mecanismo mundial de la dependencia.<sup>148</sup>

Las teorías de dependencia se ocuparon de la comunicación para el desarrollo y de la comunicación como derecho ciudadano desde inicios de la década de 1960. Sin embargo, ya que la principal discusión teórica tuvo lugar en América Latina y en castellano, trascendió poco en países de Europa y Norteamérica antes de la década de los 80. Ni siquiera el texto teórico seminal *Comunicación y cultura de masas*, que publicó en 1963 el filósofo venezolano Antonio Pasquali, fue traducido al inglés<sup>149</sup>, aunque por su profundidad de análisis supera los planteamientos de los académicos de Estados Unidos que pasaron a la historia como pioneros. Pasquali describe a un “emisor sordo” y a un “receptor mudo” que no pueden establecer un diálogo, la verdadera base de la comunicación.

Sin la obra del educador brasileño Paulo Freire quizás no estaríamos especulando sobre comunicación, cambio social, diálogo horizontal, concientización, participación, y otros conceptos que son moneda corriente entre los investigadores de la comunicación. Hay algunos que con arrogancia afirman que la obra de Freire está “superada”, pero quienes estudian o trabajan en el campo de la comunicación y el cambio social reconocen la actualidad de su pensamiento. Freire insistía en contextualizar la educación en la experiencia vivida de los participantes y sugirió el uso de palabras clave que tienen el efecto de generar formas nuevas de pronunciar el mundo y actuar sobre la realidad circundante como agentes de cambio.

Los aportes teóricos de Luis Ramiro Beltrán, un proponente temprano de la comunicación para el desarrollo, se han extendido a lo largo de casi cinco décadas. Su trabajo inicial, aún influenciado por las teorías de modernización, aborda las aplicaciones de la comunicación para el desarrollo en el desarrollo rural, pero desde 1967 se aleja

del enfoque vertical centrado en los medios masivos hacia un paradigma participativo, sugiriendo que el desarrollo debe estar guiado por “una participación universal en la toma de decisiones sobre asuntos de interés público y en el proceso de implementar metas nacionales” (Beltrán, 1967). En 1969, el investigador boliviano ya abogaba por la necesidad de que los países diseñen sus propias políticas de información y sus estrategias de comunicación para el desarrollo, al señalar entonces la ausencia de agencias de información nacionales independientes.

Un pequeño libro publicado en Lima el año 1973, tuvo también influencia en el pensamiento sobre comunicación y desarrollo. *La comunicación horizontal* (Gerace, 1973) es una reflexión sobre la comunicación para el cambio social desde la perspectiva de la práctica directa de trabajo en comunidades rurales. La ética es una de las premisas filosóficas del libro, que rechaza las teorías mecanicistas importadas de Estados Unidos para su aplicación en la comunicación para el desarrollo, y denuncia el “proselitismo tecnalista” de la difusión de innovaciones.

De la práctica social de artistas latinoamericanos surgieron a fines de las décadas de 1960 y 1970 nuevos aportes para un enfoque militante de la comunicación. Octavio Getino y Fernando Solanas (1969) del Grupo Cine Liberación argentino, emitieron un manifiesto en favor de un “tercer cine” que reafirma el principio de la participación en el proceso de comunicación. En Brasil, el director de teatro Augusto Boal (1974) abogaba por un “teatro del oprimido” en clara referencia a Paulo Freire, basado en el diálogo y el debate. En Chile, Armand Mattelart y Ariel Dorfman hicieron una disección de la cultura popular estadounidense en *Para leer al Pato Donald* (1970), que revelaba la ideología detrás de las aparentemente inocentes historietas traducidas y reimpresas en América Latina.

El texto sobre el “sistema de folkcomunicação” del brasileño Luiz Beltrao (1980) fue ilustrativo de la tendencia mundial en los estudios de comunicación de resaltar el papel de la cultura y la tradición. Esa discusión fue desarrollada de manera crítica en los años 1990s por autores como Néstor García Canclini, Armando Mattelart, Héctor Schmucler y Rosa María Alfaro, entre otros.

Si bien la región latinoamericana estuvo claramente en la vanguardia del pensamiento sobre comunicación, compromiso político, desarrollo y cambio social, algunos autores asiáticos comenzaron a analizar críticamente en la década de 1970 los modelos dominantes de comunicación para el desarrollo. Aunque todavía influenciada por las teorías del comportamiento, la filipina Nora Quebral (1971) cuestionó el paradigma dominante y subrayó el valor educativo de la comunicación.

La eclosión de activistas de la comunicación en diversas regiones del mundo, con el propósito de conquistar espacios de expresión en sociedades neocoloniales, neoliberales y represivas, se caracterizó por la diversidad de prácticas, que sólo posteriormente dieron paso a la teoría en torno a ellas. Campesinos, obreros, estudiantes, mineros, mujeres, jóvenes, indígenas y otros que reclamaban una mayor participación política, desarrollaron sus propias herramientas de comunicación porque no tenían posibilidad alguna de acceso a los medios masivos de difusión del estado o del sector privado. Para conquistar un espacio público para sus voces, crearon estaciones de radio comunitarias, boletines populares, grupos de teatro de la calle y, en ocasiones, canales de televisión locales. Las estaciones de radio de los mineros bolivianos son un ejemplo paradigmático entre todas las experiencias.

La comunicación alternativa tiene como rasgo principal la apropiación de los procesos de comunicación. El término *apropiación* se debe entender como el desarrollo

de la capacidad autónoma y colectiva de adoptar la comunicación como herramienta que contribuya al fortalecimiento organizativo. El concepto va más allá de la propiedad de los medios y del manejo de la tecnología; no se trata simplemente de adquirir la propiedad de una estación de radio, de un periódico o de un canal de televisión, sino de apropiarse del proceso de toma de decisiones, como una respuesta colectiva a la hegemonía y a la imposibilidad de acceder a los medios masivos.

El informe MacBride de la Unesco (1980) hizo oficial el diagnóstico de la desigualdad en el campo de la comunicación. La retirada de Estados Unidos y de Inglaterra de la Unesco confirmó que las iniciativas en favor del Nuevo Orden de la Información y la Comunicación encontrarían resistencia entre los poderosos y también entre aquellos que habían logrado construir poder mediático en los países. En el largo proceso que culminó en el informe MacBride fueron varios los autores norteamericanos y europeos, así como latinoamericanos, asiáticos y africanos, que aportaron al debate sobre la necesidad de establecer políticas nacionales de información y comunicación: Juan Somavía, Luis Ramiro Beltrán, Fernando Reyes Matta, Rafael Roncagliolo y Oswaldo Capriles, son algunos de los latinoamericanos que participaron en conferencias internacionales cuyos insumos nutrieron la labor de la comisión MacBride. Somavía y Gabriel García Márquez fueron miembros plenos del equipo que se aglutinó en torno a Sean MacBride.

La reivindicación de una participación mayor en las políticas globales de comunicación provino de dos frentes; por una parte, de altos niveles de gobierno en los países en desarrollo, que exigían un espacio propio para generar información pertinente, y, por otra parte, del nivel comunitario donde se gestó el principio de apropiación (y no solamente de acceso). Autores de varias regiones, principalmente aquellos con experiencia en países del Tercer Mundo, se pronunciaron a favor de enfoques parti-

ceptivos y sobre el papel de la cultura en el desarrollo.

Una nueva perspectiva de la comunicación para el desarrollo surgió en la década de 1970 con el impulso de la Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación (FAO), que enfatizaba la tecnología adecuada que familias rurales podrían efectivamente adoptar, y apoyaba la necesidad de establecer flujos horizontales de intercambio de información entre las comunidades rurales y los equipos técnicos. Ese enfoque de la FAO bajo el liderazgo de Colin Fraser no sólo valoraba el conocimiento local, sino que también promovía el fortalecimiento de las formas tradicionales de organización social a fin de empoderar a un interlocutor válido y representativo.

### **III. El subcampo que enriquece el derecho a la comunicación**

Se escribe mucho sobre comunicación y cambio social y abundan tanto los promotores como los detractores del enfoque, pero no era así antes de abril de 1997 cuando el concepto fue articulado en una primera reunión de expertos que tuvo lugar bajo los auspicios de la Fundación Rockefeller, en Bellagio, Italia. La definición inicial sigue vigente aunque enriquecida por otros enfoques: “Es un proceso de diálogo público y privado, a través del cual la propia gente determina lo que es, lo que necesita y cómo conseguirlo”. Lo importante en el concepto es la idea de que las comunidades deben tomar a través del diálogo las decisiones sobre las intervenciones que las afectan. Los fundamentos teóricos del enfoque continúan evolucionando a partir de la práctica del desarrollo y de la organización comunitaria, y de los aportes de quienes



se han dedicado a reflexionar y a escribir sobre el tema (Gumucio Dagron & Tufte, 2008), aún aquellos que lo hacen en el marco de la academia, a través de un conocimiento libresco de la realidad del desarrollo y de los cambios sociales.

La comunicación para el cambio social ni pretende erigirse en un nuevo modelo teórico, ni descarta la vigencia de los otros modelos asociados a la comunicación para el desarrollo. La noción de que se trata de un enfoque que sustituye a los anteriores sería arrogante y equivocada. Si bien es cierto que el planteamiento de la comunicación para el cambio social establece sus diferencias con la comunicación alternativa o con la comunicación para el desarrollo en la versión promovida por la FAO desde la década de 1970, también es cierto que se reconoce como resultado de las prácticas y de los enfoques teóricos anteriores. Los elementos que la comunicación para el cambio rescata de los otros enfoques podrían sintetizarse en: la participación democrática, la horizontalidad en la toma de decisiones, la valoración de la identidad y de la cultura, y el carácter dialógico de las relaciones.

Lo que distingue el enfoque de la comunicación y el cambio social es que articula dos ejes fundamentales: la noción de *proceso* y de *pensamiento estratégico*, sin pretender constituirse en otro modelo sino en un enfoque abierto a la construcción colectiva.

En la comunicación y el cambio social, el *proceso* es más importante que los *productos*. La participación de los actores sociales, comunicadores de hecho, ocurre en el marco de procesos de fortalecimiento colectivo que preceden al desarrollo de los mensajes. El proceso prevalece sobre las actividades de diseño, producción y difusión de mensajes, pues estos son apenas productos secundarios del proceso de comunicación. El proceso se extiende a lo largo de un periodo que tiene un inicio,

pero no un final inmediato, porque ni empieza ni termina con los mensajes. El fortalecimiento organizativo, la recuperación de la memoria y de la identidad colectiva, y en última instancia el crecimiento de la vida democrática, son los verdaderos resultados del proceso comunicacional.

A diferencia de la comunicación para el desarrollo, que se convirtió en un modelo institucional rígido para garantizar su multiplicación en los programas de cooperación para el desarrollo, la comunicación para el cambio social no preestablece qué herramientas, mensajes o técnicas son las más adecuadas, porque centra su energía en el proceso mismo de participación y en el fortalecimiento comunitario, entendiendo *comunidad* no solamente como una unidad étnica o una localidad geográfica, sino como un colectivo de intereses comunes.

El otro elemento central en la propuesta de la comunicación para el cambio social es su carácter estratégico, que permite proyectar el enfoque en niveles nacionales o regionales, y trascender el ámbito comunitario. La mirada estratégica de la comunicación para el cambio social trasciende el cortoplacismo típico de la mentalidad de “proyecto”, y sugiere un enfoque de proceso de largo plazo para contribuir en el desarrollo y el cambio social sostenibles.

A través del enfoque general de *proceso-estratégico-participativo* la comunicación para el cambio social: a) afirma que la sostenibilidad de los cambios sociales es posible cuando las comunidades afectadas se apropian del proceso de comunicación; b) en lugar de concentrarse en la persuasión y la diseminación de información, fomenta el diálogo, el debate y la negociación; c) los resultados del proceso de comunicación deben ir más allá del comportamiento individual y tomar en cuenta normas sociales, políticas actuales, la cultura y el contexto de desarrollo general; d) busca

fortalecer la identidad cultural, la confianza, el compromiso y, en general, el empoderamiento (o apoderamiento) comunitario; e) rechaza el modelo lineal de la transmisión de información y fomenta un proceso de interacciones que facilitan el conocimiento compartido y la acción colectiva.

Hay ciertas condiciones que el enfoque de la comunicación para el cambio social se plantea como indispensables o no negociables.

La *participación y apropiación comunitaria* es uno de ellos. Demasiados programas de comunicación en el contexto del desarrollo fracasaron debido a la falta de participación y compromiso de los sujetos del cambio social.

No menos importante, sobre todo en poblaciones indígenas, es la *lengua y la pertinencia cultural*, porque durante mucho tiempo los programas de desarrollo en países del tercer mundo y las estrategias de comunicación que se diseñaban en los laboratorios de los países industrializados ignoraban los distintos contextos culturales, cimentando de esa manera la relación desigual entre la cultura dominante y la cultura local.

Relacionado con lo anterior, la *generación de contenidos locales* legitima el conocimiento propio y descarta los modelos verticales que dan por supuesto que las comunidades pobres carecen de conocimiento endógeno.

En estos tiempos de renovada fascinación por las nuevas tecnologías de comunicación e información (NTIC), la *tecnología apropiada* es necesaria para no favorecer una mayor dependencia. Muchos programas fracasan porque fueron equipados con tecnología que la comunidad no puede amortizar, renovar, ni controlar. El uso de la tecnología debe ser adecuado no sólo a las necesidades reales, sino también al po-

tencial de apropiación de los actores participantes.

Finalmente, otra condición esencial es la conformación de redes y la convergencia en base a objetivos comunes. Los procesos de comunicación que se aíslan, que no establecen un diálogo con experiencias similares, tienen menos probabilidad de crecer y de ser sostenibles.

## **IV. Avalancha teórica en la región**

Muchos autores latinoamericanos se sumaron a principios del nuevo siglo al ejercicio de revisar y analizar críticamente los modelos y paradigmas de la comunicación para el desarrollo y el cambio social desde la década de 1960 hasta el presente, algunos con una visión integral (Cisneros, 2001; Waisbord, 2002; Torrico Villanueva, 2004); otros centrándose en temas específicos, como comunicación para la salud (Airhihenbuwa y Obregón 2000; Pereira y Cardozo 2003), o desde el desarrollo rural (Cimadevilla, 1997).

Erick Torrico Villanueva ubica las teorías del período difusionista entre 1927 y 1963. Reconoce otros tres períodos “teóricos-comunicacionales”: el período crítico de 1947 a 1987, el período “culturalista” de 1987 a 2001, y el período “actual” a partir del 2001. Los cuatro períodos teórico-comunicacionales corresponden a cuatro períodos de sucesos político-económicos: la expansión capitalista (1919-1946), la guerra fría (1946-1991), la globalización (1991-2001) y lo que él llama el período de “deterioro hegemónico global”, del 2001 en adelante. El concepto de comunicación durante esos períodos evoluciona de manera correspondiente: durante el período difusionista, la meta principal era motivar e inducir el desarrollo; durante el período

crítico, se crearon espacios para el debate político; durante el período culturalista, el núcleo era la reconstrucción de identidades y la articulación de una sociedad tecnológica mundial; mientras que durante el período actual, lo esencial está relacionado con los procesos de negociación y resistencia frente a la escalada hegemónica global.

Las cumbres de Naciones Unidas contribuyeron a cambios profundos –todavía insuficientes- en las políticas de desarrollo. En 1991 el Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) diseñó el Índice de Desarrollo Humano (IDH), una innovadora herramienta para medir la dimensión social del desarrollo, incluyendo así la calidad de vida en indicadores sobre salud y educación. El IDH desafía los índices cuantitativos de antes, centrados en lo económico. Los temas sociales fueron centrales a lo largo de la década de 1990 en las cumbres más importantes de la ONU: la Cumbre sobre Desarrollo Sostenible (Río de Janeiro, 1992), la Conferencia sobre Población y Salud Reproductiva (El Cairo, 1994), la Conferencia Internacional de la Mujer (Beijing, 1995), y la Cumbre Mundial sobre Desarrollo Social (Copenhague, 1995), entre otras.

Paralelamente, en esa misma dirección son importantes las contribuciones de la Mesa Interagencial de Comunicación para el Desarrollo que las principales agencias de Naciones Unidas organizan cada dos años, en la que participan sobre todo FAO, Unesco y Unicef por parte de la ONU, pero también otros organismos bilaterales y no-gubernamentales, e incluso expertos a título individual. Otro evento importante ha sido la Cumbre Mundial de la Sociedad de la Información, en sus versiones de Ginebra (2003) y Túnez (2005).

El proceso de diálogo alentado por las agencias de Naciones Unidas comprometidas con el tema de la comunicación, el desarrollo y el cambio social culminó en el Con-

greso Mundial de Comunicación para el Desarrollo en Roma (2006), organizado por la FAO, el Banco Mundial y la Iniciativa de Comunicación. Más de mil participantes de agencias de cooperación y desarrollo de todas las regiones se reunieron para debatir temas de comunicación en tres áreas principales: salud, gobernanza y desarrollo sostenible. En el congreso se aprobó en asamblea el “Consenso de Roma” donde se establece una definición que tiene el mérito de haber sido producto de un amplio acuerdo consensual:

*La comunicación para el desarrollo es un proceso social basado en el diálogo, que utiliza una amplia gama de instrumentos y métodos. Tiene que ver con buscar un cambio a distintos niveles, lo que incluye escuchar, crear confianza, compartir conocimientos y habilidades, establecer políticas, debatir y aprender, a fin de lograr un cambio sostenido y significativo. No se trata de relaciones públicas o comunicación empresarial. (WCCD, 2007).*

Además de las iniciativas de desarrollo de los gobiernos y del sistema de Naciones Unidas, el Foro Social Mundial en Porto Alegre, Brasil, el movimiento mundial de antiglobalización contra la reunión de la Organización Mundial del Comercio, el FMI o el G8, así como las manifestaciones más recientes de protesta encarnadas en movimientos sociales como “los indignados” de España o los “ocupa Wall Street” de Estados Unidos, marcan una modalidad de resistencia en contra de la propuesta de sociedad de los gobiernos neoliberales y de las instituciones financieras globales. Paralelamente al discurso cacofónico del libre mercado ha crecido una preocupa-

ción global por los enfoques que reducen el desarrollo al tema económico y por los resultados desastrosos en las últimas décadas. No es casual que junto al clamor por un desarrollo con rostro humano se hayan formulado paralelamente enunciados que reclaman “otra comunicación para otro desarrollo”, tema que la peruana Rosa María Alfaro y otros autores han trabajado.

