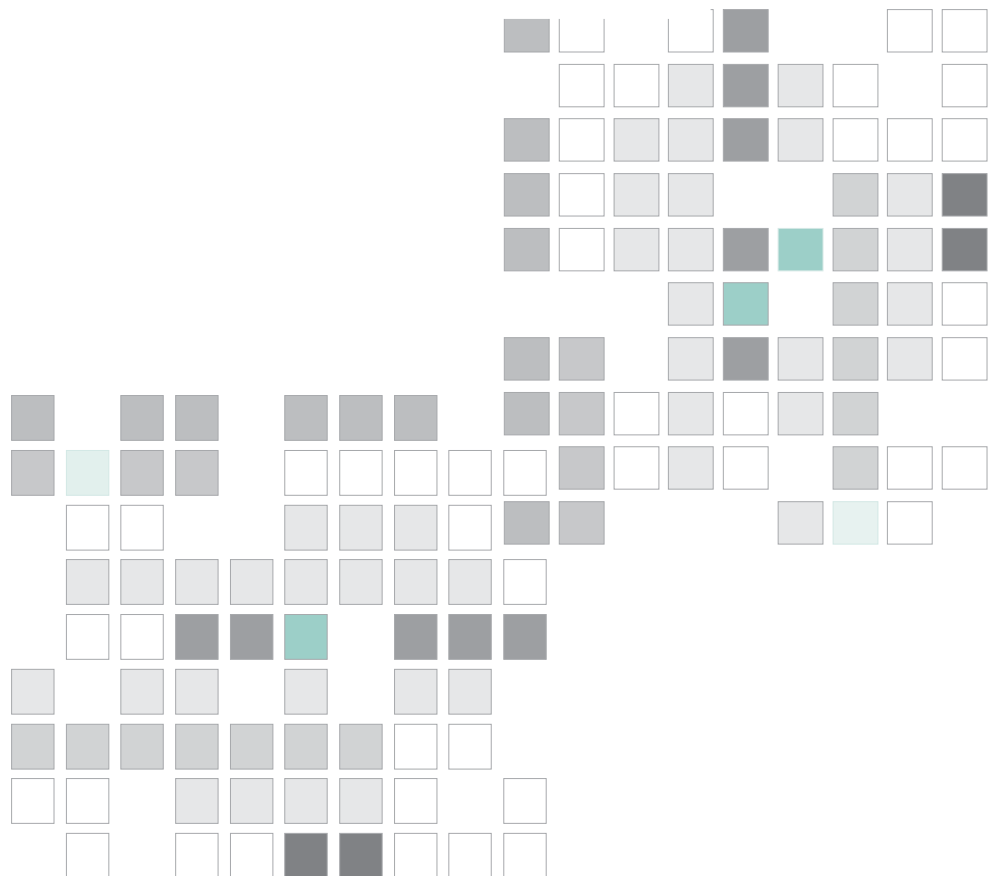


# ALAIC



ALAIC - ASOCIACIÓN LATINOAMERICANA  
DE INVESTIGADORES DE LA COMUNICACIÓN

CUERPO DIRECTIVO (2012-2014)

**Presidente**

César Ricardo Siqueira Bolaño (Brasil)

**Vice Presidente**

Délia Covi Druetta (México)

**Director Científico**

Gustavo Cimadevilla (Argentina)

**Director Administrativo**

Fernando Oliveira Paulino (Brasil)

**Director de Comunicaciones**

Carlos Mauricio Arroyo Gonçalves (Bolivia)

**Director de Relaciones Internacionales**

Eliseo Colón Zayas (Puerto Rico)

**Consejo fiscal**

Anibal Orué Pozo (Paraguay)

Lucía Castellón (Chile)

Maria Isabel Neuman (Venezuela)

**Consejo consultivo**

Ángel Páez (Venezuela)

Carlos Del Valle (Chile)

Enrique Sanchez Ruiz (México)

Erick Torrico (Bolivia)

Fernando Checa (Ecuador)

Gabriel Kaplún (Uruguay)

José Marques de Melo (Brasil)

Pablo Escandón (Ecuador)

GRUPOS DE TRABAJO

■ **GT1 - Comunicación Intercultural y Folkcomunicación**

Coordinadora: Betania Maciel. UFRPE, Brasil

✉ betaniamaciel@gmail.com

■ **GT2 - Comunicación Organizacional y Relaciones Públicas**

Coordinadora: Cleusa Maria Andrade Scroferneker

PUCRS, Brasil

✉ scrofer@pucrs.br

■ **GT3 - Comunicación Política y Medios**

Coordinador: Andrés Cañizález. UCAB, Venezuela

✉ acanizalez@yahoo.com

■ **GT4 - Comunicación y Educación**

Coordinadora: Luz María Garay. UPN, México

✉ marilugaraycruz@yahoo.com.mx

■ **GT5 - Comunicación y Salud**

Coordinadora: Inesita Soares de Araujo. Fiocruz, Brasil

✉ inesita@icict.fiocruz.br

■ **GT6 - Economía Política de las Comunicaciones**

Coordinador: Ancizar Narvaez. UPN, Colombia

✉ ancizar.narvaez@gmail.com

■ **GT7 - Estudios de Recepción**

Coordinadora: Veneza Ronsini. UFSM, Brasil

✉ venezar@gmail.com

■ **GT8 - Comunicación Popular, Comunitaria y Ciudadanía**

Coordinadora: Esmeralda Villegas Uribe. UA Bucaramanga, Colombia

✉ evillegas2@hotmail.com

■ **GT9 - Teoría y Metodología de la Investigación en Comunicación**

Coordinador: Raúl Fuentes Navarro. ITESO, México

✉ raul@iteso.mx

■ **GT10 - Comunicación, Tecnología y Desarrollo**

Coordinador: Eduardo Villanueva. PUCP, Perú

✉ evillan@pucp.pe

■ **GT11 - Comunicación y Estudios Socioculturales**

Coordinador: Alfredo Alfonso. UNQ-UNLP, Argentina

✉ aalfonso@unq.edu.ar

■ **GT12 - Comunicación para el Cambio Social**

Coordinador: Alfonso Gumucio – Dagron

✉ alaic.gt.ccs@gmail.com

■ **GT13 - Comunicación Publicitaria**

Coordinador: Carola García Calderón. UNAM, México

✉ carolinacreel@hotmail.com

■ **GT14 - Discurso y Comunicación**

Coordinador: João Batista Freitas Cardoso. USCS, Brasil

✉ jbfcardoso@uol.com.br

■ **GT15 - Comunicación y Ciudad**

Coordinadora: Alejandra García. UNJU, Argentina

✉ alegarciavargas@gmail.com

■ **GT16 - Estudios sobre Periodismo**

Coordinadora: Ana Carolina Rocha Pessoa Temer.

UFG, Brasil

✉ anacarolina.temer@gmail.com



REVISTA LATINOAMERICANA DE  
CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

REVISTA LATINOAMERICANA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN  
ANO IX - NÚMERO 16 • ENERO A JUNIO 2012 • ISSN 1807-3026

LA REVISTA LATINOAMERICANA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN ES EDITADA POR LA ALAIC - ASOCIACIÓN LATINOAMERICANA DE INVESTIGADORES DE LA COMUNICACIÓN. SE TRATA DE UN PERIÓDICO CIENTÍFICO SEMESTRAL, DE ALCANCE INTERNACIONAL, QUE TIENE COMO OBJETIVO PRINCIPAL PROMOVER LA DIFUSIÓN, DEMOCRATIZACIÓN Y EL FORTALECIMIENTO DE LA ESCUELA DEL PENSAMIENTO COMUNICACIONAL LATINOAMERICANO. VISA, TAMBIÉN, AMPLIAR EL DIÁLOGO CON LA COMUNIDAD ACADÉMICA MUNDIAL Y CONTRIBUIR PARA EL DESARROLLO INTEGRAL DE LA SOCIEDAD EN EL CONTINENTE.

EDITORA: MARGARIDA M. KROHLING KUNSCH (BRASIL)  
EDITORES ADJUNTOS: ALFREDO ALFONSO (ARGENTINA)  
CARLOS M. ARROYO GONÇALVES (BOLIVIA)

COMITÉ EDITORIAL E EJECUTIVO: JORGE VILLENA MEDRANO (BRASIL)  
PEDRO ULSEN (BRASIL)  
PEROLAH CARATTA (BRASIL)

CONSEJO EDITORIAL

|                                         |                                       |                                             |
|-----------------------------------------|---------------------------------------|---------------------------------------------|
| Antonio Fidalgo (Portugal)              | Gustavo Cimadevilla (Argentina)       | Maria Immacolata Vassallo de Lopes (Brasil) |
| Antonio Pasquali (Venezuela)            | Héctor Schmucler (Argentina)          | Martín Becerra (Argentina)                  |
| Armand Mattelart (Francia)              | Helena Sousa (Portugal)               | Migdalia Pineda de Alcázar (Venezuela)      |
| Bernard Miège (Francia)                 | Isabel Ferin (Portugal)               | Miquel de Moragas (España)                  |
| Bernardo Nosty (España)                 | James Lull (Estados Unidos)           | Moisés de Lemos Martins (Portugal)          |
| Cesar Ricardo Siqueira Bolaño (Brasil)  | Jesús Martín-Barbero (Colombia)       | Muniz Sodré (Brasil)                        |
| Cicilia Maria Krohling Peruzzo (Brasil) | João José Azevedo Curvello (Brasil)   | Nancy Díaz Larrañaga (Argentina)            |
| Delia Covi Druetta (México)             | Joaquim Mateus Paulo Serra (Portugal) | Octavio Islas Carmona (México)              |
| Doris Fagundes Haussen (Brasil)         | John Downing (Estados Unidos)         | Pedro Gilberto Gomes (Brasil)               |
| Eliseo Colón (Puerto Rico)              | José Marques de Melo (Brasil)         | Rafael Alberto Perez (España)               |
| Eneus Trindade (Brasil)                 | Juan Gargurevich (Perú)               | Raúl Fuentes Navarro (México)               |
| Enrique Bustamante (España)             | Kaarle Nordenstren (Finlandia)        | Ruy Sardinha Lopes (Brasil)                 |
| Enrique Sánchez Ruiz (México)           | Kenton Wilkinson (Estados Unidos)     | Sérgio Bairon (Brasil)                      |
| Erick Torrico Villanueva (Bolivia)      | Lucía Castellón (Chile)               | Sonia Virgínia Moreira (Brasil)             |
| Eugênia Barrichelo (Brasil)             | Luis Ramiro Beltrán (Bolivia)         | Teresa Velázquez (España)                   |
| Francisco Sierra (España)               | Manuel Chapano (España)               | Tereza Quiróz (Perú)                        |
| Gaetan Tremblay (Canadá)                | Margarida Ledo Andión (España)        | Thomas Tufte (Dinamarca)                    |
| Giovanni Bechelloni (Italia)            | Maria del Carmen Cevallos (Ecuador)   |                                             |
| Guillermo Orozco Gómez (México)         | Maria Helena Weber (Brasil)           |                                             |

REVISIÓN

Jorge Villena Medrano (Español)  
Perolah Caratta (Inglés)  
Devani Salomão (Portugues)  
Pedro Ulsen (Portugues)

DISEÑO Y EDITORIALIZACIÓN ELECTRÓNICA

107artedesign

IMPRESIÓN

Imprensa da Fé

DIRECCIÓN

Revista Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación  
ALAIC - Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación  
Avenida Professor Lúcio Martins Rodrigues, 443, bloco 22, sala 12  
Cidade Universitária / Butantã - São Paulo - SP  
Brasil - CEP 05508-900  
Tel./Fax: (55-11) 3091-8204  
Correo Electrónico: revistaalaic@usp.br  
Home page: www.alaic.net/revistaalaic  
ISSN on line: 2238-1694

Ficha catalográfica elaborada por el  
Serviço de Biblioteca e Documentação - ECA/USP

Revista Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación / [publicação da Associação Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación]. — Ano 9, n.16 (1º sem. 2012). — São Paulo: ALAIC, 2012-176p ; 28cm

Semestral  
ISSN 1807-3026

1. Comunicação 2. Comunicação - América Latina 3. Comunicação - Pesquisa 4. Meios de comunicação - América Latina I. Associação Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación.

CDD - 21 ed. - 302.2 302.2098

## EDITORIAL ..... 7

## ARTÍCULOS ..... 11

REFLEXIVIDAD Y RELACIONISMO COMO CUESTIONES EPISTEMOLÓGICAS EN LA INVESTIGACIÓN EMPÍRICA EN COMUNICACIÓN.

Maria Immacolata Vassallo de Lopes 12

EM BUSCA DE UM CONCEITO DE COMUNICAÇÃO

Paulo Celso Silva e Miriam Carlos Silva 26

REFLEXÕES SOBRE A FORMAÇÃO METODOLÓGICA NA ORIENTAÇÃO DE PROJETOS DE PESQUISA EM COMUNICAÇÃO

Jiani Adriana Bonin 36

IDENTIDADES BRASILEIRAS NAS HISTÓRIAS EM QUADRINHOS

Geisa Fernandes D'Oliveira 46

LA CIUDAD, ESPACIO DE EDUCOMUNICACIÓN Y PARTICIPACIÓN DE LA CIUDADANÍA ALFABETIZADA

Mari Carmen e Jose Ignacio Aguaded 54

BREVE HISTORIA DE LA TELEVISIÓN REGIONAL EN COLOMBIA

Diego García Ramírez 64

COMUNICAÇÃO ORGANIZACIONAL: MOBILIZANDO A MEMÓRIA PARA A PRÁTICA DA ESTRATÉGIA

Victor Márcio Laus Reis Gomes e Renata Andreoni 74

## ENTREVISTA ..... 84

**Entrevista con Raúl Fuentes Navarro**

INERCIA Y PARADOJAS EN EL CAMPO DE ESTUDIOS DE LA COMUNICACIÓN O SOBRE LA CAPACIDAD COLECTIVA DE CUESTIONAR LOS FUNDAMENTOS SOBRE LOS QUE TRABAJAMOS.

Por: Vicente Castellanos Cerda

## RESEÑAS ..... 95

## ESTUDIOS ..... 98

PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO E INFORMAÇÃO DA UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL

Miriam de Souza Rossini

## COMUNICACIONES CIENTÍFICAS ..... 107

HACIA LA PRODUCCIÓN DE CONTENIDOS AUDIOVISUALES PARA LA TDT EN ARGENTINA

Cecilia Labate y Ornela Carboni 108

LOS USOS DE LOS OTROS COMO CATEGORÍA EMERGENTE EN EL PROCESO DE APROPIACIÓN DE INTERNET

Pedro Reyes Garcia 118

ADMIRABLE COPIA NUEVA: LA REINVENCIÓN DE LA INFORMALIDAD A PARTIR DE LA PIRATERÍA CONTEMPORÁNEA

Carla Gavilan Carvalho y Ludmila Brandão 128

SOCIAL INCLUSION IN A CEREBRAL PALSY THEMATIC NETWORK: ANALYSIS OF A COLLECTIVE BLOG

Regina de Oliveira Heidrich y Sandra Portella Montardo 138

INVESTIGACIÓN LATINOAMERICANA EN COMUNICACIÓN. ESTUDIO BIBLIOMÉTRICO DE REVISTAS CIENTÍFICAS

Antonio Castillo Esparcia, Ana Almansa Martínez y Alejandro Álvarez Nobell 148

MEDIAÇÃO DO COMUNICADOR ORGANIZACIONAL COM COMUNIDADES: EXERCÍCIO PROFISSIONAL SOB UM OLHAR AMPLIADO

Fabíia Pereira Lima, Ivone de Lourdes Oliveira y Luisa Silva Monteiro 160

## NORMAS ..... 170

# Revista Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación

## Sistema de avaliação dos trabalhos:

A comissão editorial e executiva deste periódico promove chamadas de trabalhos para cada um dos números da revista e as contribuições recebidas participam de um processo de avaliação idôneo. Primeiramente, a editora e a comissão editorial verificam se os textos cumprem com os critérios formais, conforme as normas do periódico. Ao serem aprovados nesta primeira etapa, os trabalhos, sem identificação de autoria, são avaliados por dois membros do Conselho Editorial, no mínimo.

Esta edição 16 da Revista Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación registra contribuições de estudos recentes realizados pelos autores que contemplam temas contemporâneos do campo das ciências da comunicação, sob várias vertentes temáticas.

A entrevista deste número foi feita por Vicente Castellanos Cerda, professor da Universidad Autónoma Metropolitana do México, com Raúl Fuentes, professor-investigador do Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente (ITESO, Universidad Jesuita de Guadalajara) e da Universidad de Guadalajara, ex-vice presidente da ALAIC e participante ativo de sua reconstituição em 1989. Muitos são os temas explorados nesse profícuo encontro entre ambos. Conhecedor, por décadas, do surgimento, da evolução e do desenvolvimento do campo acadêmico-científico da Comunicação no México e na América Latina, Raúl Fuentes, dentre muitas outras abordagens, analisa criticamente os avanços, as conquistas e os muitos impasses enfrentados pelos pesquisadores na construção teórica do campo comunicacional. Avalia também que os cursos de pós-graduação em Comunicação não estão formando profissionais para atuar nas indústrias das comunicações e estão desconectados com o mercado profissional.

A seção de artigos científicos é iniciada com a contribuição de Maria Immacolata Vassallo de Lopes, professora titular da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo (ECA-USP). Com “Reflexividad y relacionismo como cuestiones epistemológicas en la investigación empírica en comunicación”, ela analisa a pesquisa empírica e a construção do campo científico da Comunicação sob as perspectivas de Bachelard e Bourdieu.

Os professores Paulo Celso Silva e Miriam Carlos Silva, da Universidade de Sorocaba (Uniso), no texto “Em busca de um conceito de comunicação”, oferecem uma reflexão sobre a comunicação a partir de referências como o metáforo de Ciro Marcondes Filho Filho, a artificialidade da comunicação de Vilém Flusser e os fluxos de Michel Serres. Os autores sugerem que a comunicação é um evento transformador, único, irrepetível, no qual entra em jogo também a inserção da subjetividade e da intuição.

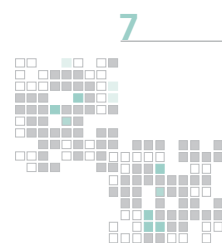
“Reflexões sobre a formação metodológica na orientação de projetos de pesquisa em comunicação”, de Jiani Adriana Bonin, professora da Universidade do Vale do Rio dos Sinos (Unisinos), aborda os processos de orientação de projetos de pesquisa em comunicação a partir de uma reflexão a respeito da formação do pesquisador e do seu domínio da dimensão metodológica.