El crecimiento y la articulación de los movimientos transnacionales de la sociedad civil es un fenómeno estrechamente vinculado a la comunicación y a las nuevas tecnologías, resultado de mejores conexiones entre los países, y una mayor movilidad a través de las fronteras, tanto física como simbólica. Su relación a la comunicación y el cambio social en la sociedad civil se expresa por ejemplo en el levantamiento zapatista en el sur de México, desencadenado el 1 de enero de 1994 como consecuencia de las protestas de la población indígena mexicana. El zapatismo conquistó un espacio en la esfera pública mediática global a través de sus acciones de contra-información y de articulación de redes de solidaridad, utilizando las posibilidades que brinda internet.

Los aportes desde otras disciplinas contribuyen a configurar un campo de investigación que se nutre de otros campos. Uno de los autores esenciales es el antropólogo colombiano Arturo Escobar, cuya crítica postcolonial de los discursos dominantes en el desarrollo ha tenido influencia no solamente en la literatura en castellano, sino también en el ámbito académico de Estados Unidos, donde su obra fue inicialmente publicada.

La relación entre la investigación y la acción ha sido de importancia recurrente a lo largo de varias décadas. Por una parte el reclamo implícito desde la academia, de que las acciones de comunicación en contextos de desarrollo y cambio social se realizan

sin un marco teórico adecuado y además no generan pensamiento. Por otra, desde el campo de la aplicación programática de la comunicación para el desarrollo, el reclamo de que la academia mantiene una distancia proverbial con la realidad concreta. Ese abismo más imaginado que real, han tratado de salvarlo muchos pensadores a través de propuestas teóricas que se nutren directamente de las prácticas sociales. Un ejemplo de ello es la “investigación-acción” que tiene como exponente pionero al colombiano Orlando Fals Borda, pero que se refleja también en trabajos más recientes. El trabajo de Sandra Massoni y de Rafael Alberto Pérez (2009) sobre la comunicación estratégica aboga por la investigación impulsada por la acción y desde el cambio social, a través de enfoques multidisciplinarios hacia la comunicación. La investigación como estrategia se convierte en un elemento integral del proceso de comunicación.

El campo de la comunicación y el cambio social se ha instalado como un espacio importante de encuentro y convergencia teórica, en la medida en que refleja las limitaciones reconocidas de las escuelas de pensamiento tradicionalmente separadas del desarrollo y facilita el debate con la incorporación de voces nuevas que llegan ya sea de la práctica o de otras disciplinas y campos de estudio.

Se mira la comunicación, el desarrollo y el cambio social desde los estudios sobre cultura, poder y movimientos sociales, y nuevas tecnologías, entre otros. El papel de la cultura popular en los procesos de desarrollo es cada vez más evidente en la medida en que atraviesa el debate sobre la representación cultural en los medios masivos y la identidad como componente esencial en la participación comunitaria. Los aportes de Jesús Martín Barbero y de Néstor García Canclini son por ello esenciales, así como los trabajos sobre esfera pública, apoderamiento, género y juventud, participación política, elaborados por Rosa María Alfaro, Jorge González, Jesús Galindo, Gui-



lillermo Orozco, Rossana Reguillo, Marta Rizo y otros que vinculan la cultura popular a la agenda política y social. La valoración del “relato” y de la narrativa cotidiana de las propias comunidades, que valida cualitativamente la información en los procesos de investigación, nos remite nuevamente a los fundamentos de la investigación-acción.

Néstor García Canclini ha destacado en su obra el concepto de las “culturas híbridadas” en el mundo globalizado, y sus estudios complementan los de Jesús Martín Barbero sobre las condiciones de la vida cotidiana, el mestizaje cultural y la producción de significado. Ambos autores profundizan en los conflictos que generan las fusiones culturales en ámbitos rurales y urbanos, premodernos y modernos, a partir de prácticas cotidianas, rituales, hábitos, valores y tradiciones culturales.

El mexicano Jorge González habla de “cibercultur@” no desde la perspectiva de las nuevas tecnologías como pudiera deducirse del término que utiliza, sino desde el significado original de “ciber” (timón) y “cultura” (cultivo): desarrollar la capacidad de autogobernarse. En eso coincide en varios aspectos con Amartya Sen cuyas reflexiones sobre el desarrollo incluyen el concepto de “capacidad”, “agencia” y “agente” (Sen, 1999).

Para algunos el concepto de *derecho a la comunicación* resulta peligroso porque abre las puertas a todos y termina con los espacios controlados por especialistas o profesionales de la información. El miedo hacia la apropiación de los procesos de comunicación es similar al que se ha manifestado en torno a la pluralidad desde la diversidad cultural.

Es tan frecuente como deliberada la confusión entre *libertad de expresión o de infor-*

*mación y derecho a la comunicación.* Esta última expresión es considerada subversiva porque significa ampliar el espacio público o esfera pública, ese ámbito abierto al debate donde las voces de los ciudadanos se expresan y pueden ser escuchadas. Se defiende tradicionalmente la libertad de expresión porque es el derecho de los periodistas y de los dueños de medios para canalizar opiniones, mientras que el derecho de los pueblos a comunicarse sin tutela y sin intermediarios se considera un peligro para el poder establecido, para los medios hegemónicos y para los propios periodistas, que ven en riesgo el espacio laboral que administran a veces con una mentalidad feudal, defendiendo a los dueños de medios como si la comunicación fuera un derecho privado y no un derecho humano fundamental.

Algo parecido sucede con el reconocimiento de la *diversidad cultural* que algunos consideran un peligro o por lo menos un freno para el crecimiento económico. En el año 2005, luego de un encarnizado debate internacional, se aprobó finalmente por amplia mayoría en la Unesco la *Convención sobre la protección y la promoción de la diversidad de las expresiones culturales*, a pesar de la férrea oposición del gobierno de Estados Unidos, que amenazó con retirarse otra vez de la Unesco. ¿Qué puede ser tan peligroso en la diversidad cultural de nuestro pequeño planeta?

El debate alrededor de la convención sobre la diversidad cultural recuerda el otro debate que la Unesco impulsó hace 30 años y que motivó el retiro de Estados Unidos y de Inglaterra de la organización: el Nuevo Orden Mundial de la Información y la Comunicación (NOMIC). El tema de la pluralidad comunicativa estuvo en el centro de esa confrontación sobre información y comunicación, algo que en general las nuevas generaciones de estudiantes de comunicación no conocen, aunque la agenda sigue vigente.

Cuando uno lee el informe MacBridey y sus recomendaciones, 30 años después, no puede sino sentir un sabor amargo. La vigencia del análisis y de las conclusiones resulta cruel: la situación ha empeorado en muchos sentidos aunque hay algunos indicios recientes que son positivos. Jamás antes habíamos visto un control mayor sobre los medios masivos comerciales en escala mundial y una concentración del poder mediático en tan pocas manos.

Vivimos un mundo audiovisual en el que la realidad es cotidianamente re-escrita por las grandes empresas y legitimada de acuerdo a la óptica de los canales de difusión. La realidad ficcionalizada en los medios masivos re-escibe la historia, como ha sucedido con Irak, Libia o Siria. Los hábitos de consumo mediático se convierten en formas de control social para recrear y reproducir un orden cultural mediatizado. No es exagerada la afirmación de que la noticia define, constituye y construye los fenómenos sociales. “Las noticias serán lo que digamos que son”, declaró David Bolyan, jefe de la cadena televisiva Fox en Florida (El País, 23 de diciembre 2009). Los medios masivos comerciales –verdaderos latifundios mediáticos- difunden representaciones sociales que tienden a perpetuar las distorsiones de la cultura dominante.

Frente a la incapacidad o timidez de los estados de hacer frente de manera eficiente a la hegemonía de los medios masivos, en los últimos diez años han crecido las propuestas de observatorios que desde la sociedad civil evalúan aspectos temáticos específicos o generales de los medios de información. Analizan por ejemplo el comportamiento de los medios en periodos electorales como lo ha hecho el Observatorio Nacional de Medios en Bolivia (ONADEM); la cobertura sobre la infancia, como lo hace regularmente ANDI en Brasil; el profesionalismo de los periodistas chilenos, como lo hizo el Observatorio de Medios (FUCATEL) en Chile; o las propuestas de

una ley de radio y televisión, como lo hace la Veeduría Ciudadana de la Comunicación Social en Perú, que es el observatorio pionero en este estilo de trabajo, fundado por Rosa María Alfaro.

En la propia academia hemos regalado a los medios de información y de difusión el nombre de *medios de comunicación* y perpetuamos esa etiqueta cada vez que la usamos para nombrarlos, a pesar de que muchos autores se han ocupado de establecer la diferencia entre “informar” y “comunicar”, entre ellos Dominique Wolton, que le ha dedicado un libro a ese tema. Una buena parte de la confusión académica proviene del uso indiscriminado del apelativo *comunicación* para aludir, en realidad, a la información.

Hace 50 años que Antonio Pasquali escribió al respecto lo siguiente: “La expresión *medio de comunicación de masas (mass-communication)* contiene una flagrante contradicción en los términos y debería proscribirse. O estamos en presencia de medios empleados para la comunicación entonces el polo receptor nunca es una ‘masa’, o estamos en presencia de los mismos medios empleados para la información y en este caso resulta redundante especificar que son ‘de masas’. Todos los canales artificiales hoy empleados para la ‘comunicación’ con las masas silencian, por su propia estructura, al sujeto receptor y bloquean su capacidad interlocutora.”

¿Por qué es importante esa distinción? Porque si entendemos la comunicación desde su acepción etimológica original, tiene más que ver con la “puesta en común”, con la acción de “compartir”, de “crear comunidad” y de “participar”, antes que con formas de transmisión de información. Los malentendidos sobre la *comunicación e información*, generan otras confusiones, como la homologación de *periodistas y comunicadores*, la falta de distinción entre el *acceso* y la *participación* en el proceso comuni-

cacional, o la confusión entre *información* y *conocimiento*. Y todo esto es relevante sobre todo por su proximidad a la cultura, a la diversidad de las culturas, al diálogo entre culturas, y por lo tanto a la pluralidad de las expresiones culturales, ideológicas o políticas que son la base de los intercambios sociales en el proceso de construcción colectiva de la democracia.

Vale la pena insistir con Antonio Pasquali sobre la diferencia fundamental que existe entre el acceso a la información o a los medios, y la participación en los procesos comunicacionales: “*Por acceso se entiende aquí la capacidad de acceder a, o de utilizar libremente, en calidad de perceptores, todas las fuentes y canales de envío de mensajes, sin restricciones de ninguna especie y en condiciones de absoluta igualdad. [...] Por participación se entiende aquí la capacidad de utilizar, en calidad de creadores y emisores de mensajes, todas las fuentes y canales de emisión, sin restricciones de ninguna especie y en condiciones de absoluta igualdad.*”

El paralelo que tratamos de establecer entre el debate sobre comunicación (el informe MacBride) y el debate sobre la diversidad cultural (la Convención de 2005), tiene entonces una razón de ser que a veces olvidamos: no se puede separar la cultura de la comunicación. La cultura no existe en un vacío de silencio e incomunicación, la cultura existe porque es comunicada. La diversidad comunicacional que facilitan los procesos de comunicación participativos permite que las culturas entren en diálogo en igualdad de condiciones, mientras que los intercambios culturales dominados por flujos de información masiva no permiten una negociación equilibrada, pueden resultar en intercambios asimétricos que no favorecen la pluralidad.

Cada comunidad que ejerce el *derecho a comunicar* configura una representación, es decir un sentido colectivo para la comprensión de los valores, las normas, las con-

ductas, las tradiciones, los rituales y los hábitos que la hacen una cultura particular y distinta, inconfundible para sus propios miembros y para otras culturas. “La cultura posee dos dimensiones dialécticas: la dimensión de la tradición, de lo que está y nos identifica, y la dimensión de la innovación, de lo que se construye en el quehacer cotidiano” a través del proceso de interacción cultural (Pech, Rizo & Romeu, 2008). Lo que es obvio es que una cultura no puede evolucionar ni fortalecerse si no es en interacción con otras.

Entre las culturas que entran en diálogo se produce un proceso de negociación, que no es siempre simétrico y equitativo. Para que esa interacción sea horizontal, de igual a igual, es importante que las culturas fortalezcan procesos de comunicación. Una cultura fortalecida por la comunicación, es decir una cultura *comunicada* y *comunicante*, participativa y democrática, está en condiciones de sostener una mejor *negociación* con otras culturas, de manera que el intercambio en el marco de la pluralidad sea equilibrado y el diálogo favorezca a ambas. Las culturas se organizan en espacios simbólicos y físicos que tienen fronteras de imaginarios y representaciones que avanzan y retroceden en su contacto con otras culturas. En los límites de esas fronteras se producen las negociaciones, los conflictos y los intercambios, es decir, la interacción cultural. Y como resultado de esa interacción cultural en las fronteras culturales, quedan suturas o a veces cicatrices, que son asimiladas por el tejido cultural (Gumucio-Dagron, 1987).

“La clave de la comunicación intercultural es, por lo tanto, la interacción con lo diferente, entendiéndose por ello todo aquello que objetiva o, sobre todo, subjetivamente, se percibe como distinto, sea cual sea el motivo de distinción (raza, género, clase social, preferencia sexual, etc.)”, recuerda Marta Rizo y sugiere que la investigación en comunicación: “ha privilegiado la comprensión de la comunicación como trans-

misión, es decir, se ha estudiado a la comunicación sobre todo en su dimensión mediática, en detrimento de otras formas de comprenderla” (Rizo, 2009).

*Hay dimensiones éticas que se deben tomar en cuenta, que incluyen valores como la veracidad para apreciar la realidad objetiva con coherencia de pensamiento, la libertad que implica autodeterminación y derecho a la comunicación y la justicia que incluye el acceso a la información y al conocimiento. Gabriel Jaime Pérez, de la Universidad Javeriana en Colombia, hace énfasis en los aspectos éticos de la pluralidad, la diversidad y la diferencia: “El reconocimiento de la dignidad de las personas y de las culturas implica, a su vez, el reconocimiento de la pluralidad, la diversidad y la diferencia, con sus connotaciones éticas de una exigencia de tolerancia, no en el sentido de una complicidad con el delito o con los comportamientos y efectos que van en contravía de los derechos de todos, sino en el de una actitud incluyente y proactiva de respeto por las distintas condiciones, capacidades y opciones de vida, por las ideas y los sentimientos de los demás, en un clima de apertura al diálogo, con base en la valoración positiva del disenso o disentimiento”.*

Los medios alternativos, o *alterativos*, como los llama Rafael Roncagliolo porque *alteran* y contestan la verticalidad de los medios hegemónicos, son parte del *tercer sector* de la información que garantiza la comunicación horizontal entre culturas. Comunitarios, alternativos, alterativos, participativos, ciudadanos, horizontales, populares y muchas otras denominaciones que podríamos debatir durante mucho tiempo, cumplen una función fundamental en el fortalecimiento de la identidad y de la diversidad cultural. Sus objetivos suelen ser tan específicos como variados, desde ofrecer información para responder a las necesidades de los miembros de la comunidad, abrir espacios de participación para fortalecer las voces de los sectores más marginados, hasta proyectarse hacia otros interlocutores externos. La programación

y la generación de contenidos locales propios son el reflejo de la plataforma comunicacional y un aporte al abanico de la pluralidad y al diálogo intercultural.

Actores recientes y de rápida evolución, las nuevas tecnologías de la información y de la comunicación (NTICs) están transformando los modos de relacionamiento cultural entre comunidades que tienen acceso a esos instrumentos. Nuevamente, en ese contexto de tecnologías que cada vez son más accesibles tanto desde el punto de vista de su costo como de su adaptabilidad, se plantea la distinción entre información y comunicación.

Para Jesús Martín Barbero la pluralidad en la comunicación corre el riesgo de convertirse en un simulacro, *“una concepción puramente táctica de la democracia”, donde los problemas de fondo quedan anulados: “Quizá estemos hablando también de las levedades posmodernas de una comunicación des-cargada por el milagro tecnológico, de la pesadez de los conflictos y la opacidad de los actores sociales, en la que «se liberan las diferencias», y sin necesidad de encontrarse todos ‘comunican’, de la que no pocos esperan incluso la salida a la crisis social y política.”* (Martín Barbero, 1995)

Jesús Galindo observa dos escenarios contrapuestos, la sociedad de información que es dominante, y la sociedad de comunicación que es emergente: *“La sociedad de información tiene una muy baja cultura de comunicación, le interesa más el flujo de datos en ciertas direcciones, que constituir formas sociales de encuentro y diálogo. La razón es simple, una organización con trazos verticales no incluye a los horizontales más que en un orden secundario y subordinado (...)”*. Frente a ese escenario está la sociedad de comunicación, abierta y *“compuesta por ciudadanos libres y participativos, la de individuos críticos y reflexivos. (...) La democracia es la cualidad central de este tipo social, para su movimiento requiere del diálogo de los iguales, del acuerdo entre los*



*distintos pero tolerantes” para alcanzar formas de gobierno que efectivamente sirven a la ciudadanía de manera horizontal (Galindo, 1998).*

## VI. Contradicciones en el campo

En los estudios de comunicación y cambio social las universidades muestran, a pesar de la riqueza teórica que tenemos en la región, un retraso notable. En este acápite lo primero sería referirse a aquellas universidades que han hecho el esfuerzo y han tenido la iniciativa de poner en valor la comunicación para el desarrollo y el cambio social, y lo han hecho de la única manera en que se puede apoyar este campo en construcción: desde una perspectiva a la vez científica y vinculada a las prácticas. Son pocas las universidades que tienen posgrados dedicados a avanzar el campo de formación e investigación, vinculando la comunicación no solamente al desarrollo y al cambio social, sino a la cultura y a la participación ciudadana democrática. Mientras que la mayoría de las universidades que cuentan con carreras de “comunicación social” (apenas un nuevo nombre para los viejos estudios de periodismo) continúan produciendo miles de periodistas para los medios, son pocas las que apuestan a formar comunicadores y a especializarlos en las tareas relacionadas con las políticas y estrategias para el desarrollo sostenible y cambio social.