Geisa Fernandes D'Oliveira, membro do Observatório de Histórias em Quadrinhos da ECA-USP, em “Identidades brasileiras nas histórias em quadrinhos”, trata do processo de construção de uma crítica apropriada desse gênero e de buscas por histórias tipicamente brasileiras.

Os professores espanhóis Mari Carmen Compostela e José Ignacio, com o artigo “La ciudad, espacio de educamunicación y participación de la ciudadanía alfabetizada”, consideram que a sociedade de tecnologias do conhecimento e a globalização requerem um conjunto de cidadãos alfabetizados hábeis para emitir juízos críticos, discutir, participar e contribuir para a promoção da comunicação e das relações entre os indivíduos.

Em “Breve historia de la televisión regional en colombia”, Diego Garcia Ramírez, da Universidad de Antioquia (Colômbia), analisa que a indústria televisiva colombiana, desde suas origens em 1954, tem sido marcada por um caráter centralista, com produção de imagens reduzidas da diversidade nacional.

Victor Márcio Laus Reis Gomes e Renata Andreoni, da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (PUC-RS), com o artigo “Comunicação organizacional: mobilizando a memória para a prática da estratégia”, fazem uma reflexão teórica a respeito da mobilização da



memória para a prática da estratégia no contexto da comunicação nas e das organizações. A memória é vista como suporte, contexto e elemento constituinte da prática da estratégia e a comunicação organizacional é compreendida como um ambiente para a criação de laços identitários.

A seção de “Comunicações científicas”, como em todas as edições anteriores deste periódico, reproduz pesquisas empíricas realizadas por estudiosos de vários países. O primeiro texto é “Hacia la producción de contenidos audiovisuales para la TDT en Argentina”, de Cecilia Labate e Ornela Carboni, da Universidad de Buenos Aires e da Universidad Nacional de Quilmes (Argentina). O foco do estudo é sobre a implementação da Televisão Digital Terrestre (TDT), avaliada como uma mudança técnica, mas também como meio de democratização das comunicações ao ampliar a quantidade dos sinais disponíveis no universo analógico.

Pedro Reyes Garcia, mestre e doutor em comunicação pela Universidade de Montreal, em “Los usos de *los otros* como categoría emergente en el proceso de apropiación de internet”, apresenta os resultados de um estudo sobre a apropriação da internet nos centros de acesso comunitário no Chile.

“Admirable copia nueva: la reinención de la informalidad a partir de la piratería contemporánea”, de Carla Gavilan Carvalho e Ludmila Brandão, da Universidade Federal de Mato Grosso (UFMT), analisam o impacto dos avanços tecnológicos na produção de mercadorias piratas no comércio informal. O texto desenvolve-se a partir de uma análise comparativa para tratar de marcas luxuosas, sendo a principal mercadoria pesquisada as bolsas femininas de grifes famosas, levadas de São Paulo para comércio em Cuiabá (MT).

Regina de Oliveira Heidrich e Sandra Portella Montardo, docentes na Universidade Feevale, abordam, em “Social inclusion in a cerebral palsy thematic network: analysis of a collective blog”, uma rede temática sobre paralisia cerebral em um *blog* coletivo. O objetivo é identificar o processos de inclusão social por meio de interações *on-line*.

Antonio Castillo Esparcia, Ana Almansa Martínez e Alejandro Álvarez Nobell, da Universidade de Málaga (Espanha), em “Pesquisa latinoamericana em comunicação: estudo bibliométrico de revistas científicas”, analisam os principais periódicos de Comunicação da América Latina, Espanha e Portugal a partir de uma série de publicações tendo como base os indicadores do sistema Latindex.

“Mediação do comunicador organizacional com comunidades: exercício profissional sob um olhar ampliado” é a contribuição das professoras Fabia Pereira Lima, da Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG), Ivone de Lourdes Oliveira e Luisa Silva Monteiro, da Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais (PUC-Minas). O artigo reflete sobre a mediação do profissional de comunicação nas organizações, quando este atua com comunidades.

Na seção de “Estudios”, nesta edição, registramos o Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Informação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS). Miriam de Souza Rossini, coordenadora do programa, apresenta dados gerais e específicos, destacando que, no âmbito dos programas hoje existentes no Brasil, ele é pioneiro em integrar os dois grandes campos das Ciências Sociais Aplicadas – Comunicação e a Informação.

Este número 16 da *Revista Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación* oferece aos leitores uma seleção criteriosa de textos científicos de pesquisadores da América Latina e da Europa. A proposta é manter o alinhamento com a missão da Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación e impulsionar o desenvolvimento do campo da comunicação e difundir a produção científica que vem sendo gerada.

Registramos um agradecimento a todos aqueles que contribuíram para a produção de mais esta edição da Revista da ALAIC – autores, membros do Conselho Editorial, pareceristas e a equipe de logística e produção editorial –, sem os quais não seria possível a manutenção desta publicação. Um reconhecimento muito especial à empresa Natura pelo patrocínio oferecido.

Margarida Maria Krohling Kunsch  
Editora



La edición 16 de la Revista Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación presenta contribuciones de estudios recientes realizados por los autores que contemplan temas contemporáneos del campo de las ciencias de la comunicación, a partir de varias vertientes temáticas.

La entrevista de este número fue realizada por Vicente Castellanos Cerda, profesor de la Universidad Autónoma Metropolitana de México, con Raúl Fuentes, profesor-investigador del Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente (ITESO, Universidad Jesuita de Guadalajara) y de la Universidad de Guadalajara, ex-vicepresidente de la ALAIC y participante activo en su reconstitución en 1989. Muchos son los temas explorados en ese proficuo encuentro entre ambos. Conocedor, por décadas, del surgimiento, de la evolución y del desenvolvimiento del campo académico-científico de la Comunicación en México y en América Latina, Raúl Fuentes, entre muchas otras abordajes, analiza críticamente los avances, las conquistas y los muchos impases enfrentados por los investigadores en la construcción teórica del campo comunicacional. Evalúa también que los cursos de posgrado en Comunicación no están formando profesionales para actuar en las industrias de comunicaciones y están desconectados con el mercado profesional.

La sección de artículos científicos es iniciada con la contribución de Maria Immacolata Vasallo de Lopes, profesora titular de la Escuela de Comunicaciones y Artes de la Universidad de São Paulo (ECA-USP). Con “Reflexividad y relacionismo como cuestiones epistemológicas en la investigación empírica en comunicación”, ella analiza la investigación empírica y la construcción del campo científico de la Comunicación sobre las perspectivas de Bachelard y Bourdieu.

Los profesores Paulo Celso Silva y Miriam Carlos Silva, de la Universidad de Sorocaba (Uniso), en el texto “En busca de un concepto de comunicación”, ofrecen una reflexión sobre la comunicación a partir de referencias como el metáforo de Ciro Marcondes Filho Filho, la artificialidad de la comunicación de Vilén Fluser y los flujos de Michel Serres. Los autores sugieren que la comunicación es un evento transformador, único, irrepetible, en el cual entra en juego también la inserción de la subjetividad y de la intuición.

“Reflexiones sobre la formación metodológica en la orientación de proyectos de investigación en comunicación”, de Jiani Adriana Bonin, profesora de la Universidad del Vale do Rio dos Sinos (Unisinos), aborda los procesos de orientación de proyectos de investigación en comunicación a partir de una reflexión al respecto de la formación del investigador y de su dominio de la dimensión metodológica.

Geisa Fernandes D'Oliveira, miembro del Observatorio de Historias de Comics de la ECA-USP, en “Identidades brasileiras en las historias en comics”, trata del proceso de construcción de una crítica apropiada de ese género y de la busca por historias típicamente brasileiras.

Los profesores españoles Mari Carmen Compostela y José Ignacio, con el artículo “La ciudad, espacio de educocomunicación y participación de la ciudadanía alfabetizada”, consideran que la sociedad de tecnologías del conocimiento y la globalización requieren un conjunto de ciudadanos alfabetizados hábiles para emitir juicios críticos, discutir, participar y contribuir para la promoción de la comunicación y de las relaciones entre los individuos.

En “Breve historia de la televisión regional en Colombia”, Diego García Ramírez, de la Universidad de Antioquia (Colombia), analiza que la industria televisiva colombiana, desde sus orígenes en 1954, han sido marcada por un carácter centralista, con producción de imágenes reducidas de la diversidad nacional.



Victor Márcio Laus Reis Gomes y Renata Andreoni, de la Pontificia Universidad Católica de Rio Grande do Sul (PUC-RS), con el artículo “Comunicación organizacional: movilizand o la memoria para la práctica de la estrategia”, hacen una reflexión teórica al respecto de la movilización de la memoria para la práctica de la estrategia en el contexto de la comunicación en las y de las organizaciones. La memoria es vista como soporte, contexto y elemento constituyente de la práctica de la estrategia y la comunicación organizacional es comprendida como un ambiente para la creación de lazos de identidad.

La sección de “Comunicaciones científicas”, como en todas las ediciones anteriores de este periódico, reproduce investigaciones empíricas realizadas por estudiosos de varios países. El primer texto es “Hacia la producción de contenidos audiovisuales para la TDT en Argentina”, de Cecilia Labate y Ornela Carboni, de la Universidad de Buenos Aires y de la Universidad Nacional de Quilmes (Argentina). El foco del estudio es sobre la implementación de la Televisión Digital Terrestre (TDT), evaluada como una mudanza técnica, más también como medio de democratización de las comunicaciones al ampliar la cantidad de las señales disponibles en el universo analógico.

Pedro Reyes García, magister y doctor en comunicación por la Universidad de Montreal, en “Los usos de *los otros* como categoría emergente en el proceso de apropiación de internet”, presenta los resultados de un estudio sobre la apropiación del internet en los centros de acceso comunitario en Chile.

“Admirable copia nueva: la reinención de la informalidad a partir de la piratería contemporánea”, de Carla Gavilan Carvalho y Ludmila Brandão, de la Universidad Federal de Mato Grosso (UFMT), analizan el impacto de los avances tecnológicos en la producción de mercaderías piratas en el comercio informal. El texto se desenvuelve a partir de un análisis comparativo para tratar de marcas lujosas, siendo la principal mercadería investigada las bolsas femeninas de grifes famosas, llevadas de São Paulo para el comercio en Cuiabá (MT).

Regina de Oliveira Heidrich y Sandra Portella Montardo, docentes en la Universidad Feevale, abordan, en “Social inclusion in a cerebral palsy thematic network: analysis of a collective blog”, una red temática sobre la parálisis cerebral en un *blog* colectivo. El objetivo es identificar los procesos de inclusión social por medio de interacciones *on-line*.

Antonio Castillo Esparcia, Ana Almansa Martínez y Alejandro Álvarez Nobell, de la Universidad de Málaga (España), en “Investigación latinoamericana en comunicación: estudio bibliométrico de revistas científicas”, analizan los principales periódicos de Comunicación de América Latina, España y Portugal a partir de una serie de publicaciones teniendo como base los indicadores del sistema Latindex.

“Mediación del comunicador organizacional con comunidades: ejercicio profesional sobre una perspectiva ampliada” es la contribución de las profesoras Fabia Pereira Lima, de la Universidad Federal de Minas Gerais (UFMG), Ivone de Lourdes Oliveira y Luisa Silva Monteiro, de la Pontificia Universidad Católica de Minas Gerais (PUC-Minas). El artículo reflexiona sobre la mediación del profesional de comunicación en las organizaciones, cuando éste actúa con comunidades.

En la sección de “Estudios”, en esta edición, registramos el Programa de Posgraduación en Comunicación e Información de la Universidad Federal de Rio Grande do Sul (UFRGS). Mirian de Souza Rosini, coordinadora del programa, presenta datos generales y específicos, destacando que, en el ámbito de los programas hoy existentes en el Brasil, él es pionero en integrar los dos grandes campos de las Ciencias Sociales Aplicadas – Comunicación y la Información.

Este número 16 de la *Revista Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación* ofrece a sus lectores una selección criteriosa de textos científicos de investigadores de América Latina y de Europa. La propuesta es mantener el alineamiento con la misión de la Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación e impulsar el desarrollo del campo de la comunicación y difundir la producción científica que viene siendo generada.

Registramos nuestro agradecimiento a todos aquellos que contribuyeron para la producción de más esta edición de la Revista de la ALAIC – autores, miembros del Consejo Editorial, pareceristas y al equipo de logística y producción editorial –, sin quienes no sería posible la manutención de esta publicación. Un reconocimiento muy especial a la empresa Natura por el patrocinio ofrecido.

**Margarida Maria Krohling Kunsch**  
Editora

REFLEXIVIDAD Y RELACIONISMO COMO CUESTIONES EPISTEMOLÓGICAS EN LA  
INVESTIGACIÓN EMPÍRICA EN COMUNICACIÓN

**Maria Immacolata Vassallo de Lopes 12**

EM BUSCA DE UM CONCEITO DE COMUNICAÇÃO

**Paulo Celso Silva y Míriam Carlos Silva 26**

REFLEXÕES SOBRE A FORMAÇÃO METODOLÓGICA NA ORIENTAÇÃO  
DE PROJETOS DE PESQUISA EM COMUNICAÇÃO

**Jiani Adriana Bonin 36**

IDENTIDADES BRASILEIRAS NAS HISTÓRIAS EM QUADRINHOS

**Geisa Fernandes D'Oliveira 46**

LA CIUDAD, ESPACIO DE EDUCOMUNICACIÓN Y  
PARTICIPACIÓN DE LA CIUDADANÍA ALFABETIZADA

**Mari Carmen y Jose Ignacio Aguaded 54**

BREVE HISTORIA DE LA TELEVISIÓN REGIONAL EN COLOMBIA

**Diego Garcia Ramirez 64**

COMUNICAÇÃO ORGANIZACIONAL: MOBILIZANDO A MEMÓRIA  
PARA A PRÁTICA DA ESTRATÉGIA

**Victor Márcio Laus Reis Gomes y Renata Andreoni 74**



# REFLEXIVIDAD Y RELACIONISMO COMO CUESTIONES EPISTEMOLÓGICAS EN LA INVESTIGACIÓN EMPÍRICA EN COMUNICACIÓN.

REFLEXIVIDADE E RELACIONISMO COMO QUESTÕES  
EPISTEMOLÓGICAS NA PESQUISA EMPÍRICA EM COMUNICAÇÃO

*REFLEXIVITY AND RELATIONISM AS EPISTEMOLOGICAL ISSUES IN  
EMPIRICAL RESEARCH IN COMMUNICATION*

**Maria Immacolata Vassallo de Lopes**

■ Professora titular da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo (USP). Coordenadora do Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da USP. Coordena o Centro de Estudos de Telenovela da USP e o Centro de Estudos do Campo da Comunicação da USP. Criadora e coordenadora da rede de pesquisa internacional OBITEL-Observatório Ibero-Americano da Ficção Televisiva e da rede de pesquisa OBITEL-Brasil. Foi representante da área de Comunicação no CNPq (2004-2007). Membro do Conselho Curador da INTERCOM como ex-presidente da entidade. Presidente da IBERCOM - Associação Ibero-Americana de Comunicação (2012-2015). Diretora de MATRIZES, Revista do Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da USP.

■ E-mail: [immaco@usp.br](mailto:immaco@usp.br)



## RESUMEN

La investigación empírica en Comunicación es tomada como objeto de análisis con el fin de traer al interior de la práctica de la investigación dos cuestiones epistemológicas: la reflexividad y el relacionismo. Para ello, se desarrollan las propuestas de Bachelard y Bourdieu sobre la epistemología histórica y operativa, y sobre el campo científico, para la construcción del conocimiento social. En cuanto práctica epistémica, se analiza la reflexividad en las operaciones de ruptura y de construcción del objeto científico y en las relaciones triádicas entre sujeto, objeto y conocimiento. En cuanto práctica social, se utiliza la noción de reflexividad para abordar el trabajo de campo como situación social de comunicación y categoría de análisis. El artículo concluye reafirmando que toda investigación debe responder a dos tipos de validaciones –la interna y la externa– de las cuales se derivan el capital epistemológico de un campo científico y el uso de su conocimiento por la sociedad.

**PALABRAS CLAVE:** REFLEXIVIDAD; RELACIONISMO; INVESTIGACIÓN EMPÍRICA.

## RESUMO

A pesquisa empírica em Comunicação é tomada como objeto de análise com o fim de trazer para o interior da prática de pesquisa duas questões epistemológicas: a reflexividade e o relacionismo. Para isso, discorre-se sobre as propostas de Bachelard e Bourdieu sobre a epistemologia histórica e operativa, e sobre o campo científico, para a construção do conhecimento social. Enquanto prática epistémica, analisa-se a reflexividade nas operações de ruptura e de construção do objeto científico e nas relações triadas entre sujeito, objeto e conhecimento. Enquanto prática social, utiliza-se a noção de reflexividade para abordar o trabalho de campo como situação social de comunicação e categoria de análise. O artigo conclui reafirmando que toda pesquisa deve responder a dois tipos de validações –a interna e a externa– das quais derivam-se o capital epistemológico de um campo científico e o uso de seu conhecimento pela sociedade.

**PALAVRAS-CHAVE:** REFLEXIVIDADE; RELACIONISMO; PESQUISA EMPÍRICA.

## ABSTRACT

Empirical research in Communication is taken as an object of study in order to bring two epistemological issues to the inner field of research: reflexivity and relationism. To do so, the article elaborates on Bachelard and Bourdieu's body of work about historical and operative epistemology and about the scientific field, towards the construction of social knowledge. As an epistemological practice, reflexivity is analyzed in the aspects of rupture and construction of the scientific object and the triad relationship between subject, object and knowledge. As a social practice, reflexivity is used to approach field work as a social situation of Communication and category of analysis. In conclusion, the article reaffirms that all research must answer two types of validation – internal and external – from which the epistemological capital of a scientific field and its use by society derive.

**KEYWORDS:** REFLEXIVITY; RELATIONISM; EMPIRICAL RESEARCH.

## Introducción

*En las ciencias sociales, el avance del conocimiento presupone el progreso de nuestro conocimiento sobre las condiciones del conocimiento.*

Pierre Bourdieu (1992)

Tomando como objeto de reflexión la investigación empírica en Comunicación, apuntaré algunas cuestiones de orden epistemológico y metodológico, según las concibo a partir del lugar en que se ubican, esto es, en la propia *práctica de la investigación* que es en esencia una *práctica metodológica*. La metodología de la investigación es definida como un proceso de toma de decisiones y opciones por parte del investigador que estructuran la investigación en niveles y en fases, y cuyas operaciones metodológicas se realizan en un espacio determinado, cual es el espacio epistémico<sup>1</sup>.

El punto de vista que rige estas consideraciones, por lo tanto, es metodológico *lato sensu*, esto es, interno al quehacer científico en donde ellas se confunden con la reflexión epistemológica. Dos puntos deben ser destacados de antemano. El primero es que la epistemología es asumida en la tradición bachelardiana, en el plano del desarrollo histórico de la ciencia y en el nivel operativo, del aquí y el ahora, es decir, como práctica metodológica, entendiendo que la reflexión epistemológica opera *internamente* a la práctica de la investigación. Dicho de otro modo, los principios de científicidad operan internamente a la práctica científica, una vez que la crítica epistemológica rige los criterios de *validación interna* del discurso científico, que son, a su vez, afirmados de acuerdo con los requerimientos específicos de una ciencia en un determinado momento de su desarrollo. El segundo punto es que esta

perspectiva epistemológica involucra necesariamente criterios de *validación externa* del discurso científico, apoyados en la crítica realizada por la sociología de la ciencia o del conocimiento. Como señala Bourdieu,

*“es en la sociología del conocimiento donde están los instrumentos para dar fuerza y forma a la crítica epistemológica, revelando los supuestos inconscientes y las peticiones de principio de una tradición teórica”* (1999, p. 87).

Entiendo, así, la práctica de la investigación como una práctica epistémica *sobredeterminada* por las condiciones sociales de su producción, que son las que rigen el funcionamiento del campo científico o intelectual *tout court* dentro de una sociedad en una época determinada. E, igualmente, como práctica que posee una *autonomía relativa* sustentada por una lógica interna de desarrollo y de autocontrol de operaciones metodológicas, lo que impide que ella se convierta en una mera caja de resonancia de normas externas y, por lo tanto, en discurso totalmente ideológico. Son, entonces, dos lógicas las que se insertan en la estructura de cualquier investigación: un *tiempo lógico*, regido por la epistemología y la metodología científica, y un *tiempo histórico*, regido por la sociología de la ciencia o del conocimiento<sup>2</sup>. En síntesis, la práctica de la investigación es concebida como un campo de fuerzas, sometida a determinados *flujos y exigencias internas y externas del conocimiento*.

Esta concepción de la epistemología inscrita en las prácticas de investigación conduce a que ella sea incorporada como un nivel o instancia metodológica de todo estudio. Y lleva a criticar y lamentar el desinterés por las cuestiones epistemológicas en las investigaciones empíricas en Comunicación, fruto de una deficiente formación en investigación y herejero de una razón instrumentalizada de ciencia, tal vez la misma que identifica a la Comunicación como ciencia social “aplicada” en la clasificación institucional en que sus estudios son rubricados.

1 Elaboré la noción de *práctica de la investigación* como toma de decisiones y de opciones que se expresan en niveles y fases metodológicas, y la formalicé en un modelo para la investigación empírica en Comunicación (Lopes, 1990). A partir de este modelo, fui realizando actualizaciones críticas sobre el estado de la cuestión de la investigación y del campo de la Comunicación. Ver Lopes (1999, 2003, 2007).

2 Sobre la naturaleza de esas dos temporalidades, ver Goldschmidt (1963).



## 2. Reflexividad como práctica social y práctica epistémica

Piedra angular de la epistemología, la reflexividad ha sido, desde siempre, entendida como crítica de la ciencia, ciencia de la ciencia, o metadiscurso científico. El carácter reflexivo de la práctica de la investigación es algo natural (no existe ciencia sin reflexión) y el ejercicio de la reflexividad es indispensable para crear la actitud consciente y crítica por parte del investigador respecto de las operaciones metodológicas que realiza a lo largo de la investigación. Es también el cuestionamiento constante a que debe someter la construcción, la observación y el análisis de su objeto de estudio. Esa reflexividad permanente, cultivada por parte del investigador, tiende a volverse disposición intelectual susceptible de ser internalizada y constituida en *habitus* científico<sup>3</sup>. Como pretendo sustentar y demostrar más adelante, ese *habitus* es de naturaleza híbrida, y combina relaciones de objetivación y relaciones de subjetivación del investigador en la construcción de su objeto de estudio.

Es, por lo tanto, en la intersección de las nociones de práctica de la investigación y de *habitus* intelectual que me propongo discutir aquí aspectos sobre la reflexividad, a la que considero fundante y previa a cualquier discusión sobre los obstáculos epistemológicos dentro de la investigación empírica, en general, y en Comunicación, en particular.

---

3 Según Bourdieu, “todo campo científico se presenta como un conjunto de recursos científicos heredados del pasado que existen en *estado objetivado* bajo la forma de instancias de consagración (academias, premios), publicaciones, instituciones de enseñanza, etc., y en *estado incorporado* bajo la forma de hábitos científicos, sistemas de esquemas generados de percepción, de apreciación y de acción, que son el producto de una forma específica de acción pedagógica y que posibilitan la elección de los objetos, la solución de los problemas y la evaluación de las soluciones” (1983, p.137). Queda así consignado el proceso de socialización de los estudiosos dentro de una práctica de conocimiento estructurada, a través de la cual se forma tanto el *habitus científico* como la figura del *intelectual colectivo*, esto es, el conjunto de los productores del conocimiento que afirman su autonomía de la influencia externa al campo científico. Ver también Bourdieu e Wacquant (1992).

### 2.1. El largo recorrido del concepto de reflexividad

Es notable la ausencia de trabajos actualizados sobre el concepto de reflexividad, no obstante cumplir un papel decisivo en el pensamiento occidental, como lo demuestra Domingues (2002). De uno u otro modo, este concepto siempre estuvo asociado a lo que Descartes consagró como el *cogito*, o sea, *la capacidad de la conciencia de pensarse a sí misma*. Es el papel de la razón, en general abstracta, y desvinculada de la corporalidad y de la experiencia o, por lo menos, superior y contrapuesta a ellas. En el pensamiento filosófico clásico, la reflexividad fue presentada casi como un sinónimo de razón y así fue empleada en el idealismo alemán, siguiendo los pasos de Descartes. Kant, Hegel y Husserl fueron marcos fundamentales en la evolución del pensamiento sobre la reflexividad, considerada en términos eminentemente racionalistas.

Durante el siglo XX, y a través del pragmatismo, del psicoanálisis, de Wittgenstein, al igual que de algunas corrientes fenomenológicas, buscó elaborar alternativas a dicha perspectiva, con un éxito relativo. A pesar de que ha demostrado la importancia de la “vivencia” o la “experiencia” frente a la reflexión, Husserl fue uno de los últimos grandes filósofos clásicos en retomar el concepto de reflexividad, y teorizarlo, en su acepción racionalista (y dualista). Su concepción, además, implicó una aguda separación entre sujeto y objeto, con el primero necesitando convertirse de manera absoluta y clara en el segundo para que la reflexión pudiese tener lugar. Fue así como el concepto ha sido legado a la poderosa tradición fenomenológica contemporánea, de Heidegger y Sartre.

En el campo de las ciencias sociales, la sociología reintrodujo en buena medida ese abordaje dentro de su repertorio conceptual. Schutz (1932 [1979]) abrazó decididamente esa perspectiva, incorporándola a su noción de “mundo de la vida”. Sin embargo, e influenciado fuertemente por Weber, Schutz elaboró una definición y una tipología de la acción social que reprodujo precisamente los mismos problemas que se hallan en la matriz racionalista occidental. Mead





## Cuanto más las sociedades son modernizadas, más los sujetos adquieren capacidad de reflexionar sobre las condiciones sociales de su existencia y, de ese modo, transformarlas.

(1930 [1962]), en tanto, un autor considerado al centro del pragmatismo norteamericano, avanzó en el sentido de elaborar una concepción bastante distinta de la fenomenológica, al referirse a la actitud analítica y autocontrolada del sujeto en la vida cotidiana y en tareas, por así decirlo, banales. A Mead se debe la crítica a la concepción de la experiencia que no se muestra capaz de tematizarse en su propio desarrollo y el hacer notar que espontaneidad y conciencia no serían opuestas.

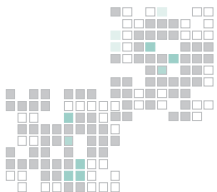
Será con Giddens (1991, 1997) y Beck (1992, 1997), sin embargo, que el concepto dará pasos importantes para superar las limitaciones de ese ángulo tradicional y estrecho. En sus trabajos sobre la *modernidad reflexiva* y la *sociedad del riesgo*, la reflexividad pasa a tener por objeto la propia condición moderna de la existencia. Según estos autores, la premisa clásica de una “teoría de la reflexividad de la modernidad” podría resumirse así: cuanto más las sociedades son modernizadas, más los sujetos adquieren capacidad de reflexionar sobre las condiciones sociales de su existencia y, de ese modo, transformarlas. No obstante, el concepto de *modernización reflexiva* introducido por ellos no implica (como lo puede sugerir el adjetivo “reflexivo”) *reflexión*, sino más bien reflexividad. Y esta refiere a la “autoconfrontación con los efectos de la sociedad del riesgo” (Beck, 1997, p.16), es decir, a los efectos colaterales sobre los cuales no tenemos control ni, con frecuencia, conocimiento.

Por lo que aquí interesa, es necesario tener en cuenta la diferencia entre los dos autores en relación a la reflexividad practicada por la ciencia y aquella practicada por las personas en la sociedad. Para Beck, la autoconfrontación como condición del hombre moderno debe ser claramente distinguida del aumento del conocimiento y de la “cientifización” en el sentido que implica una autorreflexión (así como

una crítica) acerca de la modernización de la sociedad. Por otro lado, para Giddens, la autoridad específica que la ciencia algún día disfrutó –y que se convirtió en una especie de tradición– sólo podría ser resguardada en la medida que hubiese un aislante que separara la especialización científica de los distintos modos posibles de conocer de las gentes legas. Lo que hace ese autor señalar el hecho de que los expertos no coinciden entre sí se convirtió en lugar común y, más, que la reivindicación de la legitimidad universal de la ciencia se ha vuelto en un dato mucho más cuestionado que antes (1997, p. 221).

Tras del debate que estos autores hacen acerca de la “reflexividad expandida” en la sociedad como una de las “consecuencias de la modernidad” (el ruptura de la confianza y de la tradición, progresión del riesgo y de la incertidumbre, diversidad de conocimientos), creo posible afirmar la raíz de las tensiones entre las diversas interpretaciones de la ciencia y la reivindicación de formas alternativas de conocimiento. Tales tensiones pueden ser reconocibles en la “ambivalencia de la modernidad”, hecha tanto de optimismo como de negatividad hacia el Iluminismo, según apunta Bauman (1999), y también notadas en las luchas por la hegemonía en los dominios de la ciencia ortodoxa, que caracterizan a las “estrategias de subversión” en el campo científico, como señala Bourdieu (1983).

De este modo, se puede avanzar en un concepto de reflexividad capaz de abarcar la multidimensionalidad de sus articulaciones con la vida social y con los procesos mentales y subjetivos de orden individual. La mayoría de las veces, se trata de una *reflexividad práctica* que está en la agenda, pero no por ello menos *significativamente orientada y variablemente autorreferida* y, a partir de la cual, las elecciones son hechas, los caminos son trazados y los rumbos de vida son asumidos.





La reflexividad, así, aparece como un vasto territorio, permeada por enfoques que recubren diversos y dispares contenidos, y evidenciando énfasis distintos a lo largo de la historia y de la propia contemporaneidad. Por lo tanto, se requiere una conceptualización que rompa con el racionalismo, no con el propósito de recusarlo, sino de reservarle un espacio empíricamente adecuado.

Al traer estas digresiones al ámbito del concepto de reflexividad que me interesa, es posible identificar al interior de cualquier proceso de investigación científica una *reflexividad práctica*, característica de la mayor parte de la vida cotidiana, la cual es compartida por el investigador en su entorno social. De ahí que sea posible llamarla también *reflexividad social*. E, igualmente, es posible identificar una *reflexividad epistémica* o *racionalizante*, propia de las operaciones especializadas. En consecuencia, en condiciones de reflexividad epistémica se puede asumir una postura que configura claramente una relación entre sujeto y objeto de conocimiento, condiciones que ya no implican reanudar el dualismo radical de la racionalidad cartesiana.

### 3. Reflexividad epistémica en la investigación: ruptura y construcción de conocimiento

Siguiendo a Bachelard<sup>4</sup>, las condiciones de génesis de las teorías deben ser entendidas histórica y socio-culturalmente. La perspectiva teórica adoptada en el análisis de la sociedad y la cultura es siempre un componente del propio fenómeno tomado como objeto de estudio. De ahí resulta que la reflexividad epistémica practicada durante el proceso de investigación incide y decide en los ajustes entre el sujeto y objeto de conocimiento y se puede traducir, además, en el ejercicio permanente de la vigilancia, de la crítica y de la autorreflexión sobre todos los actos de una investigación en curso.

Discutiré aquí de dos actos de reflexividad epistémica que, a mi parecer, son previos a cualquier consideración sobre los obstáculos epistemológicos dentro de la investigación empírica en Comunicación.

El primero de ellos es la ruptura epistemológica, acto de importancia capital pues vuelve conciente la distancia entre el objeto real y el objeto de la ciencia. No es propósito de este artículo ahondar en el espinoso asunto de la relación entre ciencia y conocimiento

---

4 Como afirmé antes, la concepción de epistemología aquí adoptada es marcadamente bachelardiana (Ver Bachelard, 1938 [1996]; 1949 [1977], 1951 [1975]). Dos ejes de su extensa obra interesa destacar aquí: 1) la relación de la razón científica con la empiria, o sea, con la ruptura con el sentido común; 2) la concepción de “epistemología histórica” que implica la ciencia como un hecho histórico, cultural y colectivo producido por mentes individuales. Cito algunos extractos esclarecedores:

“La fenomenología no alcanza el momento del racionalismo de los conceptos, el instante de la nueva conciencia, donde el racionalismo súbitamente niega la historia de la adquisición de las ideas para designar y organizar las ideas constitutivas. Mientras el pensamiento científico toma conciencia de esta tarea de esencial reorganización del saber, la tendencia a inscribir los datos históricos primitivos aparece como una verdadera desorganización. La toma de conciencia racionalista es, pues, nitidamente una nueva conciencia. Es una conciencia que juzga su saber y que quiere trascender el pecado original del empirismo (...) El conocimiento común ya no puede ser, en el estado actual del saber científico, más que un territorio provisorio, un territorio pedagógico para poner las cosas en marcha, para dividir en pedazos. Una doctrina de la ciencia es desde ya esencialmente una doctrina de la cultura y del trabajo, una doctrina de la transformación correlativa del hombre y de las cosas” (1975, p.9).

“El vínculo indisoluble entre el ‘espíritu trabajador y la materia trabajada’ presente en el materialismo racional y en el racionalismo aplicado, exige el abandono de las tradiciones filosóficas cimentadas en el realismo ingenuo, que remite el pensamiento sólo al mundo sensible, fortaleciendo la creencia de que el conocimiento científico es copia fiel del que se presenta al investigador. En contrapartida, la ciencia de hoy es facticia, rompe con la naturaleza para construir la técnica. Construye una realidad, esculpe la materia, otorga finalidad a las cosas dispersas” (1975, p.10).

“(...) el espíritu científico debe necesariamente psicoanalizar el pensamiento íntimo, cargado de individualidad, responsable por condicionar el trabajo de reconstrucción y reorganización racional. La inspiración que proviene de los valores de la imaginación, por lo tanto esencialmente individual, puede acumular grandes efectos de entusiasmo que apartan a la ciencia de la objetividad” (1975, p.11). Luego, la valorización del trabajo colectivo es acentuada por Bachelard, en detrimento de la investigación aislada que denuncia los falsos valores enraizados en la esfera de la individualidad, fuentes de constantes errores y obstáculos, verdaderas trabas al avance del pensamiento. Bachelard coloca de relieve el carácter social de la ciencia, resaltándola como fruto de un emprendimiento colectivo, en oposición a la imagen que acentúa la cultura científica como resultado de una actividad realizada por mentes solitarias”.



común y el tratamiento dado a la reflexividad práctica en la investigación empírica. Sin embargo, ya sea que se trate de una o más rupturas (Santos, 1989) o de la necesidad de sumergirse en el “saber local” (Geertz, 2001), y a pesar de toda la polémica epistemológica que esas cuestiones implican, me parece que, por encima de todo, es preciso criticar la “ciencia espontánea” (Bourdieu, 1997). La predisposición de tomar, como dados, objetos pre-construidos por el lenguaje común es un obstáculo epistemológico ampliamente observado en las investigaciones en Comunicación y del cual proviene el efecto de obviedad que se tiene frente a muchas de ellas. La reflexividad epistémica, en ese sentido, alerta sobre la ilusión de transparencia de lo real, fija el plano de la ciencia como un plano conceptual (que exige el trabajo *de* y *con* los conceptos) y, sobre todo, revela que el objeto no se deja aprehender fácilmente. Ya que este se rige por una complejidad constitutiva que lo torna opaco y que exige operaciones intelectuales propiamente epistemológicas y teóricas para su explicación.

El segundo acto de reflexividad epistémica incide sobre la construcción del objeto de estudio. El objeto es un sistema de relaciones expresamente construido, pues el objeto no es dado sino que se construye. Es construido por el investigador a través de un largo proceso de *objetivación* que atraviesa todas las etapas: desde la elección del problema de investigación, su recorte y estructuración, pasando por los procedimientos técnicos de recolección de los datos, hasta llegar a su explicación o teorización.

La objetivación es definida como pensamiento autorreferencial que hace explícito lo que las teorías, los métodos y las técnicas utilizadas en la investigación conquistan, construyen y constatan respecto del objeto de estudio. Se tiene así la base epistemológica de elaboración del objeto empírico y del objeto teórico de investigación, la cual permite someter a una interrogación sistemática los aspectos de la realidad puestos en relación por un conjunto de problemas teóricos y prácticos que demandan conocimiento. Los presupuestos o las respuestas anticipadas a esas

cuestiones constituyen el cuerpo de hipótesis de la investigación que, a su vez, deben estar articuladas conceptualmente a la problemática teórica.

Considerando que los aspectos o hechos de la realidad no son dados, su obtención mediante técnicas de investigación implica necesariamente supuestos teóricos. La crítica epistemológica de las técnicas, por lo tanto, debe ser realizada en la propia construcción del objeto, rompiendo así con la visión tradicional de la “neutralidad valorativa” (Weber) de las técnicas y asumiéndolas como lo que son, esto es, *teorías en acto*, conforme lo trataré más adelante.

Como se puede ver, el nivel o la dimensión epistemológica en la práctica de investigación no es algo abstracto, sino que se traduce en operaciones de vigilancia sobre el conocimiento que se está produciendo. En otras palabras, la reflexividad epistémica es permanente e incide sobre todas las etapas del proceso de investigación.