Es importante insistir en la diferencia semántica entre los términos que son la causa principal de la confusión entre mensajes y procesos. Acudir a un diccionario etimológico nos ayuda a distinguir entre *información* y *comunicación*. La etimología de la palabra *comunicación* corresponde a conceptos muy diferentes a los de la palabra *información*. La comunicación (*communio*) es el acto de compartir y de participar, lo cual implica diálogo y horizontalidad. En cambio el periodismo es vertical y en un

sólo sentido, porque *informa*, es decir, pretende “dar forma” (dictaminar) a lo “informe” (lo que no tiene forma determinada). La comunicación es un intercambio, un diálogo en dos o múltiples sentidos, donde hay más de un polo generador de mensajes de información, y no uno solo, como sucede en el periodismo.

Intereses comerciales —antes que académicos— definen la postura de las universidades en cuanto a la creación de espacios de estudio especializados. En el mundo no hay más de 30 universidades que cuentan con posgrados de comunicación para el desarrollo y el cambio social, mientras que bajo el rótulo de la “comunicación social” dos o tres mil facultades de periodismo producen cada año centenares de profesionales para la radio, la televisión, la prensa y las agencias de publicidad y de relaciones públicas. En países donde los medios ya están saturados, los novatos periodistas y reporteros no tienen otra alternativa que buscar trabajo como relacionadores públicos en empresas o instituciones gubernamentales, para elaborar boletines coyunturales o convocar a conferencias de prensa. En cambio un *comunicador* es un profesional formado con pensamiento estratégico y capaz de planificar acciones de comunicación de mediano y largo plazo. Un comunicador entiende la comunicación como un *proceso*, no como una suma de mensajes.

Tenemos demasiadas universidades “clon” que copian sus programas de periodismo de unas a otras y le dan la espalda a los procesos de desarrollo y cambio social de la región. En las carreras de “ciencias de la comunicación”, las pocas que abordan temas teóricos, siguen usando los textos mal leídos de Schramm, Lerner o Rogers, y de esa manera se supeditan a un pensamiento generado en Estados Unidos y ya pasado de moda. Peor aún, se sigue estudiando al primer Rogers, el de la *Difusión de innovaciones* (1962) y no al de 1976, que revisó críticamente su posición. Pero lo más grave no es que los estudiantes latinoamericanos lean a teóricos de Estados Unidos sino que

ignoren el pensamiento que se ha producido en América Latina.

Las excepciones son honrosas. Colombia parece llevar la delantera con maestrías que hacen énfasis en la comunicación y el cambio social, en la Universidad del Norte en Barranquilla, y en las universidades de Santo Tomás y UNIMINUTO en Bogotá. En la Pontificia Universidad Católica del Perú, en Lima, está establecida una licenciatura en comunicación para el desarrollo; en la Universidad Andina Simón Bolívar, en su sede de La Paz (Bolivia), está la maestría en comunicación estratégica que dirige Erick Torrico, a su vez Presidente del Observatorio Nacional de Medios (ONADEM); en la Universidad de La Plata se ofrece la maestría de Planificación y Gestión de la Comunicación (PLANGESCO), orientada precisamente hacia la planificación para el desarrollo. Maestrías similares han surgido en Guatemala, El Salvador y otros países de nuestra región.

## V. Ejes de pensamiento y acción

La Unesco ha desempeñado el papel central de integrar la comunicación y la cultura en la agenda de desarrollo, no solamente a través de sus acciones en los países donde tiene presencia, sino a través de conferencias, convenciones internacionales y estudios temáticos de trascendental importancia: *Nuestra diversidad creativa* (1997) sobre el papel de la comunicación en relación a la cultura y al desarrollo, o *Hacia las sociedades del conocimiento* (2005), que aborda desde una perspectiva humanista la temática de las nuevas tecnologías y en donde se señala que “las sociedades emergentes no pueden contentarse con ser meros componentes de una sociedad mundial de la información y tendrán que ser sociedades en las que se comparta el conocimiento, a fin de que sigan siendo propicias al desarrollo del ser humano y de la vida.

Si nos referimos a sociedades en plural, es porque reconocemos la necesidad de una diversidad asumida.”

La Convención sobre la Protección y Promoción de las Expresiones Culturales (2005) fue otra apuesta arriesgada y difícil que se logró aprobar a pesar de la encarnizada oposición de Estados Unidos y de sus aliados más fieles que la objetaron porque consideran que las expresiones culturales son productos comerciales.

La globalización de los medios masivos dio nacimiento a conglomerados mediáticos cuyos intereses divergen cada vez más de las aspiraciones democráticas de las naciones. Para consolidar su poder influyen en los poderes del Estado y en la agenda pública mediante presiones que los colocan por encima de otras instituciones de la sociedad y de los propios gobiernos. El “cuarto poder” que representaba a la sociedad civil frente a los abusos del Estado es cosa del pasado; hoy los consorcios mediáticos ejercen un poder político y económico contrario a los intereses de la mayoría de los ciudadanos. No es gratuito que autores como Ignacio Ramonet sugieran la necesidad de un “quinto poder” de vigilancia ciudadana (Ramonet, 2003).

Las llamadas “nuevas tecnologías de la información y la comunicación” han transformado y enriquecido el debate sobre comunicación y cambio social. Internet se ha convertido en un fenómeno cultural, económico, político y social que plantea un desafío a las formas de comunicación y a la organización general de la sociedad. Manuel Castells hizo aportes valiosos en su trilogía *La era de la información* (2001), en *La sociedad red* (2006) y otros textos acogidos críticamente de otros pensadores. El autor destacó cómo la individualización, la explotación de la fuerza laboral, la exclusión social y el subdesarrollo social, así como la pobreza, la desigualdad, la miseria y la exclusión social son también consecuencias del ascenso de la sociedad red.

La sacralización de las llamadas “redes sociales” ha generado una vasta literatura crítica que recuerda que las redes sociales siempre existieron y que su manifestación a través de canales electrónicos como Facebook o Twitter reviste características que deben ser analizadas críticamente. Los aportes sobre las nuevas tecnologías y las redes virtuales tienen a un exponente importante en Víctor Marí Sáez (2011), cuyo rechazo del “discurso tecnoutópico” es tajante. El uso superficial del enorme océano de internet hace que Marí Sáez afirme que hay “mucho de surfear y poco de bucear”.

El campo de la comunicación para el cambio social sigue siendo un campo en desarrollo. No podemos (ni queremos) ofrecer algo definitivo, impreso en letras de molde. Tenemos todavía mucho que avanzar en nuestro pensamiento propio, para dejar de repetir, traducir y vulgarizar ideas prestadas. Nuestro campo de estudio necesita definirse mejor porque está cruzado por la confusión de términos que hace tres décadas hizo que las escuelas de periodismo adoptaran el rótulo de facultades o carreras de “comunicación social” sin haber transformado el contenido de los estudios, dirigidos de manera instrumental a los medios masivos.

El desencuentro entre las instituciones de desarrollo y el ámbito académico se perpetúa en la medida en que el campo de estudio no define su carácter autónomo y diferente. Debido a la carencia de profesionales de la comunicación para el desarrollo y el cambio social, las organizaciones para el desarrollo mantienen una visión conservadora y reduccionista de la comunicación, entendida como disseminación de información y las más de las veces como instrumento para dar visibilidad y presencia a las instituciones.

La legitimación del campo de la comunicación y el cambio social es, por ello, el reto más importante. Además de desarrollar la disciplina en el campo académico nece-

sitamos legitimarla y jerarquizarla. Esto de “jerarquizar” a los comunicadores no significa una posición elitista para minusvalorar la importancia de miles de comunicadores intuitivos formados en la práctica social, capaces de llevar adelante procesos de comunicación participativa a nivel comunitario. El tema de jerarquizar el campo debe leerse desde una perspectiva política como la necesidad de posicionar a la comunicación para el cambio social en un nivel más alto en la agenda para el desarrollo. Cuando las agencias de desarrollo emplean “comunicadores” se trata en realidad de periodistas destinados a cumplir roles subalternos. Las decisiones sobre comunicación no las toman esos mal llamados “comunicadores” sino funcionarios que ocupan cargos de decisión y que por lo general no tienen idea alguna de la comunicación como proceso. Esto tiene implicaciones en el ámbito académico, porque se requieren más comunicadores para el cambio social con maestrías y doctorados, que en lugar de refugiarse en la enseñanza y la investigación, intervengan en las estrategias de comunicación para el desarrollo.

Si las agencias para el desarrollo adoptaran una orientación estratégica de la comunicación, podrían influenciar a los Estados para establecer políticas públicas que promuevan el derecho a la comunicación. Tendríamos un horizonte muy diferente si las instituciones para el desarrollo contaran con políticas de apoyo al derecho a comunicar y a la comunicación para el cambio social. Mientras tanto, viviremos todavía precariamente los intentos de desarrollar más teoría sobre la comunicación y el cambio social.

## Referencias bibliográficas

- BELTRÁN, L. RAMIRO. (1967). "Communication: forgotten tool of nacional development". En *International Agricultural Development*, October, Number 36. US Department of Agriculture, Washington.
- (2005). "La comunicación para el desarrollo en Latinoamérica, un recuento de medio siglo". Ponencia presentada en el III Congreso Panamericano de Comunicación. Buenos Aires.
- BELTRÃO, LUIZ. (1980). *Folkcomunicação: A comunicação dos marginalizados*. Cortez, São Paulo.
- BERLO, DAVID. (1960). *The process of communication. An introduction to theory and practice*. Holt, Rinehart and Winston, New York.
- BOAL, AUGUSTO. (1974). *Teatro del Oprimido – Teoría y práctica*. Ediciones de la Flor, Buenos Aires.
- ESCOBAR, ARTURO. (1998). En *La invención del Tercer Mundo: construcción y deconstrucción del desarrollo*. Bogotá: Editorial Norma. Publicado originalmente en inglés: *Encountering Development. The Making and Unmaking of the Third World*. Princenton University Press, New Jersey.
- FRASER, C. Y S. RESTREPO. (1998). *Communicating for Development: Human Change for Survival*. Taurus, Londres & Nueva York.
- FREIRE, PAULO. (1973). *¿Extensión o Comunicación? La concientización en el medio rural*. Siglo XXI Editores, México.

GALINDO CÁCERES, JESÚS. Coordinador. (1998). *Técnicas de investigación en sociedad, cultura y comunicación*. Addison, Wesley, Longman, México DF.

GERACE, FRANK. (1973). *Comunicación Horizontal*. Editorial Universo, Lima, Perú.

GETINO, OCTAVIO Y FERNANDO E SOLANAS. (1969). “Hacia un tercer cine. Apuntes y experiencias para el desarrollo de un cine de liberación en el Tercer Mundo”. En *Tricontinental*, París.

GUMUCIO DAGRON, ALFONSO. (1987). “Interaction Culturelle et Communication Populaire”. En *Revue Tiers Monde* XXVIII, N° 111, Juillet-Septembre. Institut d'étude du Développement Économique et Social, Paris.

(2001). *Haciendo olas: comunicación participativa para el cambio social*. The Rockefeller Foundation, New York.

(2010). “Cuando el doctor no sabe. Comentarios críticos sobre promoción de la salud, comunicación y participación”. En *Estudios sobre las Culturas Contemporáneas*, Época II. Vol. XVI. Núm. 31. Colima. pp. 67-93.

GUMUCIO DAGRON, A. Y THOMAS TUFTE. (2008). *Antología de comunicación para el cambio social—Lecturas históricas y contemporáneas*. Communication for Social Change Consortium, New York.

LERNER, DANIEL. (1958). *The passing of traditional society: modernizing the Middle East*. Free Press, New York.

MACBRIDE, S. (1980). *Many Voices, One World. Communication and society today*



*and tomorrow.* Unesco, Paris.

MARÍ SÁEZ, VÍCTOR. (2011). *Comunicar para transformar, transformar para comunicar. Tecnologías de la información desde una perspectiva de cambio social.* Editorial Popular, Madrid.

MARTÍN BARBERO, JESÚS (1995) “La comunicación plural”. En *Nueva Sociedad* 180-181.

MASSONI, SANDRA Y RAFAEL ALBERTO PÉREZ. (2009). *Hacia una teoría general de la estrategia.* Ariel, Barcelona.

PASQUALI, ANTONIO. (1963). “Teoría de la Comunicación: las implicaciones sociológicas entre información y cultura de masas. Definiciones”. En *Comunicación y Cultura de Masas.* Monte Ávila Editores, Caracas.

(1979). “Ética en las comunicaciones”. En *Comprender la comunicación.* Monte Ávila Editores, Caracas.

PECH, CYNTHIA, MARTA RIZO Y VIVIAN ROMEU. (2008). *Manual de comunicación intercultural.* Universidad Autónoma de la Ciudad de México (UACM), México DF.

PÉREZ S. J., GABRIEL JAIME. (2009). “Ética y comunicación en la perspectiva de los derechos humanos”. En *Signo y Pensamiento* No. 55, Volumen XXVIII julio-diciembre, revista de la Facultad de Comunicación y Lenguaje de la Pontificia Universidad Javeriana de Bogotá y Departamento de Comunicación y Lenguaje de la Pontificia Universidad Javeriana de Cali.

RAMONET, IGNACIO. (2003). “El quinto poder”. *Le Monde Diplomatique*, N° 52, octubre.

RIZO, MARTA. (2009). “Intersubjetividad y comunicación intercultural. Reflexiones desde la sociología fenomenológica como fuente científica histórica de la comunicología”. En *Perspectivas de la comunicación*, Vol. 2, N° 2, 2009. Universidad de la Frontera, Temuco, Chile.

ROCKEFELLER FOUNDATION. (1999). *Communication for social change: a position paper and conference report*. Rockefeller Foundation, New York. pág. 8.

RODRÍGUEZ, CLEMENCIA. (2001). *Fissures in the mediascape: An international study of citizens' media*. Hampton Press, Cresskill, NJ.

ROGERS, EVERETT M. (1962). *The diffusion of innovations*. Free Press of Glencoe, New York.

(1976). “Communication and development: the passing of the dominant paradigm”. En ROGERS, E. *Communication and development: critical perspectives*. pp. 121-148.

SEN, AMARTYA. (1999). *Development as Freedom*. Alfred A. Knopf, New York.

SIMPSON, CHRISTOPHER. (1994). *The Science of Coercion Communication Research and Psychological Warfare 1945-1960*. Oxford University Press, Oxford. pp. 79-85.

TORRICO VILLANUEVA, ERICK R. (2004). *Abordajes y periodos de la teoría de la comunicación*. Norma, Buenos Aires.

UNESCO. (1980). *Un solo mundo voces múltiples: comunicación e información en*

*nuestro tiempo*. Fondo de Cultura Económica, México D.F.

(2002). *Nuestra diversidad creativa*. Unesco, París.

(2005). *Convención sobre la protección y la promoción de la diversidad de las expresiones culturales*. Unesco, Paris.

(2005). *Hacia las sociedades del conocimiento*. Unesco, París.

WOLTON, DOMINIQUE. (2009). *Informer n'est pas communiquer*. CNRS, Paris.

WORLD CONGRESS OF COMMUNICATION FOR DEVELOPMENT. (2007). *World Congress of Communication for Development-Lessons, challenges and the way forward*. FAO, The Communication Initiative, The World Bank, Rome.

620

**ANEXOS**

**| ANEXOS**

# ACERCA DE LOS AUTORES

*La contribución de América Latina al campo de la Comunicación. Historia, enfoques teóricos, epistemológicos y tendencias de la investigación (2014)* es un texto colectivo que refleja el hacer intelectual de diversos colaboradores de ALAIC (coordinadores, ex coordinadores de grupos y destacados investigadores de esos espacios) que por su amplia experiencia y experticia en cada uno de los sub-campos ofrecen un certero panorama de la trayectoria y actualidad de la disciplina en la región latinoamericana. La obra, iniciada hace más de un año, contó además con la invaluable tarea de Paola Demarchi (UNRC) que se ocupó de la revisión y cuidado de cada uno de los textos. A todos, nuestro mayor reconocimiento. A seguir, los protagonistas:

**José Marques de Melo,** professor Emérito e docente fundador da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo, atualmente é Diretor-Titular da Cátedra UNESCO de Comunicação na Universidade Metodista de São Paulo. Publicou meia centena de livros e coletâneas, mais de uma centena de artigos em periódicos científicos do país e do exterior. Fundou e dirigiu sociedades científicas do espaço iberoamericano. Tem experiência na área de Comunicação, com ênfase em Jornalismo, atuando principalmente nos seguintes temas: jornalismo brasileiro, gê-

neros jornalísticos, pensamiento comunicacional latino-americano, história das ciências da comunicação.

**William Fernando Torres,** doctor en filología y candidato a doctor en historia. Ha publicado *Historias de la Sierra y el Desierto. Conflictos culturales en el Huila entre 1940 y 1990* (1995), *Amarrar la burra de la cola. Procesos culturales en el Huila durante el siglo XX* (2000), *La ebriedad de los apóstoles –crónicas sobre culturas populares y vida cotidiana en medio de la guerra en la región surcolombiana-* (2002), y *El coraje de vivir a la intemperie. Conversaciones con Jesús Martín Barbero sobre comunicación, escuela y guerra* (2014). Además, ha sido el editor principal de los libros *Economía, política y cultura. Huila años 80* (1986) y *Para vencer el miedo. Respuestas a los impactos de la guerra en el centro y sur de Colombia entre 1980 y 2010* (2012), entre otros. En la actualidad coordina la Maestría en Conflicto, Territorio y Cultura de la Universidad Surcolombiana.

**Jesús Martín Barbero,** (1937-) de origen español reside en Colombia desde 1963. Doctor en filosofía, con estudios de antropología y semiología, es uno de los intelectuales más prestigiados fronteras adentro y afuera de América Latina. Ha sido profesor en universidades de Colombia, México, España, Alemania, Inglaterra, Brasil, Argentina y Puerto Rico. En 1975 fundó la Escuela de Comunicación Social de la Universidad del Valle y posteriormente fue Presidente de ALAIC. Una de sus obras con mayor difusión es *De los medios a las mediaciones* (1987).

**Raúl Fuentes Navarro,** profesor-investigador del Departamento de Estudios Socioculturales del ITESO (Universidad Jesuita de Guadalajara, México) y del Departamento de Estudios de la Comunicación Social de la Universidad de Guadalajara. Miembro del Sistema Nacional de Investigadores (Nivel 3) y de la Academia Mexicana de Ciencias. Fue miembro del Consejo Directivo de la ALAIC (1992-1995 y 1995-1998) y desde 2012 coordina el GT Teoría y Metodología de Investigación de la Comunicación.

**Eduardo Meditsch,** professor da Universidade Federal de Santa Catarina desde 1982 e Pesquisador do Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq) no Brasil desde 2000. Jornalista formado pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul (1979), tem Mestrado em Comunicação pela Universidade de São Paulo (1990) e Doutorado em Ciências da Comunicação pela Universidade Nova de Lisboa, em Portugal (1997). Foi coordenador do GT Estudos sobre Periodismo da Alaic entre 1998 e 2007. Fez estágio-sênior de Pós-Doutorado na University of Texas at Austin em 2010/2011. Publicou vários trabalhos sobre Rádio, Teoria do Jornalismo e Jornalismo no Campo Acadêmico.

**Guillermo Orozco Gómez,** Licenciado en Comunicación por ITESO, Guadalajara. Especialista en Pedagogía de la comunicación, por la Universidad de Colonia, Alemania. Maestro y Doctor en Educación por la U. de Harvard, EU. Profesor titular y Jefe del Depto. de Estudios de la Comunicación Social en la U. de Guadalajara. México. Investigador Nacional y miembro de la Academia Mexicana de Ciencias.

Co-coordinador internacional de OBITEL: Observatorio Iberoamericano de Ficción Televisiva y Coordinador académico del Foro Internacional TvMorfosis. Su campo de investigación incluye Análisis de la Recepción, Televisión, Ficción Televisiva y Educomunicación. Sus últimos libros: Una coartada Metodológica, 2012 (c. Rodrigo González,) Tintable, Mexico; Memoria social y ficción televisiva en países iberoamericanos, Anuario OBITEL 2013 (c. Immacolata Vasallo) Ed. Sulina, Brasil; y Televi-dencias, comunicación y ciudadanía, U de Guadalajara, 2014.

**Nilda Jacks,** Licenciada en Artes Plásticas y Comunicación por la Universidad Federal de Santa Maria, Maestría y Doctorado por la Universidad de São Paulo. Posdoctorado en la Universidad de Copenhague y en la Universidad Nacional de Colombia. Profesora del Programa de Posgrado en Comunicación e Información de la Universidad Federal del Rio Grande do Sul, Brasil. Investigador nivel 1 del Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico- CNPq. Entre sus publicaciones se incluye la reciente coordinación del libro Análisis de la recepción en América Latina: un recuento histórico con perspectiva al futuro, publicado por CIESPAL.

**Eliseo Colón,** catedrático, investigador y profesor de Semiótica, Comunicación y Estética, Discurso Publicitario y Estudios Culturales, en la Escuela de Comunicación de la Universidad de Puerto Rico. Se licenció (B.A.) en periodismo en Duquesne University, en Pittsburg, Pennsylvania, EEUU. Obtuvo los grados de maestría (M.A.) y doctorado (Ph.D.) en la University of Pittsburgh, con una tesis sobre semiótica teatral.



Ha sido profesor y conferenciante en la Pontificia Universidad Católica de São Paulo, la Universidad Autónoma de Barcelona, el Instituto de Estudios Superiores de Occidente (ITESO, Guadalajara, México), la Universidad de la Plata, Facultad de Comunicación y Periodismo; y las Universidades de Málaga y Sevilla, España. Es autor, entre otros, de *Medios Mixtos: Ensayos de Comunicación y Cultura*, Río Piedras: Editorial Plaza Mayor, 2003; y *Publicidad y Hegemonía, Matrices Discursivas*. Buenos Aires: Editorial Norma, 2001. Fue coordinador del GT Discurso y Comunicación y es Directivo de ALAIC.

**Betânia Maciel,** Doctora en Comunicación Social por la Universidad Metodista de São Paulo (2002) y maestra en Ciencia, Tecnología y Sociedad: Comunicación y Cultura Científica por la Universidad de Salamanca, España (2000); además de maestra en Comunicación Rural por la Universidad Federal Rural de Pernambuco (1991), Brasil. Profesora e investigadora del Programa de Posgrado en Extensión Rural y Desarrollo Local de la Universidad Federal Rural de Pernambuco, Brasil. Coordinadora del GT de Folkcomunicación de ALAIC. Presidió la Red de Estudios e Investigación en Folkcomunicación– Red Folkcom y es actual miembro de su Consejo Directivo. Editora invitada de la Revista *Razón y Palabra* del Instituto Tecnológico de Monterrey, México, con dos números temáticos acerca de la Folkcomunicación. Directora de la Revista Internacional de Folkcomunicación. Ganó el Premio Luiz Beltrão de Ciencias de la Comunicación en el año 2012, en la categoría liderazgo emergente.

**Marcelo Sabbatini,** Doctor en Teoría e Historia de la Educación por la Universidad de Salamanca, España (2004). Post-doctorado realizado junto al Programa de Posgrado en Extensión Rural y Desarrollo Local de la Universidad Federal Rural de Pernambuco, 2006. Maestría en Comunicación Social por la Universidad Metodista de São Paulo (2000) y Master en Ciencia, Tecnología y Sociedad: Comunicación y Cultura Científica por la Universidad de Salamanca, España (1999). Profesor del Departamento de Sociología y Filosofía de la Educación del Centro de Educación de la Universidade Federal de Pernambuco, Brasil y profesor de la Universidade Abierta de Brasil (UAB-Capes). Profesor del Programa de Posgrado en Educación Matemática y Tecnológica – EDUMATEC de la Universidad Federal de Pernambuco. Director de finanzas de la Red de Estudios e Investigación en Folkcomunicación – Red Folkcom.

**Margarida Maria Krohling Kunsch,** Professora titular, pesquisadora e diretora da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo (ECA-USP). Mestre e doutora em Ciências da Comunicação e livre-docente em Teoria da Comunicação Institucional: Políticas e Processos, pela ECA-USP. Autora de: *Planejamento de relações públicas na comunicação integrada* e *Relações públicas e modernidade: novos paradigmas na comunicação organizacional*, entre outras obras. Organizadora de inúmeras coletâneas de ciências da comunicação. Foi presidente da Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação (Intercom), da ALAIC, da Associação Brasileira de Pesquisadores de Comunicação Organizacional e Relações Públicas (Abrapcorp) e da Confederação Ibero-Americana das Associações Científicas e Acadêmicas de Comunicação (Confibercom). É vice-presidente da Associação Ibero-americana de Comunicação (Assibercom) e presidente da Federação Brasilei-

ra das Associações Científicas e Acadêmicas de Comunicação (Socicom).

**Delia Crovi Druetta,** Comunicóloga y latinoamericanista. Profesora e investigadora de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la Universidad Nacional Autónoma de México. Investigadora Nacional Nivel III, Sistema Nacional de Investigadores, Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología de México, CONACYT. Ha publicado diversos artículos y libros sobre temas de comunicación y nuevas tecnologías. Actualmente es responsable de la investigación “Jóvenes y cultura digital. Nuevos escenarios de interacción social”, financiada por el Programa de Ciencia Básica de CONACYT. Coordinó durante 17 años el GT Comunicación y Educación de ALAIC, y actualmente coordina el Grupo de Investigación del mismo tema en la AMIC (Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación). Junto con colegas de la Universidad Autónoma Metropolitana y de la Universidad Pedagógica Nacional creó, en 2012, el Grupo de Estudios en Comunicación Educativa (GECE), cuyo objetivo es renovar las reflexiones epistemológicas sobre este vínculo.

**Luz María Garay Cruz,** Comunicóloga. Profesora e investigadora de la Universidad Pedagógica Nacional y profesora de asignatura en la licenciatura y posgrado en Comunicación de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la Universidad Nacional Autónoma de México. Ha publicado diversos artículos sobre la Educación a Distancia y el uso de Tecnologías de Información y Comunicación. Miembro del Sistema Nacional de Investigadores, nivel I. Coordinadora del Grupo de Trabajo Comunicación y Educación de ALAIC y Co-coordinadora del Grupo de Investigación

**Inesita Soares de Araújo,** Doutora e Mestre em Comunicação e Cultura (Universidade Federal do Rio de Janeiro), com graduação em Comunicação Social (Universidade Federal de Pernambuco). Pesquisadora Titular da Fundação Oswaldo Cruz / Instituto de Comunicação e Informação Científica e Tecnológica/ Laboratório de Pesquisa em Comunicação e Saúde (Rio de Janeiro, Brasil). Professora e orientadora de doutorado no Programa de Pós-Graduação em Informação e Comunicação em Saúde (ICICT/Fiocruz). Coordenadora desde 2012 do GT Comunicação y Salud da ALAIC e Membro do Grupo Técnico de Comunicação e Saúde da ABRASCO (Associação Brasileira de Saúde Coletiva).

**Milca Cuberli,** Licenciada en Ciencias de la Comunicación, orientación en Comunicación Comunitaria, Universidad de Buenos Aires (UBA). Magister en Salud Pública (UBA) y Doctoranda en la Facultad de Ciencias Sociales (UBA). Ex becaria del Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas (CONICET) con sede en el Instituto de Investigaciones Gino Germani (IIGG/FCS/UBA). Egresada de la Residencia Interdisciplinaria de Educación para la Salud (RIEPS), Hospital D. F. Santojanni, Ministerio de Salud de la Ciudad de Buenos Aires. Docente de la carrera de Ciencias de la Comunicación (UBA). Actualmente trabaja en el Instituto Nacional del Cáncer (Ministerio de Salud de la Nación).

**Andrés Cañizález,** Formado en comunicación social, es doctor en Ciencia Política por la Universidad Simón Bolívar de Caracas. Personal académico de planta de la Universidad Católica Andrés Bello (UCAB), está adscrito al Centro de Investigación de la Comunicación y al Postgrado en Comunicación Social. Desarrolla una línea de trabajo sobre la relación de los medios de comunicación con la democracia y el papel de la libertad de prensa. Resultó electo como presidente de la Asociación Venezolana de Investigadores de la Comunicación (INVECOM) para el período 2013-2015. Está acreditado como investigador ante el Programa de Estímulo a la Innovación e Investigación (PEII). Coordina el Grupo de Trabajo en “Comunicación política y Medios” de ALAIC.

**Matías Ponce,** Profesor e Investigador del Departamento de Comunicación de la Universidad Católica del Uruguay. Master en Gobernabilidad y Políticas Públicas por la Universidad Complutense de Madrid, Master en Ciencia Política por la Pontificia Universidad Católica de Chile. Estudios de grado en comunicación, ciencia política y relaciones internacionales. Su línea de investigación se destaca en la materia de Comunicación Política y Comunicación de Gobierno. Es Investigador del Sistema Nacional de Investigadores y es Vice-Coordinador del Grupo de Trabajo en “Comunicación política y Medios” de ALAIC.

**Carlos Arcila Calderón,** Comunicólogo, investigador de la línea de comunicación digital y usos sociales de las tecnologías. Es profesor del Programa de Periodismo y Opinión Pública de la Universidad del Rosario (Colombia). Director del

Anuario Electrónico de Estudios en Comunicación Social “Disertaciones” y Editor del Journal of Latin American Communication Research. Doctor Europeo en “Comunicación, Cambio Social y Desarrollo” de la Universidad Complutense de Madrid y Máster en Periodismo de Agencia por la Universidad Rey Juan Carlos. Ha sido profesor de la Universidad del Norte (Colombia), la Universidad de Los Andes (Venezuela), Investigador asociado de la Universidad Católica Andrés Bello (Venezuela) y profesor invitado de la Universidad Nacional de Educación a Distancia (España).

**Mabel Calderín Cruz,** Directora del Centro Cultural “Padre Carlos Guillermo Plaza s.j.” y la Biblioteca Central de la Universidad Católica Andrés Bello (UCAB). Bibliotecóloga, especialista en documentación y comunicación digital. Profesora de la Escuela de Comunicación Social y del Postgrado en Gerencia del Sector Público, Coordinadora del repositorio institucional Saber UCAB. Es miembro del consejo de redacción de la revista Temas de Comunicación. Primer Vocal de la Directiva de InveCom (Asociación de Investigadores Venezolanos de la Comunicación) para el período 2013-2015, integra el Comité Académico y Comité Organizador de los congresos de la Asociación y coordina el GT-05 Comunicación digital y Cyberperiodismo. Vice-coordinadora del Grupo de Investigación GI 1: Comunicación, Redes y Procesos de ALAIC.

**César Bolaño,** fundador de la red de Economía Política de las Tecnologías de la Información y de la Comunicación (EPTIC) y director de su revista, EPTIC ONLINE. Fue el primer presidente de la Unión Latina de Economía Política de la Infor-

mación, la Comunicación y la Cultura (ULEPICC) y es actualmente Presidente de ALAIC. Entre sus libros más importantes figuran un estudio clásico sobre la televisión brasileña, publicado en 1988 (Mercado Brasileño de Televisión) y re-publicado en 2004, y su aporte teórico propio sobre la Economía Política de la Comunicación, publicado en portugués (Industria Cultural, Información y Capitalismo) y posteriormente en español. Es profesor de la Universidad de Sergipe y de la Universidad de Brasilia y ha sido invitado en diferentes ocasiones por universidades brasileñas y latinoamericanas, por la New York University y por las universidades españolas de Sevilla y Santiago de Compostela, entre otras.

**Ancízar Narváez,** Candidato a Doctor por el Doctorado Interinstitucional en Educación del Convenio Universidad Pedagógica Nacional de Colombia, Universidad del Valle y Universidad Distrital de Bogotá. Actualmente trabaja en la Universidad Pedagógica Nacional, en el Grupo de Investigación Educación, Comunicación y Lenguaje y participa del Grupo Comunicación, Medios y Cultura de la Pontificia Universidad Javeriana. Colabora regularmente con la revista especializada Signo y Pensamiento y es miembro del Comité Editorial de las revistas especializadas ININCO, de la Universidad Central de Venezuela y la Revista Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación de ALAIC. Sus principales líneas de investigación son: Comunicación y educación y Economía política de la comunicación y la cultura. Cuentan entre sus trabajos más recientes: El péndulo de los medios: de la libertad de expresión a la gobernabilidad y El concepto de industria cultural. Una aproximación desde la economía política. Es Director Científico de ALAIC.

**Ruy Sardinha Lopes,** Professor doutor do curso e do Programa de Pós-Graduação em Arquitetura e Urbanismo do Instituto de Arquitetura e Urbanismo da USP, campus de São Carlos, Brasil. Presidente do capítulo Brasil da União Latina de Economia Política da Informação, da Comunicação e da Cultura (ULEPICC-Br), coordenador do Núcleo de Estudos das Espacialidades Contemporâneas (NEC-USP). Bacharel (1987), mestre (1995) e doutor em Filosofia (2006).

**Gustavo Cimadevilla,** Profesor Asociado de la Universidad Nacional de Río Cuarto, Argentina y Coord. de su Doctorado en Cs. Sociales . Lic. y Doctor en Cs. de la Comunicación (UNRC) y Master en Extensión Rural (UFSM, Brasil). Coord. del GT Comunicación, Tecnología y Desarrollo de ALAIC durante el período 1998-2010. Ex Presidente de FADECCOS (Federación Argentina de Carreras de Comunicación Social) y Director Científico de ALAIC. Autor, entre otros, de *Dominios. Crítica a la razón intervencionista, la comunicación y el desarrollo sustentable* (2004); y en ALAIC de la serie *Comunicación Tecnología y Desarrollo* (2002; 2004; 2006 y 2008). Publicó, además, *Usos y abusos del Participare* (2010) y *Relatos sobre la rurbanidad* (2009).

**Cicilia M. Krohling Peruzzo,** Professora do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Metodista de São Paulo, Brasil. Doutora em Ciências da Comunicação pela Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo. Autora dos livros *Relações públicas no modo de produção capitalista; Comunicação nos movimentos populares: a participação na construção da cidadania;* e *Televisão Comunitária: dimensão pública e participação cidadã na mídia local.* Organizadora de



diversas coletâneas e autora de artigos científicos publicados em revistas nacionais e internacionais. Ex-coordenadora do GT Comunicación Popular, Comunitária y Ciudadanía (1996-2010) da ALAIC.

**Alfonso Gumucio-Dagron,** especialista en comunicación para el desarrollo, cineasta y escritor con experiencia de trabajo en África, Asia, Pacífico Sur, América Latina y El Caribe. Es autor de más de veinte libros, entre ellos *Haciendo olas: comunicación participativa para el cambio social* (2001), *Antología de comunicación para el cambio social: lecturas históricas y contemporáneas* (2008) con Thomas Tufte y *Cine comunitario en América Latina y el Caribe* (2012). Trabajó como asesor en comunicación para el desarrollo en organizaciones de Naciones Unidas, agencias bilaterales, fundaciones y ONGs internacionales. Fue Director Ejecutivo del Consorcio de Comunicación para el Cambio Social (2004-2009) y coordinador del Grupo Temático de Comunicación y Cambio Social de ALAIC entre 2006 y 2012.

**Eduardo Gutiérrez,** Profesor Asistente del Departamento de Comunicación: Pontificia Universidad Javeriana, Colombia. Profesor de la Maestría en Comunicación de la Universidad Javeriana y de la Universidad Autónoma de Cali y de la Maestría en Comunicación Educación en UNIMINUTO. Investigador y gestor de innovaciones en procesos de comunicación, cultura y educación. Coordinador del grupo de Historia de la Comunicación de ALAIC. Miembro del comité directivo de la Asociación Colombiana de Investigadores en Comunicación. Evaluador de diversas revistas nacionales e internacionales (Magis, Diálogos de la comunicación, Signo

y Pensamiento, Mediaciones, Pedagogía y saberes, Criterios, Pedagogía y Saberes y Nómadas).