#### 4. Reflexividad epistémica como objetivación de las relaciones del conocimiento en la investigación

Producto de la orientación antes señalada como *racionalista*, siempre estuvo claro para mí, como investigadora, que la objetividad del conocimiento en las ciencias humanas nunca podría ser buscada en la pretensión de no influir al objeto, pues éste es siempre construido por la razón de quien observa, ya sea través del uso de métodos y técnicas de investigación, así como por la relación social mantenida por el observador con el objeto.

Juzgo que la mejor respuesta al problema de la objetividad está en el hecho de no oponerla a la subjetividad, por considerar que los esfuerzos de teorización y conceptualización del lenguaje científico y de validación de las hipótesis construidas son un proceso continuo de *objetivación de la subjetividad*. Este esfuerzo de objetivación, como proceso y no como definición estática, tiende a asumir la forma de proyecto de una ciencia de la ciencia, como por ejemplo, lo es para Morin (1994) y Bourdieu (1992).

Sin embargo, también puede ser concretado, como aquí intento mostrar, dentro de una perspectiva de *reflexividad epistémica*, en la que el *habitus* y las prácticas científicas toman como proceso de “validación interna”<sup>5</sup> de una ciencia a la teorización del propio acto de observación, explicitando las condiciones y las interacciones sociales presentes en una determinada investigación empírica.

Una forma de reflexionar epistemológicamente sobre el proceso de observación es ser capaz de entender y comunicar la diferencia cultural entre el sujeto y el objeto de investigación (Thiollent, 1980, p.15-133). Se trata de defender, tal como en las corrientes racionalistas, la necesidad de ejercitar el papel crítico de la ciencia que rompa con el sentido común, aunque ahora por una vía distinta a la exclusivamente teórica (y que caracteriza al teoricismo). Se trata de la ruptura epistemológica por la vía de la *experiencia del trabajo de campo*, en el que son relativizados, simultáneamente, tanto el sentido común del informante como el punto de vista científico del investigador, intentando cubrir, de este modo, todas las marcas de etnocentrismo, incluida la científica. Se sigue que la adopción de la perspectiva de la interculturalidad en el proceso investigativo tiende a disminuir las desigualdades del poder simbólico y cultural entre los especialistas y los legos. Se inicia con el supuesto de que la construcción del “investigador colectivo” que no excluye del campo científico el sentido común de los “prácticos”, no es solo un acto de voluntad negociada. Esto supone la teorización de la *relación social de investigación*, es decir, implica comprender la estructura de esa relación y saber identificar acciones alternativas que eviten la reproducción automática de las desigualdades simbólicas en el trabajo de campo, y así creando las condiciones para la intervención sobre dicha estructura de relación social (Bourdieu, 1997, p. 693-732).

Una vez que el sesgo teórico-ideológico del investigador es sometido a la ruptura epistemológica por

medio de la objetivación de la experiencia del trabajo de campo, es posible evitar obstáculos al conocimiento, comúnmente encontrados en las investigaciones empíricas en Comunicación. Entre ellos, es posible señalar: (1) el vicio teorista de presuponer la pasividad del objeto de investigación, toda vez que el investigador acaba por imponerle su propia visión de mundo, convirtiendo así la influencia sobre el objeto en una incapacidad de entender al “otro”; (2) el vicio etnocéntrico de confundir el deseo respecto a lo que la realidad *debe ser* (deseo resultante de los valores del investigador) con lo que la realidad *es*, y lle-

Una forma de reflexionar epistemológicamente sobre el proceso de observación es ser capaz de entender y comunicar la diferencia cultural entre el sujeto y el objeto de investigación.

vando a sobrevalorar el peso e importancia tanto de las conductas sociales críticas como las no-críticas.

Más concretamente, pienso que, en la práctica de la investigación, la perspectiva de relativizar el sesgo teórico-ideológico permitiría superar el teoricismo racionalista, en la medida que la actividad epistemológica de construcción del objeto de estudio sea condicionada a las siguientes orientaciones: (1) los modelos de análisis (los constructos teóricos-empíricos-hipotéticos) no pueden resultar sólo de una problematización teórica previa, sino que deben ser reelaborados cuando nos encontramos “en campo”, es decir, cuando establecemos comunicación con el objeto y nos confrontamos con la “diferencia”; (2) las construcciones teórico-interpretativas, dependientes de un trabajo de conceptualización científica, no pueden oponerse a las construcciones interpretativas comunes de los actores sociales, pues estas (las construcciones simbólicas “locales”) funcionan como indicadores de postulados teóricos más abstractos que pueden permitir comparar y sistematizar conocimientos sobre diferentes contextos sociales.

5 Conforme referí en la p. 2.



Dado este marco, se crean las condiciones para que las teorías sociales estén próximas no sólo a los investigadores, sin limitarse únicamente a las construcciones simbólicas de los actores sociales, sino también a la ya referida capacidad de *reflexividad práctica o social* de los actores sociales comunes. Puesto que se admite ser posible que estos decidan incorporar interpretaciones científicas por ser adecuadas y plausibles de cara a la conciencia práctica que tienen sobre sus contextos vivenciales. Esta adecuación y plausibilidad contribuiría a que los actores sociales comunes integren los productos de conocimiento científico a su visión de mundo, trascendiendo las limitaciones de los saberes contruidos cotidianamente (Giddens, 1989).

Debe recordarse que una fuerte crítica a la normatividad del método está en introyectar la *relación social de investigación* en una perspectiva que permita al investigador objetivar y comprender las condiciones sociales de observación/indagación de lo social.

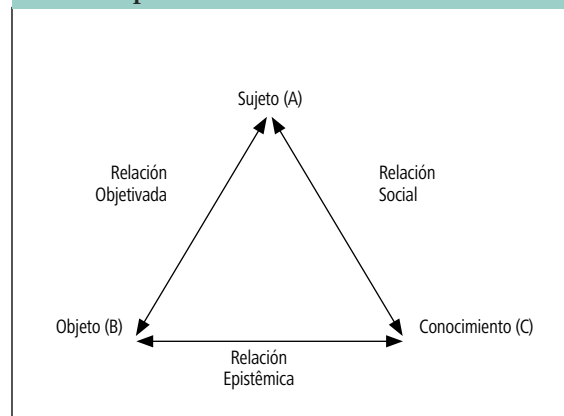
#### 4.1. Reflexividad y relaciones de conocimiento

Las prácticas reflexivas que discutí antes enfatizan específicamente la relación entre el Sujeto (investigador) y el Objeto (investigado) en la investigación, mientras que los abordajes epistemológicos tradicionales restringen su foco a la relación epistémica entre el Objeto y el Conocimiento. Por el contrario, aquí se adopta la reflexividad epistémica “aggiornata” a las condiciones de conocimiento de la contemporaneidad y toma la objetivación de la relación objetivada del sujeto y el objeto como principal interés de análisis.

Esta posición encuentra eco en trabajos como los de Bourdieu (1992, 1995), los cuales defienden que la “objetivación de la relación objetivada” del sujeto y el objeto es la condición epistemológica del conocimiento científico social. Una forma de aclarar esa contribución de Bourdieu para la epistemología de la ciencia social y, por ende, de la Comunicación, es concebir los requerimientos del conocimiento como tres relaciones interconectadas, aunque analíticamente distinguibles: la relación social entre el sujeto

(colectivo) y el conocimiento (campo); la relación epistémica entre el conocimiento (campo) y el objeto (estudio); y la relación objetivada entre el sujeto

**Figura 1 - Tres relaciones de conocimiento en la producción de la ciencia social**



(colectivo) y el objeto (estudio). Como lo muestra en la figura 1<sup>6</sup>.

Esta figura representa el conocimiento en la perspectiva del *relacionismo* propuesta por Bourdieu. Las posiciones ocupadas en el campo por A, B y C están relacionadas entre sí. La principal innovación del autor es colocar el énfasis en la objetivación de las relaciones de conocimiento. O, en sus propios términos, “la reflexividad epistémica deber ser epistemológica, colectiva y fundamentalmente anti-narcisista” (Bourdieu e Wacquant, 1992, p.72)<sup>7</sup>. En segundo lugar, el análisis de las relaciones colectivas objetivadas es, para Bourdieu, un emprendimiento colectivo conducido por el campo científico como un todo. No se trata únicamente de una práctica individual de investigación, sino también de la inclusión de una teoría de la práctica intelectual como componente integral y condición necesaria para una teoría crítica del conocimiento. Por lo tanto, ambos - sujeto y objeto de conocimiento - son más bien figuras colecti-

<sup>6</sup> Inspirada por la lectura de Maton (2000).

<sup>7</sup> La reflexividad individualista comprende la auto-reflexión crítica sobre la historia del autor, su posición social y sus prácticas en el campo científico. La reflexión autobiográfica está incluida en la investigación, a condición de no usurpar el objeto de estudio en beneficio del autor quien, al incurrir en ello, correría el riesgo de convertirse a sí mismo en el objeto de estudio.



vas (del campo científico como un todo) antes que individuos. Ese análisis, reflexivo y colectivo, de las relaciones colectivas objetivadas, según Bourdieu, es el que provee la base epistemológica para el conocimiento científico social.

Como se sabe, el conocimiento es sometido a los procesos de autoridad y de reconocimiento por otros investigadores del campo y resulta en su socialización y referenciación. Es lo que, en analogía con otros conceptos de capital de Bourdieu, podría ser llamado de *capital epistemológico* de un campo científico. Un capital que es resultado del papel de las instituciones del campo (revistas, comités, titulaciones), y de la búsqueda no sólo de recursos y estatus, sino *también* de ganancias epistémicas que redunden en su autonomía interna. Las formaciones epistémicas en toda ciencia han sido el resultado de las atenciones/respuestas de un campo a las exigencias propias del conocimiento y de los *habitus* intelectuales moldeados por el mismo. El desarrollo de un campo científico es siempre, entonces, el resultado de la doble combinación de intereses sociales y intereses cognitivos en la acumulación tanto de capital simbólico como de capital epistémico.

#### 4.2. Reflexividad sobre el trabajo de campo como una situación de comunicación y categoría de análisis

Para cerrar el foco en el análisis más concreto de la reflexividad, dedicaré la última parte de este artículo a la experiencia empírica del campo.

Considero al trabajo de campo como un elemento fundante de la investigación empírica. Se trata de una experiencia insustituible para el investigador, aquello que “sólo se aprende haciendo”, cuando él entra en interacción con los fenómenos en estudio en sus contextos naturales. Sin embargo, y a pesar de la importancia otorgada por las ciencias humanas al estudio empírico de los fenómenos sociales, es decir, sometidos a su observación en situaciones naturales de ocurrencia (*in situ*), creo que es necesario *desnaturalizar* el trabajo de campo. Es que la reflexividad

epistémica en el trabajo de campo se traduce en lo que llamaré esfuerzos de *desnaturalización* y de *objetivación* de las condiciones sociales en las que el sujeto y el objeto de investigación están involucrados. Me centraré en dos aspectos permanentes de esa reflexividad.

#### *Reflexión epistémica 1: Desnaturalización del trabajo de campo por medio de la crítica a la falsa neutralidad de las técnicas*

La asunción de que el objeto de la ciencia no está dado sino que se construye a través de teorías (y sus conceptos) y de métodos (y sus técnicas), requiere del investigador la más básica y, quizás por eso, más difícil disposición actitudinal (o *habitus*), cual es la permanente vigilancia epistemológica, es decir, el uso de la reflexividad epistémica aplicada al conocimiento que se está produciendo<sup>8</sup>. El frágil dominio metodológico revelado por las investigaciones empíricas en Comunicación, se refleja de inmediato en el descuido y la falta de crítica a las técnicas de investigación empleadas. La ilusión de que, tanto las técnicas como los procedimientos para la recolección de datos son epistemológicamente neutrales, conduce fácilmente al automatismo con que son elaborados. En las investigaciones no se busca una teoría del cuestionario<sup>9</sup>, por ejemplo, como sí se busca una teoría de la recepción o una teoría del discurso. Sin embargo, no existe recolección de datos sin presupuestos teóricos; es decir, en la feliz expresión de Bourdieu, las técnicas son *teorías en acto*.

*La medida y los instrumentos de medición y, en general, todas las operaciones de la práctica de investigación, desde la elaboración de los cuestionarios y la codificación hasta el análisis estadístico, constituyen otras tantas teorías en acto, por cuanto son procedimientos de construcción, conscientes o*

8 Es lo que da la base al programa del racionalismo aplicado de Bachelard (1977), mediante el cual el objeto científico se conquista (ruptura con el conocimiento del sentido común), se construye (a través de marcos teóricos y estrategias metodológicas) y se constata (mediante la prueba de hipótesis).

9 Sobre la teoría del cuestionario, véase Thiollent (1980) y Bourdieu (1973 [1980]).



## Concebir el trabajo de campo compuesto de situaciones de comunicación implica asumir una posición metodológica que lo define como un campo dinámico de relaciones, en el cual se delinean diversas estrategias (...)

*inconscientes, de los hechos y de las relaciones entre ellos* (Bordieu, 1999, p. 53).

Mientras menos consciente sea la teoría implícita en determinada práctica -teoría del conocimiento del objeto o teoría del objeto- mayores serán las posibilidades de que ella sea mal controlada, y por ende, mal ajustada al objeto en su especificidad.

Al designar como metodología lo que no pasan de ser decálogos de preceptos técnicos o prácticas automatizadas, cuestión que ocurre con frecuencia, se escamotea la cuestión metodológica en sí que es la *elección* entre las técnicas de investigación (cuantitativas, cualitativas, combinadas) y su referencia al *significado epistemológico* que cargan. Casi siempre, se presentan las técnicas ya elegidas y su justificación se hace *a posteriori*, cuando los datos empíricos se han recogidos y construidos, por lo general con un bajo grado de conciencia de las dimensiones epistemológicas implicadas. Entendidas las técnicas como instrumentos neutros, naturalizados y fácilmente intercambiables, la reflexividad respecto a ellas resulta débil precisamente por involucrar operaciones técnicas, es decir, supuestamente “no valorativas”.

### **Reflexión Epistémica 2: objetivación de la relación comunicacional en el contexto de la investigación de campo<sup>10</sup>.**

El trabajo de campo es un trabajo *en* el campo de la ciencia, constituido por complejos contextos de interacción que involucran diferentes dimensiones

y aspectos, entre los cuales destaca la posición de los interlocutores puestos en comunicación. Dicha posición no es natural ni espontánea, sino que es una *relación de conocimiento*, en donde uno de los sujetos es el investigador y el otro el investigado, quienes fueron puestos en interacción por un interés objetivo de uno de ellos de conseguir información de/sobre el otro. Mientras uno es dueño de un saber especializado, el otro es dueño de un saber práctico cual es objeto de interés del uno. Para que esas posiciones en el campo -así como las expectativas individuales, las experiencias previas de los sujetos y los recursos materiales y simbólicos que median esa relación- se tornen objeto de reflexión epistémica por parte del investigador, es necesario que esta recaiga sobre el carácter situacional y dinámico de la relación de interlocución.

Concebir el trabajo de campo compuesto de *situaciones de comunicación* implica asumir una posición metodológica que lo define como un campo dinámico de relaciones, en el cual se delinean diversas estrategias discursivas y de acción por parte de los actores involucrados. Es un campo que también configura procesos de negociación, colaboración y resistencia que inciden en la recolección de los datos y en los resultados del análisis. Esto, que debería ser de comprensión básica del investigador, no lo es, pues los procesos de comunicación implicados en el trabajo de campo rara vez son referenciados y tomados como objeto de reflexión epistémica en toda su complejidad. Mi propuesta de análisis relacional del trabajo de campo está basada en una reapropiación de la categoría etnográfica de *situación social* formulada por Gluckman (1987), quien la define como un conjunto de configuraciones e interrelaciones entre diferentes grupos y elementos culturales que comportan tanto conflictos y tensiones como formas de cooperación y comunicación las que, a su vez, determinan/modifi-

<sup>10</sup> Aún cuando no exista una relación social en el trabajo de campo, es decir, cuando éste no involucre a otras personas además del investigador, las cuestiones sobre la reflexividad y la objetivación que orientan los argumentos en este punto son igualmente válidos para un trabajo de campo que, por ejemplo, tenga como universo de investigación un *corpus* de textos.







can el comportamiento y la participación individual de cada agente involucrado en el trabajo etnográfico. Así entonces, cada situación social conforma un patrón de interdependencia, integrado y conflictivo al mismo tiempo, en el que intervienen tres elementos a lo menos: un conjunto limitado de actores sociales, las acciones y comportamiento de esos actores y un evento (o una serie de eventos) que referencia la situación social a un momento determinado. Estas formulaciones, retomadas y aplicadas al análisis de las condiciones de producción de los datos empíricos, permiten definir el trabajo de campo como una “situación social”.

De este modo, los elementos textuales y contextuales del trabajo de campo adquieren particular importancia para la reflexión sobre las condiciones de producción del conocimiento. Su problematización permite, por ejemplo, pensar cómo las posiciones sociales de los interlocutores condicionan las propiedades de los discursos en circulación e inciden en los acuerdos y resultados alcanzados. Las situaciones de comunicación poseen una dimensión subjetiva conforme los interlocutores están habilitados y se reconocen mutuamente como agentes capaces de producir sentido, desplegando procedimientos de interpretación que intervienen en la negociación para un acuerdo intersubjetivo, siempre provisional y, por ende, dinámico. La situación de contacto releva la diversidad de formas de comunicación expresada en los diversos modos de hablar, gesticular, mirar, vestir, etc.

La reflexividad, que es sinónimo de método, permite, por ejemplo, percibir y controlar la conducción de la propia entrevista; es decir, percibir el contexto en que ella se realiza. Una comunicación conciente de la violencia simbólica y contraria a las formas autoritarias de intervención científica es un punto de partida, en el sentido que el investigador tome en cuenta la asimetría de las posiciones ocupadas en la *situación social de la entrevista*. Esta situación, además, casi siempre es acompañada de una asimetría social al ocupar el investigador una posición superior al investigado por la detentación de un capital

cultural, particularmente lingüístico. A fin de reducir al máximo la intervención arbitraria que está presente desde el comienzo, se debe buscar establecer una relación de escucha activa y metódica, distante de la no-intervención de la entrevista no dirigida y de los relatos autobiográficos de las historias de vida, así como del dirigismo del cuestionario y de la entrevista estructurada<sup>11</sup>. Esta postura, aparentemente contradictoria, no es fácil de poner en práctica. En palabras de Bourdieu,

*Ella [esa postura] asocia la disponibilidad total del entrevistador en relación con la persona entrevistada, la sumisión a la singularidad de su historia particular, que puede conducir, por una especie de mimetismo más o menos controlado, a adoptar su lenguaje y a entrar en sus puntos punto de vista, en sus sentimientos y en sus pensamientos, con la construcción metódica, fuerte, del conocimiento de las condiciones objetivas, comunes a toda una categoría, (1997, p. 695).*<sup>12</sup>

Muchos relatos de los entrevistados relevantes para los objetivos de la investigación, suelen emerger más de esa experiencia reflexiva sobre el trabajo de campo, que de las entrevistas previamente formateadas. Sin embargo, la confianza en el “otro” y el compromiso mutuo en el proceso de investigación no se alcanzan de manera inmediata: la construcción de un patrón de interacción tiene *historicidad*, y esta comprende tanto la micro-historicidad de la relación de interlocución en la investigación específica como la macro-historicidad de la relación estructural investigador-investigado, al tiempo que combina intereses, sistemas de representación, expectativas y afectos.