## NOTAS

- 1 Franz Portugal, *La investigación en Comunicación Social en América Latina: 1970-2000*. Lima, Universidad Nacional Mayor de San Marcos.
- 2 Gobi, Maria Cristina (2008). *A batalha pela hegemonia comunicacional na América Latina*. São Bernardo do Campo, Universidade Metodista. pp. 74-5.
- 3 Fuentes Navarro, Raúl. (1998). Boletín de ALAIC Nro. 9-10. p. 26.
- 4 Boletín de ALAIC, 1998. Nro. 9-10. p. 9.
- 5 Versão, revista, da conferência proferida no dia 12 de outubro de 2004, na solenidade de abertura do mega-congresso destinado a celebrar os 70 anos de fundação da mais antiga escola de jornalismo da América Latina, hoje denominada Faculdade de Jornalismo e Comunicação da Universidade Nacional de La Plata (Argentina).
- 6 Casasús, Josep Maria (1990) -Estudi introductorí a la primera tesi doctoral sobre Periodisme, *Periodística*, 3, Barcelona, Societat Catalana de Comunicació, pp. 9-29.
- 7 Marque de Melo, José, *Comunicação Social: Teoria e Pesquisa*, Petrópolis, Vozes, 1971.
- 8 Marques de Melo, José, *Teoria da Comunicação: Paradigmas Latino-Americanos*, Petrópolis, Vozes, 1998.
- 9 Kuhn, Thomas S., *The Structure of Scientific Revolution*, Chicago, University of Chicago Press, 1962.

10 O resgate desse movimento consolidador e legitimador constitui hoje objeto de estudo de vários pesquisadores. Da safra recente, destacam-se os livros de Mattelart, Armand e Michele, *Histoire des Théories de la Communication*, Paris, La Découverte, 1995, e de Dennis, Everette e Wartella, Ellen, *American Communication Research: The Remembered History*, Mahwah, New Jersey, LEA, 1996.

11 Durante vinte anos, a Escuela Argentina de Periodismo se manteve como instituição “agregada” à Universidade Nacional de La Plata. Somente em 1954, o Conselho Universitário da UNLP aprovou a criação de sua Escuela de Periodismo, que foi constituída pela “incorporação” do acervo da primitiva escola mantida em convênio com o Círculo de Periodismo de la Provincia de Buenos Aires, assumindo o perfil de escola “profissional”. Somente em 1964, ela se converte em escola “superior”, passando finalmente ao status de “faculdade” em 1994. (Guillermo y Vestfrid, 2004)

12 Gabriel Kaplún, el director del décimo primer Congreso latinoamericano de Investigadores de la Comunicación, me pidió conversar con él cuando supo que su hombro izquierdo le impedía ir a Montevideo a participar en el encuentro y a recibir el doctorado honoris causa con que la Universidad de la República le daba la ciudadanía latinoamericana, en la segunda semana de mayo de 2012. El equipo de filmación del grupo *Culturas, conflictos y subjetividad* desgrabó la entrevista, Elisa Martínez Luaces la llevó a Montevideo, Alejandra Scaffatti y Omar Rincón editaron dos versiones de la misma. Ahora transcribo el hilo central del diálogo pues he suprimido algunas digresiones que, si bien iluminaban la vida universitaria, intelectual o social de nuestros países, nos sacaban del tema y sobrepasaban el espacio previs-

to. Jesús Martín Barbero ha estado de acuerdo.

13 En la línea de la sociología de Bourdieu, hemos utilizado el concepto de «campo académico» al menos desde hace veinticinco años como categoría central para el análisis de la institucionalización de los estudios de comunicación, pues permite reconocer las tensiones y los desfases entre los actores que lo constituyen con sus prácticas, más que los ingredientes y articulaciones relativamente estables y homogéneos o las autorregulaciones con que un sistema preserva su identidad, esto es, su estructura. Ya en 1992 señalábamos que por ello “entendemos, entonces, a bastante más -de hecho otra cosa- que el conjunto de instituciones donde se imparten estudios de nivel superior. Incluimos en él a la teoría, la investigación, la formación universitaria y la profesión, y centramos el concepto en las prácticas que realizan actores o agentes sociales concretos -sujetos individuales y colectivos- con el fin de impulsar proyectos sociales específicos; en este caso, estructuras de conocimiento y pautas de intervención sobre la comunicación social” (Fuentes, 1992: 219).

14 Los “grupos temáticos” o “grupos de trabajo” (GT), fueron establecidos por la ALAIC como parte de su reconstitución para fomentar y organizar la participación de los investigadores en los congresos bianuales y eventualmente en los periodos intermedios en redes internacionales. Aunque comenzaron a operar desde el II Congreso (Guadalajara, 1994), su estructura se consolidó a partir del IV Congreso (Recife, 1998). Desde el inicio, existió uno de “Metodología de la Investigación”, después denominado “Teoría y Metodología de Investigación en Comunicación”, que actualmente “pretende ser un espacio para la reflexión de las cuestiones relativas a la producción de conocimiento en el campo de la Comunicación. Para ese fin, propone la discusión de temas como los siguientes: Crítica al estado del conocimiento en el campo de la Comunicación; Fundamentos teóricos y metodológicos de la in-

terdisciplinaridad; La fragmentación y la integración teórica en Comunicación; La actualización de las teorías en Comunicación; Construcción de los objetos de investigación; Estrategias de combinación metodológica; Fundamentación empírica y teorización en la investigación; Relatos de experiencias metodológicas”, según el sitio [<http://www.alaic.net/portal/>] consultado en enero de 2013. Desde su origen hasta 2010, este GT fue coordinado por Maria Immacolata Vassallo de Lopes. Un relato amplio del desarrollo de los GT de ALAIC puede consultarse en Gobbi (2008, 153-166).

15 International Communication Association, organización fundada en 1950 en Estados Unidos, que sólo en los últimos años ha dado pasos firmes para su propia internacionalización.

16 En una entrevista publicada en *Chasqui*, Marques de Melo (2008) precisa con toda claridad que al hablar de la “Escuela Latinoamericana de Comunicación”, se refería “particularmente a una comunidad (...) de los años sesenta y setenta, que era una generación anti-imperialista, pro-desarrollista, nacionalista, que buscaba entender a América Latina como un continente que estaba fustigado por el imperialismo norteamericano y trataba de buscar salida para sus propios problemas”, comunidad formada sobre todo por exiliados de los regímenes militares sudamericanos, pero que en la actualidad no ve que “la nueva generación que está en las universidades” sea una generación que “valore a América Latina”, lo cual es evidentemente deplorable, en los casos en que así suceda.

17 Sobre todo, desde algún punto de vista muy influyente, excluyendo la articulación de los “*cultural studies*” con el pensamiento posmoderno, incompatible política y epistemológicamente con la Economía Política de la Comunicación (y la

Cultura) latinoamericana (Bolaño, 2012: 125), también extensamente referida y valorada en su versión latinoamericana por Moragas en su libro.

18 Quizá el concepto de “Comunicación para el cambio social”, tal como ha sido documentado y propuesto por Gumucio y Tufte en su monumental *Antología*, publicada en 2006, sintetice de la mejor manera la “convergencia” de estos tres referentes conceptuales (desarrollo, dependencia y democracia), al mismo tiempo que los “pensamientos” latinoamericano (y de otras regiones en procesos de emancipación) y “occidental” (colonialista, imperialista, desarrollista), por su referencia constante a la *pertinencia social* de los paradigmas y las prácticas científicas asociadas con los procesos de cambio social en sus diversas escalas y recursos de comunicación.

19 Centro Internacional de Estudios Superiores de Periodismo (luego, Comunicación) para América Latina, establecido en Quito en 1959.

20 Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura.

21 Así llamada en referencia a su coordinador, el irlandés Sean MacBride, en la que participaron el escritor colombiano Gabriel García Márquez y el economista chileno Juan Somavía.

22 Y muy especialmente las que se identifican con las derivaciones de iniciativas como las impulsadas por y en la revista *Comunicación y Cultura* o en instituciones como el Instituto Latinoamericano de Estudios Transnacionales (ILET), fundado en México en 1976. En Fuentes (2011), se desarrolla con un poco más de detalle esta vertiente de la historia del campo en América Latina.

23 No habría duda de que la fundación de CIESPAL en 1959 fue un “hito” determinante de la institucionalización del campo académico de la comunicación en América Latina. Durante las tres décadas siguientes se configuró la convergencia discursiva, aunque no organizacional, que caracterizaría al “Pensamiento Comunicacional Latinoamericano” y que derivaría en la fundación de ALAIC en 1978, época que concluyó hipotéticamente, en 1989.

24 International Association for Mass (luego, Media and) Communication Research, fundada en París en 1957, con los auspicios de la UNESCO.

25 Polémica sostenida mediante textos publicados en las respectivas revistas de ambos grupos, encabezados por Eliseo Verón y Armand Mattelart, *Lenguajes y Comunicación y Cultura*, a propósito de *Para leer al Pato Donald. Comunicación de Masa y Colonialismo* (Dorfman y Mattelart, 1972) y la “cientificidad” de la investigación. Pueden consultarse al respecto, de un lado, los textos de Wajzman (1974) y Verón (1974) y del otro el de Schmucler (1975), así como las contextualizaciones más amplias de Beltrán (1975), Munizaga y Rivera (1983) y Rivera (1986).

26 Probablemente el aporte fundamental de la primera época de ALAIC para la organización de la investigación de la comunicación como práctica social institucionalizada en América Latina, después de la creación de asociaciones nacionales de investigadores, es el estímulo a la recopilación y sistematización de la bibliografía contemporánea sobre la investigación de la comunicación en algunos países de la región: Perú (Peirano y Kudo, 1982); Chile (Munizaga y Rivera, 1983); Brasil (Marques de Melo, 1984); Colombia (Anzola y Cooper, 1985); Argentina (Rivera, 1986); México (Fuentes, 1988); Bolivia (Beltrán et al., 1990) y Panamá (Almengor et al., 1992). Sin embargo estos y otros esfuerzos para la formación y mantenimiento de sistemas



de información académica han quedado muy aislados y el trabajo para actualizar tanto sus contenidos como sus plataformas ha sido realmente muy escaso, a pesar, entre otras cosas, de la multiplicación de apoyos tecnológicos para la documentación digital.

27 En el sentido formulado por Jesús Martín Barbero: “La combinación de optimismo tecnológico con escepticismo político ha fortalecido un realismo de nuevo cuño que se atribuye a sí mismo el derecho a cuestionar todo tipo de estudio o de investigación que no responda a unas demandas sociales confundidas con las del mercado o al menos mediadas por éste. Se acusa entonces al trabajo académico e investigativo de la década de los ochenta de improductivo, de no haberse insertado en los ritmos del cambio tecnológico y económico, de haberse divorciado de los requerimientos profesionales que hace la nueva sociedad. Desde otro ángulo, esa posición representa una muestra de la sofisticada legitimación académica que ha logrado el neoliberalismo en nuestros países: el mercado, fagocitando las demandas sociales y las dinámicas culturales, deslegitima cualquier cuestionamiento de un orden social que sólo puede darse su ‘propia forma’ cuando el mercado y la tecnología liberan sus fuerzas y sus mecanismos” (Martín Barbero, 1996: 58-64).

28 Para Héctor Schmucler, el *conformismo político-social* entre los investigadores latinoamericanos, a pesar de “numerosas excepciones”, se manifiesta en aquellos enfoques de la comunicación que, centrados en los procesos de recepción y en sus mediaciones culturales, abandonaron la denuncia de los mecanismos de poder que hasta entonces había caracterizado a la investigación latinoamericana sobre los medios (Schmucler, 1996: 65-72).

29 Para el sueco Karl Erik Rosengren, el eje de las discusiones centrales del cam-

po se desplazó, en la década de los ochenta, de la dimensión cambio radical/regulación social (es decir un eje orientado por ideologías políticas), a la dimensión subjetivismo/objetivismo (a su vez definido más bien por ideologías científicas). Pero, al mismo tiempo y quizá por ello, el campo “se caracteriza hoy más por la fragmentación que por la fermentación” (Rosengren, 1994).

30 Aunque *Diá-logos de la Comunicación* sigue publicándose hasta la fecha, el análisis de Godoy llega hasta el número 68, de 2003. Coincidentemente, la publicación de la *Revista Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación* inició en 2004.

31 El país de edición de cada una de las revistas no es un dato irrelevante: en la época analizada, *Diá-logos de la Comunicación* fue editada en Perú (ahora, en Colombia) y la *Revista Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación* es editada en Brasil.

32 No obstante las diferencias, por proyecto y realización en ambos casos, *Diá-logos de la Comunicación* (de FELAFACS) y la *Revista Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación* (de ALAIC) deben ser consideradas las dos principales revistas académicas estrictamente *latinoamericanas*, y no sólo editadas en Latinoamérica, del campo de la comunicación. Las otras dos publicaciones que pueden considerarse en esa categoría son *Chasqui* (de CIESPAL), y la hace mucho tiempo descontinuada *Comunicación y Cultura*.

33 En estos tres países se han realizado tesis doctorales sobre la institucionalización del campo académico de la comunicación: Fuentes (1998) sobre México; Romancini (2006) sobre Brasil; Cicalese (2008) sobre Argentina, entre otros. También se han realizado, pero en el extranjero, tesis sobre el “conjunto” de América Latina,

como las de Gómez Palacio (1989) o León Duarte (2006a).

34 Significativamente, el capítulo dedicado a Brasil en ese estudio sobre los programas de posgrado enfatiza en su título el “crecimiento asociado a los desafíos de la calidad y de la inserción internacional”, mientras que el dedicado a México, Centroamérica y el Caribe indica “una expansión asimétrica y desarticulada” y el correspondiente a Sudamérica, “heterogeneidades entrelazadas”.

35 Así, en la primera sesión de trabajo del GT de Teoría y Metodología de la Investigación, en el XI Congreso de ALAIC (Montevideo, 2012) se presentó una síntesis de estos datos por parte de Piñuel y dos de sus colaboradores.

36 En cuanto a diagnósticos referidos a esta fragmentación en Estados Unidos, pueden revisarse los números especiales del *Journal of Communication* dedicados en 1983 (Vol. 33) al “Ferment in the Field” y en 1993 (Vol. 43) a “The Future of the Field”, así como los trabajos más recientes de Craig (1999), Bryant & Miron (2004), Gross (2012), Stanfill (2012) o Lang (2013), entre otros. A partir de perspectivas más “internacionales”, Nordenstreng (2007), Koivisto & Thomas (2008), Pietilä (2008), Lölich & Scheu (2011); y sobre América Latina, Chaffee, Gómez-Palacio & Rogers (1990), Huesca & Dervin (1994), Orozco (1997), Torrico (2005), León Duarte (2006a) o Marques de Melo (2011).

37 Un factor de indudable influencia para estas concentraciones es el lugar donde se realizaron los congresos (dos en Brasil y uno en Chile, Argentina y Bolivia), pero no se cuenta con recopilaciones similares que incluyan los congresos más recientes: 2008 (México), 2010 (Bogotá) y 2012 (Montevideo), con dos de estas tres ciudades situadas al norte del ecuador, lo que podría en todo caso haber compensado en parte

la dificultad de acceso para los investigadores del hemisferio norte, como parece ser el caso en el GT de Teoría y Metodología de la Investigación.

38 Sin embargo sí detecta que 17 de los autores más citados en las 1576 ponencias son latinoamericanos (9 brasileños): Martín Barbero, García Canclini, Verón, Mattelart, Orozco, Marques de Melo, Freire, Ortiz, Kunsch, Lopes, Sodré, Peruzzo, Santaella, Fuentes, Reguillo, Ianni y Ford, intercalados por orden de frecuencias con Bourdieu, Castells, Hall, Foucault, Eco, Morin, Habermas, Barthes, Bakhtin, Wolf, Giddens, Williams, Van Dijk, Thompson, Deleuze, Levy, Baudrillard, de Certeau, Benjamin, Morley y McLuhan.

39 1) quién es el autor, a quién(es) se dirige, quiénes son los protagonistas del texto, qué se dice de ellos, a qué realidad y contexto se dirige; 2) cómo se entiende y desde dónde se estudia la comunicación; 3) cuál(es) es la propuesta teórica y metodológica que aporta al estudio de la comunicación y cuál la característica del conocimiento empírico que de ella emerge; 4) cuál(es) es la afirmación ética-política de la propuesta; y 5) cuáles son los procedimientos de exclusión, de crítica y opacidad del texto (León Duarte, 2006c: 135-136).

40 Coloquio Internacional sobre a Escola Latino-Americana de Comunicação, organizados desde 1998 por la Cátedra UNESCO de la Universidade Metodista de São Paulo, dirigida por José Marques de Melo.

41 Según el Diccionario de la RAE, el verbo «desafiar» tiene siete acepciones, de las cuales la cuarta, “enfrentarse a las dificultades con decisión”, parece apropiada para el caso pues aunque el sustantivo «desafío» es “rivalidad, competencia”, el verbo correspondiente es transitivo: por eso el sujeto de la acción de desafiar es

quien “enfrenta las dificultades con decisión” y no el objeto (en este caso la fragmentación) que le presenta esas dificultades.

42 \* Agradecemos la colaboración editorial y de traducción de los maestros: Darwin Franco y Rodrigo González de la Universidad de Guadalajara.

Estamos tomando aquí dos libros como ejemplo de la producción de esta primera década. El de R. Cremoux, México, 1968: *Tv y estudiantes de secundaria en México*, y el de V. Primrose, Colombia, 1965: *Estudio de la efectividad del programa de educación de las escuelas radiofónicas de Sutatenza en la vida de los campesinos colombianos*.

43 Convocados por el danés Klaus Jensen al grupo *Qualitative Audience Research* en la IAMCR, James, Lull, David Morley, Robert White y Guillermo Orozco se dieron a la tarea de conjuntar un corpus de estudios empíricos cualitativos para sustentar la pertinencia de esta perspectiva en la investigación de audiencias a partir de 1990 y hasta 1996.

44 Cuadernos del PROIICOM y Revista Estudios sobre las Culturas Contemporáneas.

45 O perfil biográfico de Luiz Beltrão contem dados e depoimentos que confirmam todo o seu pioneirismo acadêmico, ademais da sua atuação de vanguarda como jornalista e das suas incursões singulares pela vida literária (Benjamin, 1998). Mais recentemente, seu pioneirismo foi recuperado por Marques de Melo e Trigueiro (2008).

46 Por se basear também na “dinâmica do folclore” defendida pelo neomarxista

Edson Carneiro, o primeiro capítulo da tese de doutoramento defendida por Beltrão foi suprimido, quando de sua edição em livro. A tese completa somente foi resgatada em 2002, por iniciativa do professor Antonio Hohlfeldt.