Lejos de reducir, entonces, la “relación de conocimiento o epistémica” a una mera “transmisión

11 Acerca de las críticas al conductivismo del cuestionario y a las distintas modalidades de la entrevista, ver Thiollent (1980, pp 31-99).

12 Como que retomando su trabajo etnográfico inicial sobre los trabajadores en Argelia en 1958, un Bourdieu quizás sorprendente para muchos, escribió un texto reflexivo y sensible explicitando el método utilizado en los estudios de caso expuestos en *La miseria del mundo*, con el título de “Comprender” (1997, pp 693-732).

de información”, el trabajo de campo configura un espacio de interacción con diferentes finalidades y sistemas de representación en donde se pone en juego no solamente el interés académico y su relevancia científica, sino también, y de manera cada vez más acentuada, la necesidad de “comprender” la demanda de los “otros” construidos como objetos de estudio. Tener en cuenta las implicaciones del “uso social de la ciencia”, de los acuerdos intersubjetivos que determinan o modifican el comportamiento y la participación tanto del investigador como del investigado, es de lo que se trata. Pues los espacios de trabajo del campo son los espacios de los puntos de vista, de las perspectivas múltiples del investigador y del investigado y, en ese sentido, son espacios difíciles de comprender y de describir.

Es por esto que considero a la dimensión comunicacional del trabajo de campo como un asunto epistemológico y una categoría de análisis a ser explicitada y objetivada atendiendo a su carácter situacional y dinámico, producto de la acción de los sujetos en interacción.

## 5. Breve conclusión

Todo desarrollo de una ciencia transcurre a lo largo de enfrentamientos por la validación interna de su conocimiento (construcción de capital epistemológico) y por la validación externa de sus resultados (función social del conocimiento). De ahí que, y a modo de conclusión de este trabajo, retomo la cuestión inicial relativa a la construcción del objeto de estudio dentro de un proyecto de investigación, la pertinencia del problema que le da inicio y la problemática teórica, es decir, la importancia social del objeto empírico y la relevancia del objeto teórico de investigación.

Lo que se trata es cuestionar la justificación de la importancia social que se suele atribuir al objeto de estudio, como si bastara algo a ser investigado para

que su importancia emergiese. Por el contrario, la justificación ya debería traer la marca de compromiso del investigador con los problemas que, aquí y ahora, requieren ser investigados y con las preguntas importantes a hacerse hoy. Las opciones sobre qué temas investigar son las que, en mi opinión, deben ser lo más concientes posible, declaradamente asumidas más, sin embargo, no capaces de ser respondidas por la ciencia, ya que son opciones valorativas, es decir, opciones políticas y dependientes de una *weltanschauung*, de la cosmovisión del investigador.

Y ahí, tal vez, debemos preguntar en qué medida están siendo renovadas las “utopías fundantes” de los estudios en Comunicación en América Latina y están siendo investigados los “campos estratégicos”, apuntados por Martín-Barbero (2009, p. 147)<sup>13</sup>. Intelectuales y estudios comprometidos con la transformación de nuestro contexto renovadamente contradictorio, ambivalente, desigual, que ya nos valió denominaciones como “tercer mundo”, “países dependientes”, “periféricos” y, hoy en día, “emergentes”, son el marco a partir del cual toda investigación debe comenzar y mantener relaciones de comprensión y de superación.

Aquí cabe la crítica al modo exógeno de pensamiento, atravesado por asuntos y temas desplazados, por nuevas “ideas fuera de lugar”. No se trata, sin embargo, de ningún tipo de provincianismo intelectual; por el contrario, las razones de la globalización deben incitarnos cada vez más a formular aquellas preguntas-problema que tienen una relación vital con nuestra existencia social y que son, al mismo tiempo, las de mayor capacidad para ofrecer relevancia y pertinencia teórico-epistemológica, esto es, para hacer avanzar el conocimiento en el campo de la Comunicación.

<sup>13</sup> Considero a este texto un modelo de autobiografía intelectual antinarcisista y marcado por una fuerte reflexividad epistémica.





## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- BACHELARD, Gaston. *La actividad racionalista de la física contemporánea*. Buenos Aires: Ed. Siglo Veinte, 1975.
- \_\_\_\_\_. *O racionalismo aplicado*. Rio de Janeiro: Zahar Ed., 1977.
- \_\_\_\_\_. *A formação do espírito científico*. Rio de Janeiro: Contraponto, 1996.
- BAUMAN, Zygmunt. *Modernidade e ambivalência*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 1999.
- BECK, Ulrich. *Risk society: toward a new modernity*. London: Sage, 1992.
- BOURDIEU, Pierre. A opinião pública não existe. In: THIOLENT, Michel. *Crítica metodológica, investigação social e enquete operária*. São Paulo: Polis, 1980.
- BOURDIEU, Pierre. O campo científico. In: *Pierre Bourdieu*. São Paulo: Ática, 1983.
- BOURDIEU, Pierre. Compreender. In: BOURDIEU, Pierre (coord). *A miséria do mundo*. Petrópolis: Vozes, 1997.
- BOURDIEU, Pierre e WACQUANT, Loïc. *An invitation to reflexive sociology*. Cambridge: Polity Press, 1992.
- \_\_\_\_\_. *Respuestas por una antropología reflexiva*. México: Grijalbo, 1995.
- BOURDIEU, Pierre, CHAMBOREDON, Jean-Claude e PASSERON, Jean-Claude. *O ofício de sociólogo*. Petrópolis: Vozes, 1999.
- DOMINGUES, José Maurício. Reflexividade, individualismo e modernidade. *Revista brasileira de Ciências Sociais*, vol. 17, nº 49, São Paulo, 2002.
- GEERTZ, Clifford. *O saber local*. Petrópolis, Vozes, 2001.
- GIDDENS, Anthony. *A constituição da sociedade*, São Paulo: Martins Fontes, 1989.
- GIDDENS, Anthony. *As consequências da modernidade*. São Paulo: Ed. UNESP, 1991.
- GIDDENS, Anthony, BECK, Ulrich e LASH, Scott. *Modernização reflexiva*. São Paulo: Ed. UNESP, 1997.
- GLUCKMAN, Max. Análise de uma situação social na Zululândia moderna. In: BIANCO, Bela F. (org.). *Antropologia das sociedades contemporâneas*. São Paulo: Global, 1987.
- GOLDSCHMIDT, Victor. Tempo histórico e tempo lógico na interpretação dos sistemas filosóficos. In: *A religião de Platão*. São Paulo: Difel, 1963.
- LOPES, Maria Immacolata Vassallo de. *Pesquisa em comunicação. Formulação de um modelo metodológico*. São Paulo: Loyola, 1ª ed., 1990.
- \_\_\_\_\_. La investigación de la Comunicación: Cuestiones epistemológicas, teóricas y metodológicas. *Diálogos de la Comunicación* 56, Lima: FELAFACS, 1999.
- \_\_\_\_\_. Sobre o estatuto disciplinar do campo da Comunicação. In: LOPES, Maria Immacolata V. (org.). *Epistemologia da Comunicação*. São Paulo: Loyola, 2003.
- \_\_\_\_\_. Comunicação, disciplinaridade e pensamento complexo. GT Epistemologia da Comunicação. *Anais do XVI Encontro COMPÓS*, Curitiba, junho de 2007.
- MATON, Karl. Languages of legitimation: The structuring significance for Intellectual fields of strategic knowledge claims. *British Journal of Sociology of Education*, 21(2), 2000.
- MEAD, George H.. *Mind, self and society*. Chicago: University of Chicago Press, 1962.
- MORIN, Edgar. *Ciência com consciência*, Lisboa: Publicações Europa-América, 1994.
- SANTOS, Boaventura de Souza. *Introdução a uma ciência pós-moderna*. Rio de Janeiro: Graal, 1989.
- SCHUTZ, Alfred. *Fenomenologia e relações sociais*. Rio de Janeiro: Zahar, 1979.
- THIOLENT, Michel. *Crítica metodológica, investigação social e enquete operária*. São Paulo: Polis, 1980.





# EM BUSCA DE UM CONCEITO DE COMUNICAÇÃO

EN BUSCA DE UN CONCEPTO DE COMUNICACIÓN

*IN PURSUIT OF A CONCEPT OF COMMUNICATION*

## Paulo Celso Silva

■ Mestrado e Doutorado em geografia Humana pela Universidade de São Paulo. Pós doutorado na Universitat de Barcelona e pós doutorado na Universidade Estadual do Rio de Janeiro (UERJ). Entre as publicações está 'Walt Disney's Celebration City' (reflexões sobre comunicação e cidade). Professor do Programa de Mestrado em Comunicação e Cultura da Uniso.

■ E-mail: paulo.silva@prof.uniso.br

## Míriam Carlos Silva

■ Doutora em Comunicação e Semiótica. Professora titular da Universidade de Sorocaba. Publicações: Comunicação visual urbana: o texto híbrido da mídia mural, Intercom, 2009. A pele palpável da palavra, Sorocaba/SP: Provocare, 2009. Comunicação e cultura antropofágicas: mídia, corpo e paisagem na erótico-poética oswaldiana. Porto Alegre/Sorocaba: Sulina/Eduniso, 2007.

■ E-mail: miriam.silva@prof.uniso.br



## RESUMO

O artigo propõe uma reflexão acerca da comunicação utilizando referências como o metáporo de Ciro Marcondes Filho, a artificialidade da Comunicação de Vilém Flusser e os fluxos de Michel Serres. Buscamos a comunicação como evento transformador, único, irrepetível, no qual entra em jogo também a inserção da subjetividade e da intuição. Procuramos a permissão e o rigor de um método que se possa construir em paralelo com o olhar para os objetos da comunicação, que se descubra no processo e que seja transitório e flexível como a própria comunicação.

**PALAVRAS-CHAVE:** COMUNICAÇÃO; METÁPORO; ARTIFICIALIDADE; FLUXOS.

## RESUMEN

El artículo propone una reflexión sobre la comunicación con referencias como metáporo de Ciro Marcondes Filho, la comunicación de forma artificial de Vilém Flusser y, con Michel Serres y los flujos. Buscamos la comunicación como un evento de transformación, único, irrepetible, que entra en juego también la inserción de la subjetividad y la intuición. Buscamos el permiso y la exactitud de un método que se puede construir en paralelo en busca de objetos de comunicación, que se descubre en el proceso y es transitorio y flexible como la propia comunicación.

**PALABRAS CLAVE:** COMUNICACIÓN; METÁPORO; ARTIFICIALMENTE; LOS FLUJOS.

## ABSTRACT

The article proposes a reflection on communication using references such as Ciro Marcondes Filho's metáporo, the artificiality of communication by Vilém Flusser and Michel Serres' flows. It views communication as a transforming, unique, unrepeatable event, in which also comes into play the insertion of subjectivity and intuition. It looks for the permissiveness and the accuracy of a method that can be built simultaneously while looking for objects of communication, which are discovered in the process are as transitory and flexible as the communication itself.

**KEYWORDS:** COMMUNICATION; METÁPORO; ARTIFICIALITY; FLOWS.



## 1. De qual comunicação estamos tratando? O metáforo de Marcondes Filho

É evidente a busca da Comunicação por sua autonomia como ciência, como área de estudos e produção de conhecimento, embora seja impossível negar o caráter interdisciplinar da comunicação, o que significa que, por mais autônoma que ela possa se tornar como disciplina, não poderá se desvincular por completo de outras áreas. A começar pelo fato de que seus teóricos mais conhecidos e utilizados vêm de áreas distintas, especialmente das Ciências Sociais, da Filosofia, da Antropologia e da Semiótica. Desta forma, o que seriam as teorias da comunicação? É possível se falar em teorias da comunicação? A comunicação é uma área suficientemente científica para produzir teorias, ou se trata de um objeto sobre o qual se debruçam as outras áreas? Ciro Marcondes Filho afirma que:

*As teorias da comunicação estão cansadas. Já foram tão usadas que ficam repetindo os mesmos clichês eternamente, que servem o tempo todo, apesar de desgastadas, às mesmas teses, aos mesmos ensaios, aos mesmos pesquisadores que não se cansam de reprisá-las (2008, p. 51).*

Qual o sentido, portanto, de se reprisar as mesmas teses e as mesmas teorias se a comunicação mudou e se o mundo mudou fundamentalmente por causa da comunicação? Dentre as mudanças mais significativas deste e do século anterior, estão, evidentemente, as novas tecnologias da comunicação e da informação. Em constante obsolescência e inovação, os aparatos alteram profundamente a paisagem, o tempo, o espaço, a linguagem e, enfim, a cultura. Assim, Marcondes Filho aponta para o fato de que embora Benjamin, Adorno, Peirce e Shannon não possam ser descartados, as posições teóricas destes professores “pertencem a outro mundo em que não havia a comunicação digital, as informações em tempo real, a realidade virtual” (ibidem). Desta forma, no mundo transformado de hoje, há que se propor um novo quadro teórico, mais aberto, mais maleável, como a própria contemporaneidade.

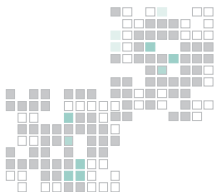
Marcondes Filho defende o fato de que a comunicação é algo inapreensível, incapturável, um fenômeno que não pode ser separado, segmentado, e que não permite nenhuma verdade absoluta, por seu caráter intraduzível. A partir desta premissa, poderia se chegar à conclusão sobre a inutilidade dos estudos comunicativos, fato que invalidaria a própria comunicação como área investigativa e de produção do conhecimento. Porém, uma saída para entender a comunicação a que se refere o autor é a percepção de que, embora inapreensível, ela “nos toca, nos envolve, nos faz mudar de posição”. Marcondes Filho complementa dizendo que:

*Ela é um processo social, um acontecimento, uma combinação de múltiplos vetores (sociais, históricos, subjetivos, temporais, culturais) que se dá pelo atrito dos corpos e das expressões, algo que ocorre num ambiente, permitindo que se realize, a partir dela, algo novo entre os participantes do ato comunicativo, algo que não possuíam antes e que altera seu estatuto anterior (2008, p. 52).*

Para Marcondes Filho, este é um traço de relevância da comunicação, alterar as coisas, de transformá-las, de não permitir que se mantenham como antes. Assim:

*Ninguém sai ileso após um ato verdadeiramente comunicacional. Se sair ileso é porque a comunicação não se efetivou, ficou presa nos rituais, no formalismo, da repetição infundável do mesmo (Sfez), no giro contínuo do não-acontecido, no fluxo morto de seu movimento recursivo (ibidem).*

Por isso a comunicação efetiva é bastante específica e diferenciada. Não se trata da novela cujo final é extremamente previsível, apegado a fórmulas que se repetem com algumas poucas modificações que não chegam a causar nenhum abalo. Não poderíamos chamar de comunicação o telejornal apresentado por uma gestualidade rígida, por uma simulação facial de seriedade narrada imparcialmente, nem podemos chamar de comunicação o bom dia



A comunicação, portanto, estaria distante dos rituais que a  
objetivam ou mesmo a simulam, da formalidade contida  
nas interações sociais, nas gramáticas.

dito e respondido automaticamente, de maneira fria e que não muda nem o dia, nem quem o desejou (desejou?) e nem quem o respondeu (respondeu?). A comunicação, portanto, estaria distante dos rituais que a objetivam ou mesmo a simulam, da formalidade contida nas interações sociais, nas gramáticas. Marcondes Filho (2008, p. 53) explica que ela está além dos grandes meios de comunicação social que veiculam signos comunicacionais. Segundo o autor, é necessário que ocorra o “evento comunicacional”, e para que haja evento é necessário ir além dos signos para um mergulho mais profundo, nos significados apreendidos além do óbvio e inesperadamente.

A comunicação de que nos fala Marcondes Filho está “além da linguagem, além do signo, além da significação, construindo sentidos imprevisíveis, únicos, irrepetíveis, inesperados” (ibidem). Partindo deste raciocínio é que nos parece justificável afirmar que a arte pode ser um meio eficaz para a comunicação, senão a única comunicação possível, por este caráter de ir além da linguagem, além da significação. Trata-se de uma linguagem fundamentada na imprevisibilidade, na irrepetibilidade, no inesperado. Trata-se de um evento centrado na experiência e que leva os envolvidos para um devir que não descarta a subjetividade da própria experiência, ao contrário, conta com ela.

Embora troquemos mensagens todos os dias, com o objetivo evidente de nos comunicar, para Marcondes Filho esta comunicação relacional “não interfere em nada, não ultrapassa a membrana que isola cada um de nós do mundo circundante” (idem, p. 54). Comunicamos, de algum modo, para nos enganar; para esquecer a nossa profunda incomunicabilidade e isolamento. Mas há outro nível de comunicação, segundo o autor, menos vigiado

e ostensivo e segundo processos, inclusive, inconscientes, em que “a membrana é atravessada e são revolidas as certezas instaladas, criando-se a mudança. Ocorreu a comunicação efetiva” (ibidem). Mais uma vez, nos parece que podemos, neste caso, nos encontrar no território (não só, mas especialmente) da arte, território movediço, capaz de abalar as certezas existenciais e de linguagem (já que a nossa consciência é linguística, segundo Bakhtin), capaz de reestruturar o nosso olhar, oferecendo-nos não apenas uma possibilidade de representação do mundo que nos circunda, mas propondo um novo modelo de mundo, inventado, e que pode servir para se reconstituir o mundo “real” que nos cerca. Em “O cão andaluz”, Buñuel propõe, por meio do olho em *close* cortado longitudinalmente por uma navalha, um corte epistemológico e um novo modo de enxergar as coisas (Coelho Netto). É certo que existem outros territórios capazes de propor o mesmo, mas a arte consegue promover esse corte, ao qual desejamos chamar de comunicação efetiva.