47 “Se o *Folclore* compreende formas interpessoais ou grupais de manifestação cultural protagonizadas por classes subalternas, a *Folkcomunicação* caracteriza-se pela utilização de mecanismos artesanais de difusão simbólica para expressar em linguagem popular mensagens previamente veiculadas pela mídia cultural” (Beltrão, 1980, grifos do autor).

48 Encontramos neste grupo o que possa ser considerado talvez o aspecto mais conservador da teoria beltraniana, ao resgatar o universo simbólico de grupos como o erótico-pornográfico, que não aceita uma moral dominante. No contexto da revolução sexual que vivenciava, Beltrão destaca o sexo como meio de expressão, como decorrência da evolução da tradição medieval: “Embora já nas civilizações antigas esses grupos contestatórios se manifestassem, especialmente através do veículo ainda hoje mais utilizado os grafitos (inscrições e desenhos em muros e paredes); ainda que doutrinas e práticas eróticas venham sendo difundidas e efetivadas através dos tempos, tendo, inclusive, seus líderes e corifeus, seus filósofos e seus mártires, somente a partir do século passado com o deslanchar das indústrias gráficas, foto e cinematográfica, química, de vestuário, e após a ampla utilização de derivados do petróleo com a fabricação de objetos plásticos, o erotismo e seu desdobramento – a pornografia – tomaram incremento, produzindo correntes de opinião dentro de movimentos como os da libertação da mulher e da juventude, do controle da natalidade e, afinal, do reconhecimento público do homossexualismo” (Beltrão, 1980: 210-211).

49 Agradecimentos por graças recebidas de um santo –recuperação da saúde, salvamento de desastres, assuntos financeiros e materiais como obtenção de moradia, diploma ou emprego, ou mesmo amorosos– constituem uma forma de expressão singular de religiosidade, e no caso do Nordeste do Brasil, de um catolicismo rústico. Também cabe destacar, que além do significado religioso, muitos ex-votos possuem uma significação estética, com sofisticada elaboração plástica através da modelação em barro ou escultura em madeira.

50 Entre as manifestações do pensamento popular que Beltrão se propôs a estudar como a “parede do povo”, são incluídas as inscrições nas vias públicas, os grafitos dos sanitários e as legendas de parachoques e desenhos de lameiros de caminhões, em “mensagens inscritas que proclamam ideias, lavram protestos, exprimem anseios e sugerem soluções, zombam do sistema e dos seus mentores e administradores, desafiam, estimulam, excitam e incitam os transeuntes à ação” (Beltrão, 1980: 227).

51 No *site* [www.confarp.org](http://www.confarp.org) encontram-se informações institucionais que dão conta da história e das principais realizações da Confarp, bem como das associações filiadas. Foi lançado um primeiro documento histórico da entidade, *Consolidando las relaciones públicas en América latina*, cuja versão eletrônica está disponível em seu *site*.

52 Para mais informações sobre relações públicas na América Latina, sugere-se consultar Ferrari (2009). Sobre a evolução acadêmica e profissional dessa área ver também Barquero Cabrero e Pérez Senac (s. d.).

53 Sobre a Abrapcorp e suas frentes de atuação consultar o *site* [www.abrapcorp.org](http://www.abrapcorp.org).

org.br. Até 2013 já foram publicadas seis coletâneas de temas contemporâneos debatidos nos seus congressos anuais.

54 Em 2013 a Amco, para comemorar seus quarenta anos, publicou a coletânea *La comunicación en las organizaciones: 100 autores en 500 palabras*, organizada por Carlos Fernández Collado e Salvador Sánchez Gutiérrez. Nesta publicação se evidencia a grande articulação que existe no México entre a academia e o mercado, no campo da comunicação organizacional e das relações públicas. Para mais detalhes sobre a entidade, consultar [www.amco.com.mx](http://www.amco.com.mx).

55 Maria Cristina Gobbi (2008), no livro *A batalha pela hegemonia comunicacional na América Latina: 30 anos da Alaic*, apresenta um estudo detalhado sobre os GTs da Alaic e sua produção.

56 Este estudo bibliométrico contou com a participação efetiva de Ana Paula Muniz Costa de Andrade e de Perolah Caratta Macêdo Portella Silveira, do Curso de Relações Públicas da ECA-USP. Esta parte foi também objeto de publicação na edição especial da *Revista Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación* (a. V, n. 8-9, jan.-dez. 2008), da Alaic, e na *Revista Internacional de Relaciones Públicas*, da Universidad de Málaga (Espanha).

57 Para acessar os papers apresentados, consultar o site da entidade: [www.alaic.net](http://www.alaic.net).

58 Alguns dos artigos apresentados não tiveram seu texto completo publicado nos anais. Por isso não constam na análise bibliométrica, apesar de figurarem em todos os outros campos de análise para dados estatísticos. Adicionalmente, alguns dos artigos não apresentavam bibliografia e, igualmente, não figuram na análise bibliométrica.



59 Debido ao número limitado de trabalhos apresentados no GT de Comunicação Organizacional y Relaciones Públicas, nos anos 1998 e 2000, as produções desses dois congressos foram agrupadas para fins de análise. Foram apresentados seis trabalhos em 1998 e oito em 2000, totalizando 14 artigos para análise. Nos demais, foram feitos nos anos de cada congresso. Dados sobre esses congressos bienais se encontram no site da Alaic: [www.alaic.net](http://www.alaic.net).

60 Ver: Crovi Druetta, D. y L. M. Garay Cruz. 2009. “Comunicación–Educación. Hacia la construcción de un estado del arte”, en: Vega Montiel, A. (Coordinadora). 2009. *La comunicación en México, Una agenda de investigación*. México, UNAM, Universidad Juárez Autónoma de Tabasco, Universidad Autónoma de Baja California y Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación. pp.111-134.

61 En México por esos años se crea la Red Satelital de Televisión Educativa, Edu-sat, la cual reafirma importancia concedida entonces a los sistemas a distancia.

62 En los encuentros bianuales de ALAIC son recurrentes los trabajos que dan cuenta de estas preocupaciones.

63 Si tomamos en cuenta los campos de la Comunicación y de la Salud, la Comunicación y Salud puede ser entendida como sub-campo de uno y otro. Consideraremos que su hibridez permite entenderlo también como campo, en su especificidad. Las consideraciones aportadas se aplican tanto a una como a otra condición.

64 Estos y otros documentos de las conferencias mundiales de salud están disponibles en muchos sitios. La versión en español fue bajada del sitio <http://www.minsa.gob.pe/dgps/>.

65 Este punto, bien como un análisis más extenso de la formación de este campo, particularmente en el medio rural y en Brasil, se puede leer en “A Reconversão do Olhar: prática discursiva e produção dos sentidos na intervenção social”, Araújo, 2000.

66 Entre otros, Paulo Freire, Joao Bosco Pinto, Juan Díaz Bordenave, Francisco Gutiérrez, Máximo Simpson, Mario Kaplún, Miguel Azcueta, Marita Matta, Daniel Prieto, Rafael Roncagliolo, Antonio Pasquali, Antonio Paoli, Jesús Martín-Barbero.

67 Esto ocurrió no sólo con la salud, sino en el campo de las políticas públicas en general. En AL, la CIESPAL tuvo un rol importante en la disseminación de la perspectiva de la participación como condición del desarrollo.

68 Se dicen enfermedades negligenciadas (neglected diseases) aquellas que, por su vinculación a las poblaciones pobres del mundo, no movilizan investigación, producción de fármacos, desarrollo de métodos diagnósticos. También son relegadas a un segundo plano por los gobiernos, que no destinan recursos suficientes ni asistencia adecuada a sus víctimas.

69 En el Programa de Pos-Grado en Información y Comunicación en Salud (Fio-cruz, Brasil), se desarrollan tesis de doctorado y de maestría bajo la percepción de la relación intrínseca entre comunicación y desigualdad en salud y la concepción del derecho a la comunicación como inseparable del derecho a la salud.

70 PRECEDE-PROCEDE –Predisposing, Reinforcing and Enabling Constructs in Educational/Ecological Diagnosis and Evaluation and Policy, Regulatory and Organizational Constructs in Educational and Environmental Development. Modelo de planeamiento y intervención en la educación en salud, propuesto por Lawrence

Green.

COMBI –Communication for Behavioural Impact. Abordaje basado en los principios metodológicos del marketing social, que objetiva la “movilización de todas las influencias sociales y personales sobre un individuo y su familia con fines de provocar una acción individual y familiar” (OMS, 2009: 9).

P-Process –Método desarrollado y diseminado por la Alianza para la Comunicación en Salud (HCP) que “reúne a cinco instituciones líderes en el campo de la comunicación estratégica en el objetivo de contribuir al fortalecimiento de la salud pública en países en vía de desarrollo a través de la implementación de programas de comunicación”. HCP es financiada por la Agencia de los Estados Unidos para el Desarrollo Internacional (USAID) e incluye a la Universidad Johns Hopkins, la Academia para el Desarrollo Educativo, Save the Children, la Alianza Internacional contra el VIH/SIDA y la Universidad Tulane. (Alianza para la comunicación en salud, 2003)

C4D -Communication for Development– auto-caracterizado como una forma de hacer comunicación distinta de las demás, por su involucramiento con los procesos de empoderamiento y como “un elemento fundamental en los esfuerzos de programación destinados a lograr los Objetivos de Desarrollo del Milenio y otras prioridades de desarrollo”. Las 4 “líneas” de la perspectiva son: comunicación para los cambios de comportamiento (1) y social (2), comunicación para abogacía (3) y fortalecimiento de una media y un ambiente de comunicación capacitadores (4). (UNDP, 2011)

71 Podemos afirmar esto en base en el contexto brasileño. El uso de la propuesta como método de investigación se puede verificar en Araújo et al (2003).

- 72 OPS y OMS, Fundación John Snow, John Hopkins, entre otras.
- 73 Son ejemplos desde la Comunicación: especialización en CyS, Universidad Nacional de La Plata (Argentina); maestría en CyS, Pontificia Universidad Católica (Perú); Maestría en Comunicación, línea de Comunicación y Salud, Universidad Autónoma de Baja California (México); Doctorado de Comunicación, línea Comunicación, Salud y Calidad de Vida, Universidad del Norte (Colombia). Desde la Salud: en la Fundación Oswaldo Cruz/Ministerio de la Salud (Brasil) se hizo un esfuerzo de construcción del campo de la CyS asociándose investigación y enseñanza. El Instituto de Comunicación y Información Científica y Tecnológica en Salud ofreció un curso de perfeccionamiento (1993 a 1997) y una especialización en CyS (de 2003 hasta hoy, con nueve clases de egresados) y desde 2009 ofrece una maestría y un doctorado en Información y Comunicación en Salud, con cuatro clases de maestros y dos de doctores ya titulados.
- 74 El tema puede ser profundizado por diversos enfoques, entre otros, de Jaime Brehil y David Castiel (epidemiología crítica), Ulrich Beck (sociología), Paulo Vaz (comunicación), y Mary Jane Spink (Psicología Social).
- 75 El Banco Mundial utiliza la categoría de gobernanza. A los efectos de este trabajo utilizaremos la gobernabilidad democrática como sinónimo de gobernanza.
- 76 En un estudio realizado a fines de la década pasada, en Venezuela, se constató que la televisión era, para más del 80 por ciento de los encuestados, la principal fuente informativa y de entretenimiento (Bisbal, 1998).
- 77 Asociación Latinoamericana de Investigadores en Comunicación.

- 78 Asociación Iberoamericana de Investigadores en Campañas Electorales.
- 79 Federación Latinoamericana de Facultades de Comunicación Social.
- 80 International Communication Association.
- 81 International Association of Media Communication Research.
- 82 International Political Science Association.
- 83 El grupo, en su primera fase, había demostrado ser uno de los más dinámicos de la organización, logrando la publicación de un trabajo en la Colección GT de INTERCOM, en 1995, *Economía política de las telecomunicaciones, la información y la comunicación*, organizado por César Bolaño. Además, el GT llegó a tener una herramienta habitual de comunicación, el *Boletín Eptic*, que proporcionó información y análisis sobre el área, distribuido a todos los participantes y grupos de interés en general. Este boletín impreso se transformará más tarde, con la creación del portal *Eptic*, en un boletín electrónico que circula en la red hoy. Los eventos de INTERCOM propiciaron, además, la compilación, también por Bolaño, de un segundo trabajo colectivo, *Globalización y Regionalización de las Comunicaciones*, editado por la editorial EDUC y la Universidad Federal de Sergipe, en 1999.
- 84 Entre los participantes relacionados en el sitio de ALAIC, además del coordinador, César Bolaño, a la época, figuraban: Alain Herscovici (UFES-Brasil), Guillermo Mastrini (UBA - Argentina), Ramón Zallo (Un. País Vasco-España), Juan Carlos de Miguel (Un. País Vasco - España), Delia Covi (UNAM-México), Pedro Jorge Braumann (UNL-Portugal), Marcio Wohlers de Almeida (UNICAMP - Brasil), Enrique Sánchez Ruiz (Un. Guadalajara - México), Roque Faraone (Un. de la

República - Uruguay), Enrique Bustamante (UCM-España), Isabel Urioste (Un. Compiègne-Francia), Jean-Guy Lacroix (Un. de Québec-Canada), Gaëtan Tremblay (Un. de Québec-Canadá), Luis Albornoz (UBA-Argentina), Bernard Miège (Un. Stendhal Grenoble-Francia), Sergio Caparelli (UFRGS-Brasil), Francisco Rui Cádima (UNL-Portugal), Carmen Gomez Mont (UNAM-México), Pablo Hernández (UBA-Argentina), Glenn Postolski (UBA-Argentina). No se trata, por supuesto de un cuadro exhaustivo. No figuran componentes importantes, que tendrían un papel fundamental en el desarrollo del grupo y de la EPC latinoamericana, como Daniel Hernández (Venezuela), Ancízar Narváez (Colombia), Valerio Brittos (Brasil) y muchos otros que se involucraron en la construcción de ULEPICC, incluso Armand Mattelart y Antonio Pasquali. De Brasil, hay que recordar también a Murilo Ramos, Othon Jambeiro, Ruy Sardinha. Luego el grupo crecerá bastante con la consolidación de ULEPICC, de sus capítulos nacionales, y los avances de la EPC en sus diálogos con otros sectores críticos de la Comunicación.

85 En: [http://www.eca.usp.br/associa/alaic/boletin13/boletin13\\_indice.htm](http://www.eca.usp.br/associa/alaic/boletin13/boletin13_indice.htm)

86 La carta de Buenos Aires sintetiza la visión y el compromiso histórico de los investigadores latinos frente a las modificaciones introducidas en el mundo de la comunicación como consecuencia de los cambios económicos, políticos, sociales y culturales que se imponen en el tránsito del siglo XX al XXI (ver la carta en [http://www.ulepicc.net/carta\\_buenos\\_aires.html](http://www.ulepicc.net/carta_buenos_aires.html)).

87 En 2003 se celebró la cuarta reunión en Caracas, coordinada por Daniel Hernández, y posteriormente, según lo dispuesto en la asamblea de Sevilla, las reuniones se convirtieron en bienales, estimulándose la celebración de reuniones bienales, en los años pares, de capítulos nacionales que ahora se establecen según los requi-

sitos legales en España, donde el acta de fundación fue registrada. Así, se celebró la reunión número V en Salvador, coordinada por Othon Jambero, en 2005, la VI en México en 2007, coordinada por Rodrigo Gómez, la VII en Madrid, en 2009, coordinada por el nuevo presidente de la federación Luis Albornoz, bajo cuya presidencia se ha organizado también la VIII reunión en la Universidad de Quilmes en 2013.

88 Ver [HTTP://www.eptic.com.br](http://www.eptic.com.br)

89 A continuación de ese evento, se producirá una progresiva reaproximación del grupo brasileño con la INTERCOM. En el 2009 se realiza el I Foro EPTIC, como evento paralelo al congreso anual de la asociación, que se repetirá a partir de entonces cada año, ahora (desde el 2012) bajo el título de Foro EPTIC Prof. Dr. Valério Cruz Brittos, en homenaje a su mentor. En 2010, por fin, se reconstituye el GT de EPC de INTERCOM, coordinado por el mismo Brittos y, en seguida, por Ruy Sardinha Lopes.

90 Para la historia de ALAIC hasta ese momento ver Gobi (2008).

91 Ver <http://www.seer.ufs.br/index.php/eptic/issue/view/8>

92 No así en Portugal, donde, como parece ser en la mayor parte del resto de Europa, lo poco que existe de EPC está directamente influenciado por la matriz anglófona y, en menor medida hoy, francesa.

93 URL: <http://www.revistaeptic.ufs.br>

94 Cuatro volúmenes fueron producidos entre 2008 y 2012, organizados por Brittos, en los cuales participaron, además de César Bolaño y del propio Brittos, los siguientes autores: Micael Hersschmann, Dênis de Moraes, Paola Madeira Nazá-

rio, Eduardo Vizer, Helenice Carvalho, João Miguel, Jacqueline Dourado, Bruno Rocha Lima, Maria Helena Schneider, Flávia Seligman, Araci Koepp dos Santos, Estela Kurth, Luciano Correia, Caroline da Silva, Elizabeth Saad Correa, Marcelo Coutinho de Lima, Andres Kalioske, Anna Carolina Manso, André Garcia, Marcia Tuchiello Andres, Rodrigo Jacobus, Nadia Helena Schneider, Diego Goulart, Suzi Santos, Jeison Karnal da Silva, Sergio Mattos, Denis Gerson Simões, Maíra Bittencourt, Rodrigo Braz, José Marques de Melo, Luiz Albornoz, Ana Maria Oliveira Rosa, Rafaela Chagas Barbosa, João Miguel, Augusto Oliveira, Rafael Cavalcanti Barreto, Francisco Sierra Caballero, Martin Becerra, Maria Trinidad Garcia Leiva, Carine Felkl Prevedelo, Roberto Ramos, Luís Oliveira Martins, Gislene Moreira, Eduardo Silveira Menezes. El volumen de 2012, organizado también por Brittos y por Andrés Kalioske, lanzado póstumamente, bajo el título *Economía política de las industrias culturales: comunicación, audiovisual y tecnología*, contó con la participación de César Bolaño, Enrique Bustamante, Luciane Azevedo, João Martins Ladeira, Leonardo de Marchi, Paulo Faustino, Arons de Carvalho, Luciano Gallas, Naiá Giúdice, Francisco Utray, Alexson Gabriel, Anderson David dos Santos, Renan da Silva Marques, Luiza Carravetta, Maria Francisca Canovas de Moura, Manuel José Matola y varios de los autores de los volúmenes anteriores de la colección.