Assim, ainda sustentados por Marcondes Filho, como propor um método para o estudo da comunicação, que venha a contemplar a dimensão comunicativa como um acontecimento transformador, irrepetível e único? O autor explana que é necessário trabalhar com o estudo do acontecimento comunicacional, ou seja: “o acontecimento resulta dos corpos, de suas misturas, mas ele é diferente disso: ele é seu atributo incorpóreo” (Marcondes Filho, 2008, p. 55). Depois do acontecimento, somos outros, jamais os mesmos. E este incorpóreo é imensurável, impalpável, diferente para cada um que o experimenta. Para tanto, investigar o incorpóreo resultante da vivência comunicativa, ao invés de um método, explicita Marcondes Filho, cabe um “quase método” que se propõe a capturar o transi-



tório, a aceitar o desafio da apreensão daquilo que não se consolida, a recolocar a dúvida de Heráclito: “como fazer para se pesquisar aquilo que não se conhece?” Isso só pode se conseguir por meio da aposta numa ciência nômade.

Ao tratar da comunicação como uma ciência nômade, Marcondes Filho, apoiado em Vilém Flusser, explica que este concebe o pensamento nômade como aquele:

*das pessoas que acreditam no vento e não no solo, que vão atrás de algo, não importando a meta perseguida; a busca nunca termina, nem mesmo quando ela é atingida. Para o pensamento nômade, todas as metas são estações intermediárias, estão juntas ao caminho e, como totalidade, o caminhar é um método sem meta* (2008, p. 57).

Por isso a proposição de Marcondes Filho para uma nova teoria da comunicação refuta o termo método, tendo em vista “o rigor de um caminhar determinado, consolidado, rígido de pesquisa, que não dá espaço ao aparecimento da imprevisibilidade”. O autor propõe o metáporo (meta + poros):

*A partir de Sarah Kofman e seu conceito de poros, caminho que se desbrava a si mesmo, como uma embarcação que abre sua própria rota enquanto segue – ao estilo do que fala Freud a respeito dos sonhos – e que, diferente da oficialidade de um odo, é essa abertura de uma passagem por uma extensão caótica, um poros, introduzindo vias diferenciadas, tornando possíveis outras direções no espaço* (ibidem).

Para Marcondes Filho trata-se, portanto, de um percurso a ser construído no processo de investigação, longe de um percurso fechado, delimitado, mas: *um emaranhado pulsante e vivo, de momentos, fluxos, vetores, órbitas e cruzamentos. E, no interior desse grande mapa, o que interessa à investigação são os interstícios, as superfícies de contato, os pontos de transmissão, ou seja, aquilo que realiza a função do meio* (ibidem).

A arte, como linguagem polissêmica, centrada na experiência, afirmamos, pode ser, portanto, um metáporo para se entender o incorpóreo da comunicação. Colocar a arte e a comunicação em diálogo passa pela opção de um pensamento nômade, moveção, atento às entrelinhas, às brechas, aos possíveis, e não aos prováveis. É esta a comunicação que nos interessa, libertária e provisória. Ao que parece, muito deste incorpóreo do evento comunicacional, apontado por Marcondes Filho, passa também pelo conceito de comunicação de Flusser.

## 2. A comunicação para Flusser – comunicação, cultura e art(e)ífios

Para Flusser a comunicação humana é um processo artificial. Trata-se de um fenômeno constituído de artifícios, de descobertas, de ferramentas, de instrumentos. Símbolos são organizados em códigos que procuram fazer com que o homem se esqueça, ainda que temporariamente, da sua condição inescapável de ser mortal. O autor explica que “os homens comunicam-se uns com os outros de maneira não natural” (FLUSSER, 2007, p. 89).

Podemos acrescentar ao raciocínio de Flusser que, a fala, por exemplo, que parece ser nossa por natureza, é produto de um aprendizado, é diferente de cultura para cultura, assim como a escrita e os gestos. Menear a cabeça em sinal de concordância ou franzir o cenho por estranhamento não são gestos naturais, instintivos, embora aparentemente inconscientes. Em uma esfera de outra complexidade, também não é natural fazer poesia, cinema, teatro, dança. Todas estas linguagens são artifícios humanos, muito diferentes da dança das abelhas quando encontram mel. Do mesmo modo que a comunicação não é natural, a Teoria da Comunicação também não é uma disciplina natural, explicativa.

Para Flusser, esta condição não natural é o que define o homem como um ser político, já que as suas relações não são naturais e mesmo aquelas mais primitivas, tais como a amamentação e o sexo, são ações artificializadas, marcadas pela cultura.



Não há dúvidas de que a cultura imprime na mãe um olhar diferenciado para o filho amamentado, uma forma de se comportar durante o aleitamento, condições públicas e diferenciadas de se oferecer o seio ao alimentando, ainda que um seio deserotizado, mas que pode se tornar contraventor, agressivo e censurado. Basta rememorar o episódio em que a mãe que amamentava o filho em um Instituto Cultural de São Paulo (2011) foi convidada a se retirar do recinto, já que o lugar era inadequado para o ato, na avaliação de um dos seguranças. Estabelecida a polêmica e, atenta a mídia ao fato, alegou-se que a interpretação do segurança teria relação com a proibição de “se alimentar” naquele local, curiosamente um local de cultura e de arte. Os diretores pediram desculpas às mães que, indignadas, organizaram um “mamaço” na frente do instituto. Para remediar a situação os dirigentes disseram que orientariam melhor os funcionários, além de que todas as mães eram bem-vindas, com ou sem suas crias penduradas às tetas. Mas é fato que há toneladas de notícias semelhantes mundo afora, mãe expulsa de pub por amamentar em Londres, outras presas, outras indignadas porque as colegas não se dignam a cobrir os peitos enquanto amamentam. Enfim, trata-se de um ato natural, de uma comunicação profunda entre mãe e filho, entretanto, trata-se também de um ato nada natural, profundamente marcado pela cultura e pelos intertextos do erotismo, das sanções, da incompreensão coletiva. O sexo, necessidade primitiva para a preservação da espécie, é marcado pela cultura, ritualizado, erotizado, desviado de sua função reprodutiva para o lúdico e certamente é ele uma das maiores interferências confusas no ato de amamentar, contaminado de culpa pelo desejo e o olhar do outro.

Flusser afirma, entretanto, que nem sempre o caráter artificial da comunicação é consciente: “após aprendermos um código, tendemos a esquecer a sua artificialidade” (2007, p.90). Ocorre, deste modo, uma falsa naturalização daquilo que nasce artificial.

Os códigos, explica Flusser, tornam-se uma espé-

cie de segunda natureza. O mundo artificializado da segunda natureza nos faz esquecer do mundo da primeira natureza. A comunicação promove o artifício de nos iludir em relação à nossa condição de seres mortais e solitários. Assim, o objetivo primeiro da comunicação seria, sobretudo:

*nos fazer esquecer desse contexto insignificante em que nos encontramos – completamente sozinhos e “incomunicáveis” – ou seja, é nos fazer esquecer desse mundo em que ocupamos uma cela solitária e em que somos condenados à morte – o mundo da natureza (ibidem).*

A comunicação humana é, portanto, “um artifício cuja intenção é nos fazer esquecer a brutal falta de sentido de uma vida condenada à morte” (ibidem). A partir deste objetivo essencial da comunicação, o de nos fazer esquecer de nossa essencial natureza, a de seres mortais, é que Flusser justifica a condição do homem como um animal político. O autor explica essa condição humana “não pelo fato de ser um animal social, mas sim porque é um animal solitário, incapaz de viver na solidão” (idem, p. 91). A comunicação, podemos afirmar, é, portanto, somando-se o pensamento de Flusser ao de Marcondes Filho, a busca pelo evento comunicativo, ou seja, pelo incorpóreo resultante de uma transformação, a da comunicação eficaz, um lapso que nos ilude de nossa condição de seres mortais e solitários.

A Teoria da Comunicação é classificada por Flusser como uma disciplina interpretativa, já que ela necessita criar significados, interpretar os fenômenos muito mais do que explicá-los. E o autor complementa este raciocínio ponderando que, uma coisa torna-se natureza na medida em que é explicada, ou se torna espírito na medida em que alguém decide interpretá-la. Neste caso, a diferença entre ciência natural e ciência do espírito (ou ciências humanas) é definida pelo posicionamento do pesquisador. Um mesmo fenômeno, analisado sob aspectos diferentes, passa a ser um fenômeno diferente. A nuvem explicada não tem relação com a





## A comunicação explicada, portanto, é diferente da comunicação interpretada. São fenômenos diferentes. Interpretar é um modo aberto de se entender a comunicação – um metáforo, mais que um método.

nuvem interpretada, não é o mesmo objeto, tornando-se nuvens diferentes uma da outra de acordo com o ponto de vista. Flusser aponta a comunicação como uma disciplina interpretativa, ou seja, um fenômeno significativo a ser interpretado. A comunicação explicada, portanto, é diferente da comunicação interpretada. São fenômenos diferentes. Interpretar é um modo aberto de se entender a comunicação – um metáforo, mais que um método, mais uma vez somando-se Flusser e Marcondes Filho.

Flusser pondera sobre a comunicação humana como inatural, contranatural, ao se propor a armazenar informações adquiridas, o que a torna negativamente entrópica, já que, ao passo que tudo tende à desorganização, a comunicação humana propõe uma organização das informações e acrescenta que esta é uma característica fundamental do homem, um animal que encontrou truques para acumular informações adquiridas. Este acúmulo de informações é um processo, mais do que de necessidade, de liberdade, segundo o teórico.

Comunicar é deste modo, na visão de Flusser, uma tentativa de dar significado à insignificância de uma vida assombrada pela morte. A comunicação humana é, por isso, um fenômeno de liberdade, cujo propósito maior é iludir. Trata-se de uma ilusão que serve para tornar a vida vivível. Passamos a viver, então, em um mundo codificado, construído a partir de símbolos ordenados, e nele se represam as informações adquiridas.

Flusser descreve duas formas fundamentais de comunicação, que não se excluem, são interdependentes, mas que são distintas em diversos aspectos. Ele explica que para produzir informação, os homens trocam diferentes informações disponíveis na esperança de sintetizar uma nova informação – a comunicação dialógica. Na segunda forma descrita

por Flusser, as informações existentes são compartilhadas para que possam resistir ao efeito entrópico da natureza – a comunicação discursiva. Sobre a relação entre estas duas formas, Flusser explica que o discursivo não pode viver sem o dialógico. Para que haja um diálogo é necessário que tenha havido antes a apreensão de discursos. Para que haja um discurso o emissor tem que dispor de informações produzidas no diálogo anterior. A grande dificuldade, entretanto, pondera o autor, é a produção de diálogos efetivos. Ocorre uma onipresença dos discursos dominantes, o que torna os diálogos impossíveis e desnecessários. Mais uma vez, o pensamento de Flusser e o de Marcondes Filho parecem correr em paralelo: o que resta ao homem é a incommunicabilidade. Ao contrário do que parece, nem tudo é comunicação efetiva.

A comunicação, agora segundo Flusser, só alcançaria o seu objetivo quando houvesse um equilíbrio entre discurso e diálogo. Quando há um predomínio dos discursos, o que ocorre, segundo o teórico, é a solidão entre os homens, apesar do permanente contato com as fontes de informação. Quando, por outro lado, ocorre um predomínio dos diálogos provincianos, a mesma solidão assoma àqueles homens que se sentirão extirpados da história. E, reforçando nossa proposta, uma mudança momentânea de referencial para, em seguida, voltarmos ao texto:

*As ciências intelectuais, sendo naturais ao homem, como ser dotado de reflexão, não pertencem especialmente a uma só nação: constata-se que todos os povos civilizados entregaram-se ao seu estudo e conheceram tão bem uns quanto outros, quais seus princípios e quais as questões de que tratavam. Estas ciências existiram para a humanidade desde que houve civilização no mundo (Khalidun, 1332 -1406).*



### 3. Michel Serres, os cinco sentidos, Hermes, anjos e a comunicação

Em várias obras de Michel Serres, o tema da comunicação é tratado de maneira pouco convencional. Atentando para uma de suas obras, “A lenda dos anjos”, de 1993, que deve ser classificada como ensaio de comunicação – e não como um estudo teológico ou de angeologia – sobre os problemas atuais da sociedade tecnológica, que tem no conceito de comunicação o seu centro de reflexão filosófico.

Assim, temos diante de nós um primeiro conceito importante, as *Mensageiras*, ou seja, aquelas mensagens que atravessam paredes, como as mensagens que seguem por e-mail, celular e outros aparatos tecnológicos que fazem desse um momento comunicacional. Porém, como visto antes, reduzem o conceito de comunicação apenas aos cânones consagrados.

O francês parte da filosofia que, “não é um saber, nem uma disciplina dentre as ciências usuais, pois ela se atém a esse balanço entre o todo e o nada” (SERRES, 1999, p.121). Entendendo, nesse todo, o enciclopédismo, e no nada, a ignorância, a abertura para o não pensado, dúvida, incerteza, erro, o pensamento lateral.

Diante desse posicionamento, Serres critica duramente a repetição, por isso insiste sempre que a invenção [conceitual] é melhor que a certeza rigorosa, pois, a primeira pode levar ao erro, contudo, a segunda, leva à imobilidade (1999, p. 172). Por isso, contra algumas correntes usuais, defende que a honestidade intelectual consiste em escrever o que se pensa e no que se acredita como autor:

Uma palavra sobre esta última palavra, que provém do direito romano e significa: a garantia de autenticidade, de lealdade, de uma afirmação, de um testemunho ou juramento. Mas, originalmente, significa aquele que aumenta; não aquele que toma, resume ou reduz, mas somente aquele que faz crescer. Autor, aumentador... todo o resto é engano. A obra evolui no crescimento, como uma árvore ou animal (ibidem, p. 110).

Tudo isso nos indica que Serres não trabalha com

o fixo, o rígido, o sólido, mas ao contrário, com os fluxos, o flexível, o mole no seu fazer filosófico e, a comunicação por ele entendida e refletida, segue esse caminho através das Mensageiras, dos cinco sentidos na comunicação da sociedade [dita] comunicacional. Apenas ilustrando, outro filósofo contemporâneo, Norbert Bilbeny, dirá que, sem os sentidos não temos a possibilidade ética na era digital (1997). Mas, conforme Marcondes Filho,

*A grande contribuição de Michel Serres, no nosso entender, na construção de uma Nova Teoria da Comunicação, assim como de um caminho para a investigação de casos de comunicação, está em sua epistemologia, que, segundo ele, é “menos sólida” e mais fluida, apostando nos fluxos, sempre em busca do fugaz e do fugidio. Tradicionalmente pensou-se sempre em termos do sólido, do resistente, do rijo, do cristalino. A ciência não fez outra coisa senão apoiar-se naquilo que era estável (nossa herança parmenidiana, diríamos nós). É hora de inverter e começar a olhar o que é vivo, mutante, em transformação (2008).*

Para alcançar seu intento, Serres busca na filosofia atomista greco romana, na qual resgata o conceito de *clinamen* (declinação), ao qual Epicuro chamava o movimento espontâneo dos átomos que o levava ao desvio para fora da linha de queda causada pelo seu peso, “este movimento espontâneo não implica uma deliberação consciente, é uma espécie de liberdade mecânica” (BRUN, 1987, p. 66). Também Lucrécio e, posteriormente, Leibniz “autor da primeira filosofia da comunicação, diz Serres, a comunicação das substâncias, não das relações” (Marcondes Filho, 2008) desenvolveram suas filosofias baseados no *clinamen*, sem, contudo serem levados a sério pela “ciência”, dada a dificuldade de comprovação desse movimento.

Serres, porém, consoante à busca pelo novo, caminha nesses passos demonstrando o quanto o desvio é importante e criador, já que “o desvio, rigorosamente, é o princípio da vida... se há um



mundo é porque eles são divergentes em relação ao zero” (MARCONDES FILHO, 2008). Na obra *Filosofia Mestiça*, (1993) Serres já desenvolvia a ideia de um terceiro que vai além da síntese do um e outro, dessa ou daquela língua, daquela pureza que uma filosofia – e por extensão uma teoria da comunicação – esperam; o terceiro é como o arlequim, resultado de suas múltiplas peles, andanças pelo universo marcadas em seu corpo e impossíveis de desnudar (SERRES, 1993, p.1-6).

Por isso, fazer filosofia e comunicação é utilizar os cinco sentidos e não apenas a linguagem, é fazer que todo o corpo comprove que existe mais coisas no mundo do que podemos dizer delas, o mundo é mais que a linguagem.

Aqui sua proposta de uma teoria da comunicação já se delineia: uma teoria da comunicação dos corpos onde

*Ele é o primeiro suporte da memória e da transmissão, nada no entendimento deixa de passar antes pelos sentidos, ele foi nosso primeiro cogito. Eu sinto, vejo, saboreio, ouço, cheiro, toco, diz Serres, e daí eu falo. Mas trata-se de um corpo oco, poroso, perfurado, ao estilo do corpo pleno sem órgãos (MARCONDES FILHO, 2008).*

Estamos diante do *clinanen* antes descrito, do vazio e do cheio, do movimento, da declinação, de certa forma de caos necessário, visto que a natureza busca o simples e o necessário, daí a felicidade e rompe a mecânica linear dos átomos, criando o novo, daí a liberdade para o homem, conforme dizia Epicuro.

Assim sendo, a comunicação ocorre, em todos os momentos do mundo, o mundo é o espaço da comunicação. Contudo, a comunicação nesse mundo fica nas mãos de alguns poucos poderosos e, dessa forma, o caminho é abolir esse “atravessador” e falar diretamente com o outro, sem intermediários, em uma transmissão direta, aos modelos daquela que os jovens marcam quando de suas manifestações sem apoio de partidos ou instituições sociais.

Uma interessante imagem é descrita por Marcondes Filho:

*A comunicação é a produção de um terceiro a partir da confluência de dois... um terceiro entre a primeira e a segunda pessoa, circulando entre suas relações. E só se inicia de fato quando as pessoas baixam suas guardas: o diálogo, em realidade, diz Serres, é praticado por quatro pessoas: as duas que se falam, o terceiro excluído, que é o demônio delas, mais o terceiro incluído, sua esperança, um deus que nasce no meio delas (2008).*

É a comunicação como contado direto entre as pessoas, e entre as pessoas e o mundo. A partir daí, Marcondes Filho propõe um método novo para a comunicação que “ultrapassa” os citados anteriores: o êxodo e o rodeio como método.

O êxodo é a partida, é o perder-se. É o ensinar a partir, como própria essência da pedagogia, “de fato, nada aprendi sem que tenha partido, nem ensinei ninguém sem convidá-lo a deixar o ninho” (SERRES, 1993, p.14). Errante, escolhe a bifurcação e vai pela estrada rumo ao lugar ignorado. Desse encontro temos o mestiço, homem e lugar mestiços agora.