95 Los otros textos que se presentan allí en grupo EPC se publicaron en Eptic en línea II (3).

96 Aunque el término suele resultar poco simpático por su asociación a diversos momentos de la historia en la que las sociedades latinoamericanas experimentaron la clausura de las libertades individuales e institucionales, persecuciones y hasta desapariciones, vale considerar que en su origen latino el sustantivo se configura a partir de los vocablos *inter* (entre, en medio de, entrometido) y *venio* (ocurrir,



llegar, sobrevenir, volver). *Intervenir*, entonces, supone situarse entre medio de al menos dos situaciones u ocurrencias posibles con el objetivo de facilitar alguna. Con ese sentido lo utilizamos en nuestro análisis. La palabra, utilizada por antiguos y medievales, refería por *Intervento* el dirigir por otro camino, dar otra dirección, desviar de su destino; por *interventor* el visitante que viene en medio de una ocupación; y por *interventus* la llegada, acontecimiento imprevisto, inesperado, un caso fortuito. Diccionario Latino-Español, 1984: p.783; citado en Cimadevilla, 2004a.

97 Particularmente después de la denominada “gran depresión” de la economía norteamericana y también luego de finalizada la segunda guerra mundial. Mattelart da pistas interesantes sobre algunos de los capítulos de esas intervenciones comunicacionales en su texto “La comunicación-mundo. Historia de las ideas y de las estrategias” (1993).

98 Una discusión al respecto planteamos en el texto “Entre dilemas y certezas. El desarrollo y su vía en América Latina”, en Marcelo Martínez Hermida y Francisco Sierra Caballero, Comunicación y Desarrollo de Editorial Gedisa (2012).

99 En esa última línea principalmente con los trabajos del sociólogo estadounidense Daniel Lerner, *The passing of traditional society*, 1958, Glencoe, Free Press.

100 Entre otros intelectuales que señalan este pasaje que se da en la academia de la *acomodación* a la búsqueda de un trabajo intelectual *más crítico y autónomo* vale considerar a José Marques de Melo, por ejemplo en su obra “Teoria da Comunicação: Paradigmas Latino-americanos” (1998).

101 Nos referimos al encuentro que sentó las bases de la constitución de ALAIC. El texto del Acta Constitutiva puede consultarse en el *Boletín de ALAIC Nro. 6*. Agosto

de 1992. Págs. 96-101.

102 Desde la década del '40 diversas prácticas y estudios vinculados a las innovaciones y experiencias de intervención apoyadas en la comunicación son registradas y descritas en las esferas de la salud, la educación, la industria, la sociología y la antropología, según E. Rogers lo muestra en su clásico *Diffusión of Innovations*. New Cork, Free Press of Glencoe, 1962.

103 Por ejemplo en los estudios de Daniel Lerner (1958, op. Cit.) y su referencia-ción en América Latina.

104 Lo normativo, dirá Wolton, remite a lo que se busca, a lo ideal (Wolton, 2006:196).

105 Cuando el difusionismo se criticó desde lo ideológico y metodológico hablar de “difusión” se volvió un anacronismo. Estudiarla, por tanto, totalmente desaconsejable, con lo cual se dejó de generar conocimiento empírico sobre su problemática.

106 Recientemente se ha instalado la discusión, por ejemplo, sobre lo que implica la participación y sus correlatos en los discursos y en las prácticas; y en las distancias que se vislumbran entre lo postulado y ejercido en intervenciones concretas. Al respecto y a nivel regional, puede consultarse el texto “Participación y poder: los desafíos de la extensión rural para el desarrollo y la inclusión social” de Presno Amadeo, N. y de Carvalho Fiuza, A. (2007). Versión disponible inédita.

107 Problematizamos las implicancias de los modelos centrípetos y centrífugos que sostienen las instituciones de intervención en el trabajo “Cambio tecnológico y per-

durabilidad hipodérmica”, G. Cimadevilla y E. Carniglia. *Revista Temas y Problemas de Comunicación*, 3 (5), 1995.

108 Interesante resulta el documento de la consultoría que Juan Díaz Bordenave realizara para INTA en el año 1985 respecto a cómo se concebía y practicaba la comunicación. Díaz Bordenave (1985).

109 Iniciativa de Delfine Larrousse para su tesis de maestría en el área (Course: MA Intercultural Communication; UK). Comunicación personal, abril de 2007.

110 Un libro que recientemente publicáramos para abordar esa zona de grises justamente se titula *Grisas de la Extensión, la Comunicación y el Desarrollo*. Thornton, R. y Cimadevilla, G. (2008).

111 Hemos publicado aquellos trabajos que mayores esfuerzos hicieron por lograr articulaciones válidas entre teoría y práctica. Pueden consultarse en los textos de los Volúmenes 1, 2, 3 y 4 de la Serie *Comunicación Tecnología y Desarrollo (CTD)*. (2002, con el subtítulo *Discusiones y Perspectivas desde el Sur*; 2004b, con el subtítulo *Debates Actuales*; 2006b, *Discusiones del Siglo Nuevo* y 2008, *Trayectorias*. Todos publicados por Editorial Universidad Nacional de Río Cuarto. Río Cuarto -Argentina-).

112 Los pocos trabajos vinculados a instituciones públicas de pertenencia de los congresistas son del: Instituto Mexicano de Tecnología del Agua (IMTA-México), Empresa Brasileña de Investigación Agropecuaria (EMBRAPA-Brasil) e Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria (INTA-Argentina).

113 Un grupo de ellos muy valiosos. Recomendamos la lectura, por ejemplo, de

Cabello, Carniglia, Massoni y Mascotti, Da Silva, Gómez y Fernández en nuestro libro de 2002. En la edición 2004 los escritos de Galindo Cáceres, Lenguita y Correa y en el texto de 2006 los aportes de Alamo, Cruz, Mota, Lima, Miranda, Piccinin y Brás.

114 Se destacan, sin embargo, por favorecer la presentación de resultados de investigaciones con una interesante discusión teórica los escritos de Guyot y Petracci y Muraro en nuestro texto de 2002; los trabajos de Miranda Costa, Neuman de Segá, Lübeck y da Silveira, Sierra Caballero y Tauk Santos con Dias de Lima en el libro de 2004; así como los aportes de Carniglia, Kenbel y Tauk Santos y otros en la edición 2006. En el texto de 2008 vale rescatar el aporte de A. Dimitriu; M. I. Neuman; Eduardo Villanueva y Roxana Cabello.

115 En particular muy significativos los aportes de Cantú y Thornton, entre otros (edición *CTD* 2002).

116 Una excepción interesante es el trabajo de F. Korstanje y colegas en la edición *CTD* 2004.

117 Para citar algunas de sus propuestas clásicas, vale considerar a: Fals Borda, O. 1979. *El problema de cómo investigar la realidad para transformarla*, Bogotá, Tercer Mundo; Bosco Pinto, J. 1994. “Investigación acción como práctica social”, en *Aportes* núm. 20, Investigación Acción Participativa; aportes y desafíos, Bogotá, Dimensión educativa; y Brandão, C. (Org.) (1984) *Repensando a pesquisa participante*. São Paulo, Brasiliense.

118 El vínculo entre las coyunturas y lo que se constituye intelectualmente como moda aparece discutido –entre otros- por Armand Mattelart y Eric Neveu al analizar

el auge de los estudios culturales. En uno de los pasajes del libro *Introducción a los estudios culturales* (consultamos la versión portuguesa 2004) afirman: “Los autores del Sur no están inmunes a la tendencia de confinar la ‘resistencia’ a las prácticas de consumo; ni a cierto flujo epistemológico testimoniado en el amontonamiento ecléctico de las referencias en las glosas sobre las identidades. La noción de ‘mediaciones’ que, acoplada a la de hegemonía, demostrara su fecundidad heurística y su ruptura con un estructuralismo fascinado por los textos, fue reducida a moda” (Mattelart, A. Neveu, E., 2004: 155 –traducción del autor). Otro texto interesante para ese análisis es el compilado por Lander (2000), *La colonialidad del saber: eurocentrismo y ciencias sociales*.

119 La experiencia del GT es que los grupos consolidados y con presencia y producción continua se reducen a las Universidad Federal Rural de Pernambuco (liderado por Tauk Santos y Brás) en Brasil; la Universidad del Zulia de Maracaibo, Venezuela (conducido por M. I. Neuman de Segá) y en el caso de Argentina la Universidad Nacional de Río Cuarto (Cimadevilla y Carniglia) y las Universidades Nacionales de Rosario (con el liderazgo de Sandra Massoni) y General Sarmiento (a través de Roxana Cabello). Otras universidades de Brasil como la Federal de Rio Grande do Sul; Minas Gerais, ECA de São Paulo y Federal de Rio de Janeiro también han tenido una presencia constante pero no siempre representada por los mismos grupos. Situación semejante es la de las universidades de Buenos Aires y Córdoba de Argentina; o de quienes representaron a México.

120 Quizás una tarea estratégica para el área de interés sea relevar los grupos que en cada país desarrollan investigaciones o experiencias dentro de la esfera comunicación-desarrollo, sean o no partícipes de ALAIC.

121 Peruzzo, Cicilia M.K. (Org.) *Vozes cidadãs: aspectos teóricos e análises de experiências de comunicação popular e sindical na América Latina*. São Paulo: Angelara, 2004. 372 p. e Peruzzo, Cicilia M.K.; Tufte, T.; Veja Casanova, J.'(Orgs.). *Trazos de una otra comunicación en América Latina: practicas comunitarias, teorías y demandas sociales*. Barranquilla: Universidad del Norte, 2011. 334 p.

122 Incorporação parcial e revisada do artigo “Conceitos de comunicação popular, alternativa e comunitária revisitados: reelaborações no setor” publicado pela revista Palabra Clave. Colombia, Universidad de La Sabana. v. 11, n.2, p.1-13, 2008.

123 Ver Peruzzo (2004)

124 Referimo-nos a mudança em relação aos anos 1970 e 80, época em que havia de forma explícita a contestação ao então sistema de governo (militar e autoritário) e às estruturas por ele instituídas, além do clamor por mudança na política e nas formas de representação social.

125 Ver Peruzzo (2004a) e Festa (1986).

126 Fernando Reyes Matta, Mário Kaplún, Rafael Roncagliolo, Felipe Espinosa, Jorge Merino Utreras, Rosa Maria Alfaro, Eduardo Contreras, Alfonso Gumucio Dragon, Fernando Ossandron, Aldfredo Paiva, Máximo Simpson Grinberg, Josiane Jovet, Carlos Monsivais, Miguel Azcueta, Luis Ramiro Beltrán, Juan Diaz Bordenave, Ana Maria Nethol, Maria Cristina Mata, Diego Portales, Daniel Prieto, Hector Schumcler, José Ignacio Vigil, José Martinez Terrero, Esmeralda Villegas Uribe, Regina Dalva Festa, Luiz Fernando Santoro, Marco Morel, Pedro Gilberto Gomes, Joana Puntel, Denise Cogo, Cicilia M.Krohling Peruzzo e muitos outros.

- 127 Asociación Latinoamericana de Educación Radiofônica, com sede em Quito, Equador.
- 128 Traduzido do castelhano de publicação editada pelas Edições Paulinas de Buenos Aires.
- 129 Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação.
- 130 Instituto Brasileiro de Análises Sociais e Econômicas/Centro de Treinamento Audiovisual.
- 131 Federação de Órgãos para Assistência Social e Educacional.
- 132 Serviço à Pastoral da Comunicação/Irmãs Paulinas.
- 133 Todos traduzidos de textos originais em castelhano, de responsabilidade da ALER–América Latina, com sede em Quito, e escritos por José Ignacio López Vigil ou Andréa Geerts.
- 134 Entre eles o livro da própria autora, *Comunicação nos movimentos populares: a participação na construção da cidadania* (2004), originalmente uma tese de doutorado, defendida em 1991.
- 135 Ver Peruzzo (2004: 124-126).
- 136 Ver Peruzzo (1998).
- 137 Comunicação das classes subalternas e em oposição à comunicação favorável ao *status quo*.
- 138 Como, por exemplo, o *Centro de Pastoral Vergueiro* (CPV), que iniciou suas

atividades em 1969 e se fortaleceu nos anos de 1970, tendo realizado um trabalho de catalogação, editoração e difusão de publicações populares, e do *Centro de Comunicação e Educação Popular de São Miguel Paulista* (CEMI) que teve um trabalho muito importante de comunicação popular na Zona Leste. Segundo Festa (1986: 184-189), em 1979 o CPV divulgou 150 títulos de publicações populares. Em 1980 foram mais de 280, em 1981, 418 e em 1982, 523 publicações.

139 Tal tipo de associação extrapola os parâmetros da comunicação popular-comunitária típica por configurar-se num processo que aglutina diferentes modalidades de entidades (sindicatos, associações de moradores, igrejas, entidades culturais e filantrópicas etc.) e dirigir-se a uma audiência diversificada, embora seja de uma mesma cidade.

140 Exemplos: Revista *Viração* (São Paulo), *Jornal Becos e Vieiras Z/S*(São Paulo), *Joinha Filmes*(São Paulo), *Agência de Notícias Raio X Comunicação*(São Paulo), *Coletivo Metareciclagem* ([www.liganois.com.br](http://www.liganois.com.br)) (São Paulo), *Jornal Cidadão* (Rio de Janeiro) etc.

141 Se bem que essa finalidade caberia a qualquer meio de comunicação. No entanto, a mídia audiovisual comercial é dada fundamentalmente ao entretenimento, não importando se o seu teor agride “minorias” ou provoca repercussões destrutivas de valores humanos e culturais.

142 Serviço Social do Comércio e Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial.

143 Ver Kucinski (1991) e Pereira (1986).

144 Ver Festa (1986) e Kucinski (1991).



145 Ver mais detalhes em Peruzzo (2004: 116-120).

146 Ver Peruzzo (2005).

147 El término se usa en Guatemala para nombrar a la población mestiza del país.

148 “Legado de peso”, entrevista a Theotonio dos Santos sobre Celso Furtado, en IS-TOE, N° 1834, 1 de diciembre de 2004, Brasil. [http://www.terra.com.br/istoe/1834/economia/1834\\_legado\\_de\\_peso.htm](http://www.terra.com.br/istoe/1834/economia/1834_legado_de_peso.htm)

149 La primera traducción de uno de sus capítulos se publicó 43 años más tarde (Gumucio y Tufte, 2006).

# Cuadro de Grupos Activos en ALAIC 1998-2010

GRUPOS TEMÁTICOS	Coordinador	1998	2000	2002	2004	2006	2008	2010
1 Comunicación Intercultural	Carlos Lozano (Com. internacional)			José Luis Aguirre	José Luis Aguirre	José Luis Aguirre	Alejandro Ocampo	José Luis Aguirre
2 Comunicación Organizacional y Relaciones Públicas	Margarida Krohling Kunsch	Solón Alberto Calero Cruz		Margarida Krohling Kunsch	Margarida Krohling Kunsch	Margarida Krohling Kunsch	Margarida Krohling Kunsch	Margarida Krohling Kunsch
3 Comunicación para el Cambio Social						Alfonso Gumucio Dragron	Alfonso Gumucio Dragron	Alfonso Gumucio Dragron
4 Comunicación Política y Medios	Javier Protzel (Com. y Medios de difusión política)	Javier Protzel	Javier Protzel	Javier Protzel	Javier Protzel	Orlando Villalobos	Andrés Cañizález	Andrés Cañizález
5 Comunicación Publicitaria	Paulo Rogerio Tarsitano	Paulo Rogerio Tarsitano	Paulo Rogerio Tarsitano	Paulo Rogerio Tarsitano	Paulo Rogerio Tarsitano	Paulo Rogerio Tarsitano	Paulo Rogerio Tarsitano	Paulo Rogerio Tarsitano
6 Comunicación y Educación	Delia Crovi Druetta	Delia Crovi Druetta	Delia Crovi Druetta	Delia Crovi Druetta	Delia Crovi Druetta	Delia Crovi Druetta	Delia Crovi Druetta	Delia Crovi Druetta
7 Comunicación y Salud	Luis Ramiro Beltrán	Isaac Epstein	Isaac Epstein	Isaac Epstein	Isaac Epstein	Isaac Epstein	Isaac Epstein	Isaac Epstein
8 Discurso y Comunicación	Eliseo Colón	Eliseo Colón	Eliseo Colón	Eliseo Colón	Eliseo Colón	Eliana Pebermat Antonini	Eliseo Colón	Eliseo Colón
9 Economía Política de las Comunicaciones	Cesar Bolaño	Cesar Bolaño	Cesar Bolaño	Cesar Bolaño	Cesar Bolaño	Alain Herscovici	Cesar Bolaño	Ancízar Narváez
10 Estudios de Recepción	Guillermo Orozco Gómez	Guillermo Orozco Gómez	Nilda Jacks	Nilda Jacks	Nilda Jacks	Veneza Ronsini	Nilda Jacks	Veneza Ronsini
11 Ética y Derecho de la Comunicación	Gloria Cuenca Herrera	Ernesto Villanueva	Ernesto Villanueva	Ernesto Villanueva	Ernesto Villanueva	Carlos Jahn	Ernesto Villanueva	