No momento em que se parte, tudo começa. A comunicação com o outro e com o mundo, também inclui a solidão de se encontrar no meio, entre duas margens após uma partida. Nem lá, nem cá. São as referências anteriores que se desmancham e o fazem estrangeiro. Mas esse corpo estrangeiro apreendeu outras relações, já se faz um novo corpo e não apenas um corpo que se deslocou.

O êxodo como método ensina à sedução, ou seja, à condução para outro lugar. A busca pelo caminho diferente, menos óbvio, menos fácil que a comunicação garante em seus manuais e modelos. Nessa partida, busca-se ainda pela sensibilidade, “palavra que significa a possibilidade ou a capacidade em todos os sentidos”, nos diz Serres.

Outro momento do mesmo método é o rodeio que também significa fazer acompanhar,



envolver-se. Como nos lembra Serres, para criar é necessário saber tudo e ter trabalhado bastante. Contudo, um complicador: a ciência, a crítica, o ensino tradicional esterilizam, pois tratam apenas de analisar e julgar, “eis a maneira própria dos impotentes, que, em conjunto, desfrutam de todos os poderes” (1991, p. 114).

O rodeio do pensamento, que divaga, percorre espaços, vazios e turbilhões, se quer criar deve entrar com todo o corpo, sentimentos aflorados na pele, solidão do abandono do fácil e cômodo, liberdade, prazer, raiva, paixão e resistência. Tantos sentimentos e estados resistindo contra “tanto as obras já realizadas como das instituições que as parasitam” (ibidem).

#### 4. Buscando comunicação, fluxos, anjos, sentidos novos mais os cinco

A que comunicação nos referimos, portanto? A esta comunicação em palimpsesto, construída de modo provisório em pergaminho que se reescreve continuamente. Dos textos iniciais, restam pedaços que complementam as novas ideias e se constroem intertextos, nos quais são válidos os acasos e as bre-

chas a serem novamente preenchidas, as entrelinhas, o imprevisível.

Com Marcondes Filho, Flusser, Serres, buscamos a comunicação como evento transformador, único, irrepetível, no qual entra em jogo também a inserção da subjetividade e da intuição. Buscamos a permissão e o rigor de um método que se possa construir em paralelo, com o olhar para os objetos da comunicação, que se descubra no processo e que seja transitório e flexível como a própria comunicação. O que se espera é entender como se constituem os artifícios que se constroem a fim de nos fazer esquecer de nossa condição de seres irremediavelmente solitários e mortais. A comunicação como esforço de organização do caos. A própria teoria da comunicação como ciência interpretativa que busca dar sentido ao que não faz sentido algum, mais do que explicar o que não terá mesmo explicação. Um método participativo, mais que investigativo, no qual se invista todo o corpo, com todos os sentidos e com a possibilidade da experiência, sabendo-se que, a comunicação é a essência da própria vida, e “a vida não é só isso que se vê, é um pouco mais”, como já diziam Paulinho da Viola e Hermínio Bello de Carvalho.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- BILBENY, Norbert. *La revolución en la ética. Hábitos y creencias en la sociedad digital*. Barcelona: Anagrama, 1997.
- BRUN, Jean. *O Epicurismo*. Lisboa: Edições 70, 1987.
- FLUSSER, Vilém. *O mundo Codificado*. Por uma filosofia do Design e da Comunicação. São Paulo: Cosac Naify, 2007.
- KHALDUN, IBN. *Os prolegômenos ou Filosofia Social*. Tomo terceiro. São Paulo: Editora Comercial Safady Ltda., tradução integral e direta do árabe de José Khoury e Angelina Bierrenbach Khoury, 1960.
- MARCONDES FILHO, Ciro. *Comunicação, uma ciência anexata e contudo rigorosa*. In: Comunicação – novo objeto, novas teorias? Teresina: EDUFPI, 2008.
- \_\_\_\_\_. *Michel Serres e Os Cinco Sentidos da Comunicação*. Revista Novos olhares, 6 Novembro de 2008, Disponível em: <http://tinyurl.com/cnvpdq>. Acesso em 28/8/2011.
- SERRES, Michel. *Hermes. Uma filosofia das ciências*. Rio de Janeiro: Graal, 1990.
- \_\_\_\_\_. *Filosofia Mestiça*. Le tiers. Instruit. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1993.
- \_\_\_\_\_. *A lenda dos Anjos*. São Paulo: Aleph, 1993.
- \_\_\_\_\_. *Luzes*. Cinco entrevistas com Bruno Latour. São Paulo: UNIMARCO Editora, 1999.
- \_\_\_\_\_. *Os cinco sentidos*. Filosofia dos corpos misturados. Rio de Janeiro: Bertrand, 2001.





# REFLEXÕES SOBRE A FORMAÇÃO METODOLÓGICA NA ORIENTAÇÃO DE PROJETOS DE PESQUISA EM COMUNICAÇÃO

REFLEXIONES SOBRE LA FORMACIÓN METODOLÓGICA DE  
ORIENTACIÓN DE PROYECTOS DE INVESTIGACIÓN EN COMUNICACIÓN

*CONSIDERATIONS ON THE METHODOLOGY TRAINING FOR  
ADVISING OF COMMUNICATION RESEARCH PROJECTS*

**Jiani Adriana Bonin**

■ Professora/pesquisadora do Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da UNISINOS. Co-coordena o grupo de pesquisa PROCESSOCOM. Membro da Rede AMLAT. Autora de capítulos nos livros *Metodologias da pesquisa em comunicação* e *Perspectivas metodológicas em comunicação*, do grupo Processocom; *Metodologías transformadoras* e *La investigación de la comunicación en América Latina*, da Rede AMLAT.

■ E-mail: [jianiab@gmail.com](mailto:jianiab@gmail.com)



## RESUMO

Neste texto procurou-se abordar os processos de orientação de projetos de pesquisa em comunicação, pensando-se a formação do pesquisador em relação ao domínio da dimensão metodológica. Com base em fundamentações que colocam a necessidade de inter-relação entre teoria e empiria na pesquisa, refletiu-se sobre as práticas que possibilitam operar concretamente esta perspectiva na orientação investigativa, tomada simultaneamente como lugar de fabricação do conhecimento e de formação do pesquisador.

**PALAVRAS-CHAVE:** METODOLOGIA; PESQUISA EM COMUNICAÇÃO; FORMAÇÃO METODOLÓGICA.

## RESUMEN

Este artículo trata de abordar los procesos de orientación de los proyectos de investigación en comunicación, con miras en la formación del investigador en el dominio de la dimensión metodológica. Sobre la base de fundamentaciones que plantean la necesidad de interrelacionar la teoría con datos empíricos, si reflejó sobre prácticas que posibilitan operar concretamente esta perspectiva en la orientación investigativa, considerada – simultáneamente como lugar de construcción del conocimiento y de formación del investigador.

**PALABRAS CLAVE:** METODOLOGÍA; INVESTIGACIÓN COMUNICATIVA; FORMACIÓN METODOLÓGICA.

## ABSTRACT

This paper sought to address the advisory processes for research projects in Communication. Starting from the notion that the researcher's prior education is related to the mastering of the methodological dimension, the article elaborates on the necessary relation between theory and empiricism in research. The article reflects on concrete practices that allow for this relationship.

**KEYWORDS:** METHODOLOGY; COMMUNICATION RESEARCH; METHODOLOGICAL EDUCATION.



## 1. Introdução

Neste texto buscou-se realizar algumas reflexões sobre os processos de orientação<sup>1</sup> de pesquisas comunicacionais tomando como foco a dimensão metodológica da construção investigativa e a simultânea formação do sujeito no sentido de capacitar-se para pensar e dominar o processo de fabricação do conhecimento que realiza.

Premissas relacionadas da proposta transmetodológica delineada por Maldonado (2008) relacionadas a esta dimensão formativa acompanham o pesquisador nesta reflexão. Em tais premissas, a formação do pesquisador é tomada como dimensão crucial, que não pode ser pensada a partir de um desenho pedagógico de produção massiva. Seu caráter complexo e multidimensional exige investimentos em exploração, construção e experimentação de métodos formativos; a pesquisa precisa ser pensada como núcleo central no desenho destes métodos.

Trabalhou-se também com a premissa de que tomar consciência e desenvolver o domínio e a capacidade reflexiva em relação à dimensão metodológica na prática investigativa é fundamental para a formação do pesquisador. É, portanto, uma exigência colocada ao desenvolvimento dos processos formativos, incluindo a orientação.

Quando se refletiu sobre a aprendizagem neste domínio, tomou-se a metodologia enquanto exercício de fabricação e de reflexão concretamente encarnado nas práticas investigativas. Neste sentido, assumiu-se a metodologia como dimensão que “nor-teia, orienta, encaminha os processos de construção da pesquisa, em todos os seus níveis; como instância corporificada em fazeres, operações, experimentações e procedimentos que dão feição ao objeto do conhecimento” (Bonin, 2006, p.29). Outros pesquisadores alimentam esta concepção, como Lopes (1990), que trabalha a noção de metodologia na pesquisa para pensá-la, no plano da prática, como conjunto de decisões e opções particulares

realizadas ao longo de um processo de investigação; como lógica em ato que orienta a dinâmica real da pesquisa. Maldonado (2002, p.3) também concebe o método como instância que “constrói caminhos, definindo planos, sistematizações, operacionalizações, testes, explorações, observações, experimentações, estratégias e táticas que, no caso da ciência, têm por objetivo produzir conhecimento sobre fenômenos e processos do cosmos”.

Entre os desafios que se colocam aos processos formativos, considerando esta dimensão, está o de desenvolver a compreensão de que o método configura o objeto e responde também pelo tipo de conhecimento que se produz, por suas limitações e pelo seu alcance (Bachelard, 1977; Bourdieu et al. 1999; Lopes, 1990). Vivenciada na *práxis investigativa*, a metodologia pode então se realizar como dimensão também de formação do sujeito investigador.

A práxis na dimensão metodológica referida é tributária, ainda, do pensamento de Mills (1975) que, colocando-se contra a alienação no trabalho da pesquisa, pensa que esta dimensão precisa ser vivenciada como artesanato intelectual, o que implica laborar à maneira do artesão no processo de fabricação do conhecimento, desenvolvendo o domínio do processo de trabalho e do seu sentido. No concreto da investigação, deve ser experienciada como construção refletida dos objetos e incorporada como um *habitus*<sup>2</sup> de natureza flexível que, ao mesmo tempo em que expressa à aquisição deste domínio, incorpora nestes esquemas a necessidade de autorreflexão, de revisão e de reformulação constantes.

Estas concepções implicam desafios para os quais têm que ser pensados, concebidos, planejados e programados processos de orientação que permitam,

2 Utilizo a noção de *habitus* científico levando em conta as proposições de Bourdieu em relação a este conceito - que o formula como esquemas mais ou menos conscientes, de apreciação, ação e valoração, desenvolvidos ao longo dos processos de socialização e da trajetória dos sujeitos em seu lugar social (Bourdieu 1994a, 1994b). Procu-ro pensar aqui o desenvolvimento de um *habitus* científico como configuração de esquemas não rígidos e diferenciados daqueles da cultura científica dominante.

1 Processos de orientação em todos os níveis (iniciação científica, mestrado e doutorado).



por um lado, desconstruir *habitus* formalistas, burocráticos e positivistas trazidos pelos pesquisadores aprendizes, frutos de culturas de pesquisa ainda vigentes no campo da comunicação, que se exprimem em certas concepções e práticas dos estudantes.

Em relação à metodologia, tais *habitus* se expressam em práticas de construção automatizada dos componentes arquitetônicos da investigação, de adesão acrítica a métodos e a procedimentos - que caracterizam o que se poderia chamar de “cultura de receituário”. Com respeito ao âmbito teórico da pesquisa, associam-se a uma compreensão equivocada do papel da teoria; à prática de revisão de literatura que na pesquisa adquire vida própria, sem vínculos com os componentes da problemática, com os procedimentos e processos de investigação empírica e com a análise dos dados; à superficialidade no trato da teoria e ao uso de conceitos como operadores semânticos; à veneração acrítica a autores e proposições, que assumem caráter incontestável, entre outras. Em se tratando da relação entre teoria e empiria, manifestam-se na desvinculação das problemáticas dos contextos concretos e do mundo; no uso “ilustrativo” da empiria em relação aos conceitos e proposições assumidos na pesquisa. Em termos dos modos de conceber e de vivenciar o processo de aprendizagem, caracterizam-se por concepções e ações tributárias de uma cultura paternalista que negligencia o papel do sujeito no processo de conhecimento, a necessidade de autorreflexão, de autoformação e de conquista progressiva de autonomia; pela resistência a questionamentos e correções; pela incapacidade de escuta ativa na relação com o orientador e com seus pares, entre outras manifestações.

Por outro lado é importante, nos processos formativos, reconhecer o valor epistêmico das pessoas, o que implica incluir e potencializar competências trazidas pelos estudantes como “fatores do saber, intercâmbio e enriquecimento gnosiológico” (Maldonado 2008, p.42). Tais competências devem ser incluídas nos processos formativos e de desenvolvimento da pesquisa.

Assumir o domínio da dimensão metodológica

como desafio formativo exige, também, construir e sedimentar novas noções e práticas de investigação. Um dos pontos importantes deste desafio é o desenvolvimento da capacidade de compreender e de operar concretamente a construção da problemática científica, colocando em ação operações que concretizam elementos fundacionais desta construção.

Neste sentido, vale recordar Bachelard (1977) que, em sua empreitada de pensar os fundamentos da nova ciência a partir da prática dos cientistas, já advertia que a observação da realidade concreta, por si só, não é base suficiente para fundar a fabricação do conhecimento científico; que a compreensão do

**Nem racionalidade vazia, nem empirismo desconexo dão conta da lógica que preside a construção do conhecimento, que tem base na profunda união e conexão de dois polos filosóficos na ação científica.**

mundo concreto/empírico necessita do pensamento, da teoria para realizar-se. Nem racionalidade vazia nem empirismo desconexo dão conta da lógica que preside a construção do conhecimento, que tem base na profunda união e conexão de dois polos filosóficos na ação científica: razão e empiria (ou teoria e dado empírico) constituindo nesta ação uma mentalidade abstrato-concreta. O objeto de investigação, lembra-nos este autor, é construído. Sua construção necessita da elaboração de uma problemática, que se concretiza na dialética entre estes dois polos.

Assumindo a construção/compreensão do objeto científico como desafio importante na formação metodológica, e que esta necessita da profunda convergência entre estes polos (abstrato/concreto), dentro dos propósitos da reflexão que me move neste artigo cabe perguntar: como a partir de um projeto de pesquisa inicialmente delineado, conceber processos formativos/construtores da pesquisa que possibilitem realizar, refletir e internalizar esta perspectiva abstrato-concreta, necessária para a consolidação da pesquisa? Tal questão acompanha o pesquisador,



agora, na tentativa de identificar, sistematizar e refletir sobre certas práticas ou procedimentos que, instaurados de maneira reflexiva e sistemática nos processos de orientação e em outras ambiências constitutivas da formação do pesquisador, podem potencializar a caminhada de construção da pesquisa e de aprendizado metodológico concretamente vivenciado neste processo. Para esta proposta, valeu-se de experiências vividas em diversos âmbitos da academia, em grupos de investigação, em práticas de docência e de orientação.

## 2. Práxis metodológica na fabricação da pesquisa e simultânea formação do pesquisador

Uma primeira questão a destacar é relativa à necessidade de construir processos que incluam simultaneamente teorização, prática e reflexão metodológica. Assim instauram-se ambiências de prática pensada, ou de teoria concretizada, que permitem dominar simultaneamente a prática e seu sentido.

Em termos de construção da pesquisa, certas práticas experimentadas pelo pesquisador além de constituir bases de consolidação da investigação em processo, quando concomitantemente teorizadas e refletidas podem ser efetivamente lugar de aprendizado do domínio metodológico da investigação. As pesquisas teórica, metodológica, da pesquisa, de contextualização e exploratória são estas práticas construtivas da pesquisa que, trabalhadas em confluência, permitem ir constituindo uma perspectiva abstrato-concreta (em termos bachelardianos) na construção da problemática. Trabalhadas concomitante e articuladamente, colocam o sujeito no vértice de uma tensão produtiva em termos da construção da investigação e da formação investigador.

Na sequência, recuperou-se o sentido e os fazeres que caracterizam algumas destas práticas, especificamente as pesquisas da pesquisa, teórica, metodológica e exploratória<sup>3</sup>. Buscou-se, também, sinalizar

3 Sobre a pesquisa de contextualização, que não será abordada neste artigo, ver as formulações de Maldonado (2011).

alguns desafios que devem integrar sua realização e para fazer avançar seu potencial formativo.

## 3. A pesquisa da pesquisa

A construção de nossas pesquisas se dá no contexto concreto do campo da comunicação - o que sob a ótica do pesquisador não exclui relações e interfaces com outros campos já que nossos objetos são multidimensionais e complexos, exigentes de formulações também complexas para apreendê-los e nas quais se faz necessária a confluência de saberes disciplinares, apropriados e repensados para responder à natureza destes objeto. Nosso campo já dispõe de um “acervo” de métodos, procedimentos, reflexões, sistematizações, estruturações constituídas na sua caminhada histórica que não podem ser negligenciados pelo pesquisador (Lopes, 1990). A construção de novos conhecimentos se faz em confluência e confronto com este saber acumulado.

Toda pesquisa que se compromete efetivamente com o avanço do conhecimento necessita colocar-se em diálogo com a produção do campo onde se insere (e de outros afins) no que concerne à problemática investigada, nos vários âmbitos da sua fabricação (domínios epistemológicos, teóricos, metodológicos, técnicos). Diálogo este que implica operar com e contra: com as proposições que se mostrem férteis para laborar na problemática investigada e contra o que pode obliterar a construção e captura do fenômeno investigado – por empenho da ação enérgica do pensamento polêmico (Bachelard, 1977), da reflexão sensibilizada e alimentada pelas solicitações e resistências dos objetos concretos. A pesquisa da pesquisa torna-se, por conseguinte, uma prática relevante para tomar contato com esta produção, a fim de que as novas investigações contemplem e considerem estes desenvolvimentos e aquisições e busquem efetivamente avançar com e a partir deles.

Realizar este movimento implica trabalhar com investigações relacionadas ao problema/objeto fazendo delas elemento ativo da fabricação da pesquisa em que laboramos. Concretamente, exige desde ações



Consciente ou não, o pesquisador, ao iniciar um processo de investigação, trabalha com concepções de método, tanto num nível mais geral (...), quanto em níveis mais específicos da sua construção.

mais operativas de levantamento das pesquisas até o trabalho alentado de reflexão e de desconstrução, que permita ao pesquisador empreender apropriações, reformulações e alargamentos das propostas, em vários níveis.