12 Folkcomunicación	Roberto Benjamin	Roberto Benjamin	Roberto Benjamin	Roberto Benjamin	Roberto Benjamin	Roberto Benjamin	Roberto Benjamin
13 Historia de la Comunicación	José Marques de Melo	Juan Gargurevich	Juan Gargurevich	Juan Gargurevich	Juan Gargurevich	Juan Gargurevich	Juan Gargurevich
14 Internet, Sociedad de la Información y Cibercult.			Octavio Islas	Octavio Islas	Octavio Islas	Octavio Islas	Octavio Islas
15 Com. Popular Comunitaria y Ciudadanía	Cicilia Krohling Peruzzo	Cicilia Krohling Peruzzo	Cicilia Krohling Peruzzo	Cicilia Krohling Peruzzo	Denise Cogo	Cicilia Krohling Peruzzo	Cicilia Krohling Peruzzo
16 Medios de Comunic. Niños y Adolescentes			Lucía Castellón	Lucía Castellón	Lucía Castellón	Lucía Castellón	Lucía Castellón
17 Teoría y Metodología de la Investigación en Comunicación	María Immacolata Vassallo de Lopes	María Immacolata Vassallo de Lopes	María Immacolata Vassallo de Lopes	María Immacolata Vassallo de Lopes	Raul Fuentes Navarro	María Immacolata Vassallo de Lopes	immacolata
18 Comunicación, Tecnología y Desarrollo	Gustavo Cimadevilla	Gustavo Cimadevilla	Gustavo Cimadevilla	Gustavo Cimadevilla	Gustavo Cimadevilla	Angelo Brás Callau	Gustavo Cimadevilla
19 Comunicación y Ciudad	Rossana Reguillo (Comunicación, identidad y cultura urbana)	Rossana Reguillo	Carla Colona	Carla Colona	Carla Colona	Carla Colona	Alejandra García Vargas y Patria Román Velázquez
20 Telenovela y Ficción Seriada	Nora Maziotti	Nora Maziotti	Nora Maziotti	Nora Maziotti	Ruggero Garófalo Nieto	Ruggero Garófalo Nieto	Veneza Ronsini
21 Estudios sobre Periodismo	Eduardo Medistch	Eduardo Medistch	Eduardo Medistch	Eduardo Medistch	Eduardo Medistch	Eduardo Medistch	Zélia Leal Adghirni
22 Com. y Estudios Socioculturales			Florencia Saintout	Florencia Saintout	Florencia Saintout	Florencia Saintout	Florencia Saintout

GRUPOS DE INTERÉS	Coordinador	1998	2000	2002	2004	2006	2008	2010
1 Com. y Medio Ambiente	Javier Esteinoud Madrid							
2 Globalización, industrias de la com. Y consumo cultural	Marcelino Bisbal							
3 Comunicación y bloques económicos			Delia Crovi Druetta					
4 Géneros mediáticos en América Latina			José Marques de Melo					
5 Periodismo del futuro			Abraham Santibañez					
6 Comunicación y grupos vulnerables			Claudio Avendaño					
7 Publicistas del futuro			Lila Farías					
8 Televisión y Niños			María Dolores Souza					

668

<b>9 Comunicación y deporte</b>		<b>Sergio Quiroga</b>					<b>Samuel Martínez López</b>	
---------------------------------	--	-----------------------	--	--	--	--	------------------------------	--

ANEXOS

## **VII Seminario Latinoamericano de Investigación en Comunicación**

### **Foro de Presidentes de Asociaciones de Investigadores de la Comunicación en América Latina**

# **Carta de La Paz: El pensamiento crítico latinoamericano**

- Este documento fue firmado en la ciudad de La Paz con motivo del VII Seminario Latinoamericano de Investigación en Comunicación y propone como marco un amplio programa de consenso y acciones institucionales que se desarrollarán en los próximos años. Tales acciones continúan una serie de iniciativas ya en curso, y promueven otras nuevas, que tienen como objetivo el diálogo fraterno para la construc-

ción de una comunicación democrática y emancipadora al servicio de los pueblos de América Latina:

1. Los profundos cambios en la vida social, económica y política de las últimas décadas reconfiguran gran parte de la geopolítica mundial, lo que implica un nuevo reparto de poder, el reposicionamiento de los actores sociales y políticos, la aparición de nuevas conexiones, y en definitiva, la creación de una zona de incertidumbre en la que las antiguas posiciones se ponen en tela de juicio.
2. También las antiguas bases epistemológicas y teóricas, moldeadas a partir de la experiencia de un mundo eurocéntrico, pierden su marco sociológico con una realidad cuya comprensión se dificulta con estos supuestos. La coexistencia de diversos entornos culturales y económicos, difíciles de adscribir a un principio jerárquico de totalización, pone en cuestión el conocimiento hegemónico que muestra la existencia de otras matrices epistemológicas, a las que debemos prestar atención. El conjunto de categorías derivadas del análisis de la función, ya no periférica, ocupada por América Latina en el modo de reproducción ampliada del capital, y un entorno de nuevas sensibilidades sociales, se vuelven esenciales para una mejor comprensión de lo global.
3. Desde hace tiempo se viene afirmando la centralidad, económica y política, de la comunicación y la cultura, hasta el punto de constituir un nuevo paradigma social, como afirma gran parte de la literatura. Un segmento importante del proceso de producción se extendió a sectores “intangibles”, donde el llamado “capital simbólico” y sus mercados agregan valor, y la llamada “nueva economía” pone sus fichas en la información y la cultura como un nuevo producto. A la vez, la generalización del financiamiento, nueva matriz desde la que se piensa el sistema de producción, presu-

pone la existencia de una infraestructura eficaz para la información y la comunicación. Por otro lado, las nuevas identidades, las relaciones sociales de poder y nuevas culturalidades, están mediadas por tales sistemas.

4. Tal centralidad pone en tela de juicio los paradigmas de las ciencias de la comunicación todavía en boga en los sectores dominantes de la academia, deudores en gran parte de la parcialidad funcionalista e instrumental. Por lo tanto, el papel del pensamiento crítico en comunicación es superar estas deficiencias mediante la propuesta de modelos teóricos de comunicación más amplios. En este sentido se recupera la dimensión antropológica de la comunicación y la cultura, vinculándolas a los derechos humanos y al desarrollo de una praxis respetuosa de las diferencias en la concepción de lo humano, que tiene como tarea esencial y urgente, ir más allá de la dimensión estrictamente económica con las inevitables consecuencias en las políticas públicas y en la lucha por una sociedad más democrática e inclusiva.

5. La responsabilidad histórica del campo académico de la comunicación se deriva tanto de su carácter intrínsecamente interdisciplinario y transversal, capaz de establecer diálogos con las diferentes ciencias sociales, las humanidades, las artes, la tecnología, como de su posición en los procesos de mediación social, manteniendo la particularidad de su objeto: la comunicación humana. En el momento en que su modo de producción está cada vez más mediado por las tecnologías de la información y la comunicación, en el que se confunden los procesos materiales y simbólicos, es esencial que profesionales de los medios de comunicación, profesores, investigadores e intelectuales dedicados a esta materia, se adjudiquen un papel clave en la organización del trabajo intelectual, el que asume una centralidad sin precedentes en las estructuras de poder.

6. América Latina ha contribuido históricamente a la construcción del pensamiento crítico en el área de comunicación. En diversos momentos, intelectuales comprometidos de esta macro-región cultural incidieron en el debate internacional y, en la mayoría de los casos, de manera colectiva. Pese a ello, en muy pocas ocasiones sus trabajos más trascendentales y sus acciones tuvieron el debido reconocimiento por parte de aquellos que se han dedicado a escribir la historia de la comunicación en el mundo occidental. Nos corresponde a los intelectuales latinoamericanos, desde un pensamiento situado, liberado de paradigmas foráneos y enclaves coloniales, contar nuestra propia historia y evaluar críticamente las contribuciones de nuestros predecesores, dejando en claro que se trata de un proceso dialéctico de crítica interna a un pensamiento rico, vivo, capaz de contribuir, tanto al presente como al pasado, desde nuestro nivel de comprensión para hacer frente a los problemas tangibles del momento y al conocimiento de la realidad global que enfrentamos.
7. Alimentados por estas reflexiones irreverentes y propositivas, la identidad y el potencial del pensamiento comunicacional latinoamericano tienen origen en su inserción crítica en la situación histórica de una región marcada por el ideal de la emancipación; y su episteme se sitúa hoy en día como una alternativa real a las formas tradicionales de conocer, supuestamente universales, consagradas por el proyecto dominante de la modernidad colonial.
8. En este marco, la Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación (ALAIIC) ha venido desarrollando en los últimos años, incluso en el espacio Iberoamericano, acciones importantes para el diálogo con otras asociaciones internacionales, regionales o mundiales, tratando de ampliar la capacidad de acción de investigadores de América Latina. Pero estas acciones sólo tienen sentido en la medida en que estén vinculadas a otras iniciativas destinadas a fortalecer las perspec-



tivas de la región, así como el intercambio y las alianzas a través del diálogo interno también con el pensamiento social de América Latina en general. Lo que se pretende es valorizar la producción intelectual del continente y explicar sus características específicas (su carácter crítico, la vinculación con la práctica social, la participación democrática) fruto de fuentes, horizonte histórico e identidad compartidos en la diversidad que nos caracteriza y define nuestra capacidad de contribuir al conocimiento mundial.

9. En este sentido, ha sido fundamental la relación de ALAIC con las diferentes asociaciones nacionales de investigadores que conforman la región, y que han crecido en número y capacidad de acción en los últimos años. En este momento hay diez entidades nacionales de investigadores de la comunicación, algunas muy jóvenes, otras reconstituidas, que se reúnen hoy en el marco de ALAIC para sentar las bases de una tarea compartida para la recuperación y renovación de la proyección del pensamiento crítico en América Latina en el campo de la comunicación, a través de una serie de acciones como seminarios regionales de investigación de la comunicación, creación de una plataforma digital que reúna el pensamiento comunicacional latinoamericano, y la exploración de vínculos que faciliten el trabajo, la producción y la difusión del conocimiento en todos sus aspectos.

## **VII Seminário Latino-americano de Pesquisa em Comunicação**

**Fórum de Presidentes de Associações de Pesquisadores da Comunicação da América Latina**

# **Carta de La Paz: O pensamento crítico latino-americano**

Este documento foi firmado na cidade de La Paz por ocasião do VII Seminário Latino-americano de Pesquisa em Comunicação e propõe como marco de um programa amplo de consensos e ações interinstitucionais que se desdobrarão ao longo dos próximos anos, dando continuidade a varias iniciativas já em curso e promovendo outras novas, as quais, em conjunto, visam o diálogo fraterno na construção de uma comunicação democrática e emancipadora a serviço dos povos da América Latina:

1. As profundas transformações na estrutura social, econômica e política das últimas décadas vêm reconfigurando, em grande medida, o cenário geopolítico mundial, implicando uma nova partilha do poder, o reposicionamento dos atores sociais e políticos, o surgimento de novos agenciamentos, em suma, a criação de uma zona de indeterminação na qual as antigas posições são postas em questão.
2. Também as antigas bases epistemológicas e teóricas, plasmadas a partir da experiência de um mundo eurocêntrico, perdem seu enquadramento sociológico diante de uma realidade que não se permite mais apreender apenas sob tais pressupostos. A coexistência de variadas configurações culturais e econômicas, não passíveis de serem subsumidas a um princípio totalizador e hierarquizante, põe em xeque os saberes hegemônicos, evidenciando a existência de outras matrizes epistemológicas, às quais é preciso dar ouvidos. O conjunto de categorias oriundo da reflexão sobre o papel, não mais periférico, ocupado pela América Latina no modo de reprodução ampliado do capital, e das novas sociabilidades e sensibilidades aí acionadas, tornam-se, desta forma, essenciais ao melhor entendimento da realidade global.
3. Há muito se tem afirmado a centralidade – econômica e política – da comunicação e da cultura, a ponto de constituírem, segundo uma parte da literatura específica, um novo paradigma societário. De fato, é certo que parte significativa dos processos produtivos espalhou-se para os setores “intangíveis”, que o chamado “capital simbólico” e seus mercados agregam valor e que a chamada “nova economia” deposita suas fichas na informação e na cultura – as novas commodities, como é igualmente certo que a generalização da financeirização, a nova matriz a partir da qual o sistema produtivo é pensado, pressupõe a existência de uma eficaz infraestrutura de informação e de comunicação. De outro lado, também é certo que novas identidades, relações sociais e de poder e novas culturalidades são mediadas por tais siste-

mas.

4. Tal centralidade coloca em xeque os paradigmas da chamada ciência da comunicação, em voga ainda em setores dominantes da academia, e devedores, em grande medida, do viés funcionalista e instrumental. Cabe, pois, ao pensamento crítico comunicacional, a superação dessas insuficiências através da proposição de modelos teóricos de comunicação mais abrangentes. Nesse sentido, recupera-se a dimensão antropológica da Comunicação e da Cultura, vinculando-as aos direitos humanos e ao desenvolvimento de uma práxis respeitosa das diferenças na concepção do humano, que tem como tarefa essencial e urgente ir além da dimensão estritamente econômica, com as inevitáveis consequências nas políticas públicas e na luta por uma sociedade mais democrática e inclusiva.

5. A responsabilidade histórica do campo acadêmico da comunicação decorre tanto do seu caráter inerentemente interdisciplinar e transversal, capaz de estabelecer diálogos com as diferentes ciências sociais, as humanidades, as artes, a tecnologia, quanto da sua posição nos processos de mediação social, tendo em vista a particularidade do seu objeto, a comunicação humana. Num momento em que o próprio modo de produção torna-se crescentemente informático e comunicacional, em que os processos produtivos materiais e simbólicos se confundem, cabe aos profissionais da comunicação, aos seus professores, aos pesquisadores e intelectuais dedicados à área, um papel fundamental na organização do trabalho intelectual em geral, que assume uma centralidade inédita nas estruturas de poder.

6. A América Latina tem contribuído historicamente para a construção do pensamento crítico na área comunicação, como em outras. Em diferentes momentos, inte-

lectuais engajados desta macrorregião cultural incidiram fortemente sobre o debate internacional e o fizeram, no mais das vezes, de forma coletiva. Apesar disso, poucas vezes a sua mais fina reflexão e a sua ação mais consequente tiveram o devido reconhecimento da parte daqueles que se dedicaram a escrever a história da comunicação no mundo ocidental. Cabe a nós, intelectuais latino-americanos, a partir de um pensamento situado, liberado de paradigmas estrangeiros e enclaves coloniais, contar a nossa própria história, avaliando criticamente, por certo, as contribuições dos nossos antecessores, mas deixando claro que se trata do movimento dialético de crítica interna, de um pensamento rico, vivo e pujante, capaz de aportar, hoje como no passado, de acordo com o nosso nível de compreensão atual e frente aos problemas concretos do momento, para o conhecimento da realidade global com que nos deparamos.

7. Alimentadas por esse pensamento irreverente e propositivo, a identidade e a potencialidade do pensamento comunicacional latino-americano decorre de sua inserção crítica na situação histórica de uma região marcada pelo ideal da emancipação e cuja episteme se ergue hoje como uma alternativa real aos tradicionais modos de conhecer, pretensamente universais, consagrados pelo projeto dominador da modernidade colonial.

8. Nesse marco, a Associação Latino-americana de Investigadores da Comunicação (ALAIIC) vem desenvolvendo nos últimos anos, inclusive no espaço ibero-americano, importantes ações no sentido do diálogo com outras associações internacionais, regionais ou globais, tendentes a ampliar a capacidade de ação dos pesquisadores latino-americanos. Mas essas ações só têm sentido na medida em que estão vinculadas a outra série de iniciativas, visando fortalecer la perspectiva de la região assim como o intercambio e a aliança mediante o diálogo interno, também com o pensamento

social latino-americano em geral. Trata-se sempre de valorizar a produção intelectual do continente e explicitar as suas especificidades (caráter crítico, vinculação com a prática social, compromisso democrático) fruto de uma origem e um horizonte históricos compartilhados, de identidade na diversidade, que nos distingue e define a nossa capacidade de contribuir para o conhecimento mundial.

9. Nesse sentido, tem sido fundamental a relação da ALAIC com as diferentes associações nacionais de pesquisadores da comunicação da região, que cresceram em número e em capacidade de ação nos últimos anos. Neste momento são dez entidades nacionais do gênero, algumas muito jovens, outras reconstruídas, que se reúnem hoje, sob os auspícios da ALAIC, para traçar as bases de uma tarefa unitária no sentido da valorização e da projeção renovada do pensamento crítico latino-americano no campo da comunicação, através de uma série de ações, como os seminários regionais de pesquisa em comunicação, a construção de uma plataforma digital unificada do pensamento comunicacional latino-americano, a exploração de sinergias que facilitem o trabalho de produção e divulgação do conhecimento e outras semelhantes.

*César Ricardo Siqueira Bolaño*

*Presidente de la Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación (ALAIC)*

*Esperanza Pinto*

*Presidenta de la Asociación Boliviana de Investigadores de la Comunicación (ABOIC)*

*Sandra Liliana Osses*

*Presidenta de la Asociación Colombiana de Investigadores de la Comunicación  
(ACICOM)*

*María Elena Meneses*

*Presidenta de la Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación  
(AMIC)*

*James Dettleff*

*Presidente de la Asociación Peruana de Investigadores de la Comunicación  
(APEIC)*

*Lorena Antezana*

*Presidenta de la Asociación Chilena de Investigadores de la Comunicación  
(INCOM-Chile)*

*Andrés Cañizález*

*Presidente de la Asociación Venezolana de Investigadores de la Comunicación  
(INVECOM)*

*Antonio Hohlfeldt*

*Presidente de la Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação (INTERCOM)*

*Iván Rodrigo*

*Presidente de la Sociedad Ecuatoriana de Estudios Interdisciplinarios de la Comunicación*

680

*(SEICOM)*

**La Paz, Bolivia, 27 de septiembre de 2013.**

**ANEXOS**



**La contribución de América Latina al campo de la Comunicación.**

**Historia, enfoques teóricos, epistemológicos y tendencias de la investigación.**

**César Bolaño, Delia Cровi Druetta y Gustavo Cimadevilla (Editores.)**

**Participan:**

José Marques de Melo - William Fernando Torres - Jesús Martín Barbero - Raúl Fuentes Navarro - Eliseo Colón - Nilda Jacks y Guillermo Orozco Gómez - Eduardo Gutiérrez - Betânia Maciel y Marcelo Sabbatini - Margarida M. Krohling Kunsch – Delia Cровi Druetta y Luz María Garay Cruz - Inesita Soares de Araújo y Milca Cumberli - Eduardo Medistch - Andrés Cañizález y Matías Ponce - Carlos Arcila Calderón y Mabel Calderín Cruz – César Bolaño, Ancízar Narváez y Ruy Sardinha Lopes - Gustavo Cimadevilla - Cicilia M. Krohling Peruzzo - Alfonso Gumucio-Dagron

© Derechos Reservados para la edición electrónica GRC – ALAIC Edic. (2014)

ISBN 978-987-33-5678-0

Revisión y cuidado de los textos: Paola Demarchi

Diseño de tapa, arte y diseño general: Carlos Pascual

Traducción al portugués de Sumario y Prefacio: Esteban M. Barcelona y Vanessa Martins

682