Um levantamento e mapeamento geral das pesquisas realizadas é importante para situar-se neste processo e orientará o trabalho de reflexão aprofundada daquelas que se mostrem relevantes para o trabalho de apropriação. Programas de pesquisa da pesquisa devem ser elaborados para que este movimento se efetive. Os esforços de busca e de triagem das pesquisas devem ser estrategicamente pensados em sua concretização. Operacionalmente, isso requer conhecer e adentrar nos lugares/espacos onde se pode encontrar tais pesquisas, o que tem relação com os processos de organização do acervo do nosso campo no atual estágio de seu desenvolvimento, catalogação e publicização.

Localizadas e acessadas as pesquisas, é necessário passar ao processo de estudo interessado e reflexivo daquelas que se mostrarem relevantes para a sua investigação. Neste processo, é importante a prática da desconstrução metodológica, que implica refazer reflexivamente o percurso de construção da pesquisa, identificando os elementos arquitetônicos que a estruturam, explicitando as bases da sua construção e refletindo sobre seu sentido e articulação com os demais componentes.

Esta prática pode oferecer elementos concretos que, problematizados adequadamente, contribuem para a elaboração da pesquisa em processo em todos os seus níveis (construção do problema/objeto, da justificativa, de contextos, da teorização, das estratégias metodológicas, dos procedimentos de descrição e de análise dos dados); simultaneamente, colabora para a formação do pesquisador, na medida em que

propicia aprendizado metodológico concretamente vivenciado a partir do trabalho alentado de exame e crítica de investigações, contribuindo para o alargamento da capacidade de pensar/projetar a pesquisa de maneira consciente.

A realização da pesquisa da pesquisa permite visualizar os problemas já enfrentados na investigação, os conhecimentos obtidos e daí trabalhar na formulação de questionamentos que tragam à luz novas dimensões dos fenômenos comunicacionais. Ela fornece elementos concretos para fundamentar a construção da relevância científica permitindo situar, problematizar e afirmar a contribuição que a pesquisa em execução vai oferecer em relação ao conjunto de conhecimentos do campo relacionados ao problema/objeto investigado. Na dimensão teórica, esta operação contribui para pensar possibilidades e propostas que se mostrem férteis para aprofundamento na pesquisa em construção, assim como para visualizar insuficiências neste nível que podem ser objeto de superação. Pode, ainda, fornecer elementos para situar contextos pensados como relevantes para a problemática investigada. No plano propriamente metodológico, pode fornecer inspirações e elementos para arquitetar métodos e procedimentos de coleta e de análise dos dados na investigação em processo.

#### 4. A pesquisa metodológica

Consciente ou não o pesquisador, ao iniciar um processo de investigação, trabalha com concepções de método, tanto num nível mais geral (teorias do conhecimento, do método científico) quanto em níveis mais específicos da sua construção (teorias dos métodos de observação, de descrição etc.). O domínio da fabricação da pesquisa exige instaurar processos de reflexão deste nível o que implica, en-



## No plano da construção do objeto empírico, é crucial investir na reflexão sobre os métodos e no reconhecimento de que eles operam inclusões e exclusões.

tre outras ações, realizar pesquisa metodológica. Isto significa investir em trabalho de reflexão de teorias do método para alicerçar a construção da investigação e seu domínio reflexivo. Lembremos com Bachelard (1977) e Bourdieu et al (1999) que os métodos são teorias em ato.

Num primeiro plano, é importante instituir processos de reflexão relativos à construção do conhecimento científico que permitam pensar, problematizar e visualizar a natureza deste conhecimento, suas bases, seus processos. Estas reflexões, ao longo da caminhada de construção da pesquisa, vão acompanhando as práticas investigativas e propiciando o domínio do seu sentido. Programas de estudo e reflexão relacionados ao método investigativo devem acompanhar o processo de formação do pesquisador, potencializado no espaço de disciplinas de metodologia, nas atividades dos grupos de pesquisa, assim como nas práticas de orientação.

No plano da construção do objeto empírico, é crucial investir na reflexão sobre os métodos e no reconhecimento de que eles operam inclusões e exclusões, conferem existência científica a determinadas dimensões, obliterando a captura de outras (Bourdieu et al. 1999). Esta reflexão é importante porque, em confluência com os processos de aproximação empírica e de visualização de especificidades que o fenômeno apresenta, permite aprender a recriar e reinventar métodos e procedimentos necessários para superar limites seus e obstáculos epistemológicos.

Os processos formativos e de orientação devem permitir aos pesquisadores aprendizes reconhecer que as problemáticas propõem modos de questionamento e de compreensão de um fenômeno que fazem exigências em termos do objeto empírico a ser

fabricado – de que elas solicitam olhar dimensões ou aspectos, em cuja captura/construção intervirão os métodos e procedimentos de observação. É necessário investir na construção de arranjos metodológicos que trabalhem em favor da captura/construção destas dimensões (Bachelard, 1977; Bourdieu et al. 1999; Mills, 1975).

A pesquisa metodológica (que também se realiza na pesquisa da pesquisa) exige a instauração de processos de estudo, reflexão, desconstrução, reformulação e apropriação de propostas metodológicas (contidas em textos metodológicos reflexivos e em pesquisas concretas), para delas extrair elementos que possibilitem arquitetar arranjos metodológicos que respondam aos requerimentos das problemáticas com as quais estamos trabalhando. As aproximações empíricas, pela via da pesquisa exploratória, em confluência com esta prática, permitem realizar uma fabricação metodológica sensível às especificidades do fenômeno estudado.

A atual complexidade e a multidimensionalidade dos fenômenos comunicacionais/midiáticos colocam o desafio de operar, não apenas no nível teórico, mas também no metodológico, com configurações multiperspectivadas, não redutoras. A construção e a experimentação de estratégias multimetodológicas em pesquisas comunicacionais têm revelado sua fertilidade neste sentido (Lopes et al, 2002; Bonin, 2004) e são importantes experiências de aprendizado, quando reflexivamente instauradas. Grosso modo, elas implicam em construir arranjos de métodos e de procedimentos diversos que confluem para a captura/construção das múltiplas dimensões requeridas pela problemática concreta; para a fabricação de dados complexos, de angulações distintas de um mesmo dado ou aspecto crucial (operações multifocais na captura/fabricação dos dados); para a



superação de limites de um método ou procedimento por outro, ou por seu redesenho.

A construção destes arranjos deve valer-se da reflexão teórica dos métodos para dar conta, dos pressupostos que se instituem como configuradores destes objetos, das possibilidades que oferecem a esta captura/construção e dos limites que impõem. Esta reflexão, em convergência com as pistas e constatações advindas da pesquisa exploratória, deve permitir obrar em processos de reinvenção, de criação e de integração com os demais métodos e procedimentos, em um desenho coerente.

## 5. A pesquisa exploratória

Desafiada pelas reconfigurações nas dinâmicas que conformam os objetos do campo, a pesquisa em comunicação enfrenta a necessidade de construir suas problemáticas com forte atenção à dinâmica concreta dos fenômenos que investiga, daí a necessidade de aproximações empíricas exploratórias para dar conta destes objetos “móveis, nômades, de contornos difusos” (Lopes, 2006).

Sobre a pesquisa exploratória se pode dizer, de modo simplificado, que implica aproximações ao fenômeno concreto a ser investigado buscando perceber seus contornos, suas especificidades, suas singularidades. As ações de pesquisa exploratória abrangem planejamento, construção e realização de sucessivas aproximações empíricas a partir de várias angulações possíveis que interessam ao problema/objeto em construção.

Os movimentos exploratórios podem ter natureza e procedimentos diversos. Podem incluir o levantamento de dados já existentes, armazenados em outras pesquisas ou instituições; comumente se fazem pela imersão direta no “campo”, que pode se dar, por exemplo, através de observação direta de produtos midiáticos a serem investigados, de entrevistas com informantes-chave e, ou de procedimentos mais intensivos e estruturados, como a aplicação de entrevistas ou de questionários a grupos ou sujeitos de interesse da pesquisa.

A pesquisa exploratória traz contribuições importantes para a construção investigativa. As pistas e constatações relativas ao fenômeno investigado, geradas através dela, facilitam a construção e a concretização dos problemas/objetos de pesquisa; permitem trabalhar na elaboração de configurações teóricas sensíveis aos objetos concretos da realidade comunicacional e suscitam o aprofundamento de dimensões que se revelam importantes na sua configuração. A pesquisa exploratória também oportuniza experimentar, vivenciar e testar métodos e procedimentos para compor e construir arranjos metodológicos sensíveis às demandas da problemática e das lógicas dos objetos empíricos. Auxilia, ainda, na construção das amostras e, ou corpus a serem focalizados na investigação sistemática. Exercícios multiangulados de aproximação empírica são importantes porque aguçam a percepção de dimensões dos objetos naturalizadas ao olhar – pela possibilidade de distanciamento/estranhamento que potencializam (Bonin, 2006).

## 6. A pesquisa teórica

Pensando a construção das investigações e simultânea formação do pesquisador, um desafio fundamental que se coloca é desenvolver uma compreensão genuína do que seja teoria, do que sejam conceitos, do seu papel na geração de conhecimentos, no processo de pesquisa.

Nesse sentido, é importante que os processos formativos e de trabalho com a teoria permitam ao pesquisador aprender a compreendê-las concretamente enquanto proposições e tentativas de compreensão do objeto de conhecimento do nosso campo, produto de esforços contextual e historicamente situados, cujo valor é dado pela possibilidade que oferecem para a compreensão dos objetos investigados. Estes processos formativos e de orientação devem permitir a compreensão das teorias como construções provisórias e sujeitas à retificação, cuja potencialidade explicativa necessita ser pensada polemicamente



e apropriada para dar conta dos fenômenos comunicacionais e midiáticos que se investiga.

É importante, nestes processos pedagógicos, laborar para ultrapassar visões reducionistas como as que colocam a teoria como mera “revisão de literatura”, associando-a a prática de arrolamento ou resenha de proposições teóricas e de resultados de pesquisas relacionadas ao problema investigado. Realizar a teoria na pesquisa implica, fundamentalmente, efetivar um trabalho de construção e de articulação de proposições teóricas que permitam compor um quadro compreensivo para a especificidade do problema/objeto investigado.

Trabalhar em pesquisa teórica abrange a busca e seleção de proposições relevantes para fundar linhas de compreensão do problema/objeto investigado; estudo, reflexão e desconstrução de propostas teóricas e a sua reconstrução para atender às demandas do objeto concreto investigado. O contato com elementos empíricos contribui neste processo ao permitir tensionar as proposições explicativas dos autores, questioná-las e aproximá-las do objeto empírico que se pretende estudar.

Neste processo, deve-se trabalhar no sentido de fazer com que o pesquisador vá se reconhecendo em seu papel autoral ao fabricar a teoria na pesquisa. Pois se as proposições teóricas dos autores estudados servem de embasamento para a construção teórica na pesquisa, o modo como essas são construídas, questionadas, alargadas e articuladas a outras propostas caracteriza uma construção teórica autoral.

Ainda, é necessário instituir processos que permitam ao pesquisador em formação perceber que a teoria se articula e impregna todos os componentes arquitetônicos de um projeto de pesquisa; que ela orienta a construção da fase de observação, que envolve a elaboração de estratégias e de procedimentos metodológicos para realizar a investiga-

ção empírica. Em pesquisa não se observa qualquer coisa, mas aquilo que o problema, os objetivos e as perspectivas teóricas suscitam. Assim também a amostragem e/ou o corpus a estudar, os métodos e as técnicas de pesquisa precisam articular-se com a perspectiva teórica que informa a problemática.

## 7. Considerações finais

Neste texto buscou-se refletir sobre os processos de orientação de pesquisas a partir da necessidade de formação para o domínio da dimensão metodológica, assumindo que esta dimensão é chave na formação do investigador. A partir de fundamentações que colocam a necessidade de inter-relação entre os polos teoria/empíria na pesquisa, foi sinalizado o desafio de operar concretamente esta perspectiva na orientação da prática investigativa, tomada simultaneamente como lugar de fabricação do conhecimento e de formação do pesquisador. Com base em experiências concretas, buscou-se refletir sobre práticas que, em inter-relação, instituem esta relação teoria/empíria no processo de consolidação da proposta investigativa e que, acompanhadas de reflexão sobre o seu sentido no processo da pesquisa, instauram um lugar fecundo de aprendizado metodológico.

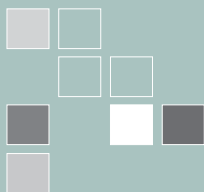
Estes desafios de formação metodológica devem ser assumidos na concepção de estratégias e de procedimentos nos processos de orientação. Entretanto, para que a formação do pesquisador se efetive, há necessidade de confluências de cenários e de ambientes formativos. Assim, propostas e desenhos concretos de disciplinas da graduação, do mestrado e do doutorado, em particular aquelas voltadas à metodologia e à construção das pesquisas em processo, práticas dos grupos de pesquisa e de demais ambientes de formação também precisam ser concebidos e concretizados em termos de sua contribuição para este processo de construção de culturas de pesquisa e de formação dos pesquisadores.



## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- BACHELARD, Gaston. *A epistemologia*. Rio de Janeiro: Zahar, 1977.
- BONIN, Jiani Adriana. *Identidade étnica como matriz configuradora de sentidos na recepção televisiva*. In: Seminário Internacional: Leituras e interpretações sobre a imigração na América Latina, 2004, São Leopoldo. Anais do Seminário Internacional: Leituras e interpretações sobre a imigração na América Latina, 2004. v. 1. p. 1-15.
- \_\_\_\_\_. *Nos bastidores da pesquisa: a instância metodológica experienciada nos fazeres e processualidades de construção de um projeto*. In: Efendy Maldonado; (Org.). *Metodologias de pesquisa em comunicação: olhares, trilhas e processos*. 1 ed. Porto Alegre: Sulina, 2006, p. 21-39.
- BOURDIEU, Pierre et al. *A profissão de sociólogo*. Preliminares epistemológicas. 2ª ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 1999.
- BOURDIEU, Pierre. Esboço de uma teoria da prática. In: ORTIZ, Renato (org.). *Pierre Bourdieu: Sociologia*. São Paulo: Ática, 1994a. p. 46-81.
- \_\_\_\_\_. Gostos de classe e estilos de vida. In: ORTIZ, Renato (org.). *Pierre Bourdieu: Sociologia*. São Paulo: Ática, 1994b. p. 82-121.
- CERTEAU, Michel de. *A invenção do cotidiano*: 1. Artes de fazer. Petrópolis, RJ: Vozes, 1994.
- LOPES, Maria Immacolata V. *Pesquisa em Comunicação: formulação de um modelo metodológico*. São Paulo: Loyola, 1990.
- \_\_\_\_\_. O campo da comunicação: sua constituição, desafios e dilemas. *Revista Famecos*, Porto Alegre, n.30, p.16-30, ago. 2006.
- LOPES Maria Immacolata V. et al. *Vivendo com a telenovela*. Mediações, recepção, teleficcionalidade. São Paulo: Summus, 2002.
- MALDONADO, Efendy. Produtos midiáticos, estratégias, recepção. A perspectiva transmetodológica. *Ciberlegenda*, Rio de Janeiro, n.9. p. 1-15, 2002. Disponível em: <[www.uff.br/mestcii/efendy2.htm](http://www.uff.br/mestcii/efendy2.htm)> Acesso em jun. 2011.
- \_\_\_\_\_. Pesquisa em comunicação: trilhas históricas, contextualização, pesquisa empírica e pesquisa teórica. In: MALDONADO et. al. *Metodologias da pesquisa em comunicação: olhares, trilhas e processos*. 2ª ed. Porto Alegre: Sulina, 2006. p.277-303.
- MILLS, C. Wright. *A imaginação sociológica*. 4ª ed. Rio de Janeiro: Zahar, 1975.





# IDENTIDADES BRASILEIRAS NAS HISTÓRIAS EM QUADRINHOS

IDENTIDADES BRASILEÑAS EN CÓMICS

*BRAZILIAN IDENTITIES IN COMIC BOOKS*

## Geisa Fernandes D'Oliveira

■ Nasceu em Niterói, RJ. Formada em História pela Unicamp, é Doutora em Comunicação pela Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo. Membro do Observatório de Histórias em Quadrinhos (ECA/USP), colabora com a Revista Latinoamericana de Estudios sobre la Historieta (Cuba) e com o International Journal of Comic Arts (EUA). Paralelamente à pesquisa acadêmica e à literatura, atua em projetos na área de música, como cantora e compositora.

■ E-mail: [geisaf@hotmail.com](mailto:geisaf@hotmail.com)



## RESUMO

O processo de construção de uma crítica apropriada às histórias em quadrinhos. A busca por histórias tipicamente nacionais. Histórias em quadrinhos: política e resistência. As diversas construções identitárias contemporâneas.

PALAVRAS-CHAVE: QUADRINHOS; IDENTIDADE; HUMOR; BRASIL.

## RESUMEN

El proceso de construcción de una crítica apropiada a los cómics. La búsqueda de historietas típicamente nacionales. Historietas: política y la resistencia.

Las diversas construcciones de la identidad en la contemporaneidad.

PALABRAS CLAVE: HISTORIETAS; IDENTIDAD; HUMOR; BRASIL.

## ABSTRACT

The process of building an appropriate critique to comics. The search for typically national stories. Comics: politics and resistance. The various forms of contemporary identities.

KEYWORDS: COMICS; IDENTITY; HUMOR; BRAZIL.

## 1. Construindo a crítica

O crítico alemão Dietrich Grünewald (2000) cita o trabalho *História da História da Arte*, de U. Kultermann, para ilustrar o surgimento e a consolidação da crítica própria das histórias em quadrinhos. Segundo Kultermann (1996), não há uma história da arte antiga, pois o espírito do tempo da época não permitia esta aproximação. Foi necessária uma mudança da percepção coletiva, ocorrida nos decorrer dos séculos XIV e XV, para que pintores, escultores ou artesãos se vissem como artistas. Somente a partir desse reconhecimento, passa a ser possível se falar em uma teoria sobre a arte, um registro de sua história para além dos objetos representativos.

Nas histórias em quadrinhos ocorreu, de forma semelhante, primeiramente uma ausência de crítica especializada, seguida por trabalhos pioneiros que se calcavam prioritariamente sobre gostos pessoais. A grande flexibilidade dos quadrinhos torna-os capazes de dialogar com diversos seguimentos de público, podendo ser apreciados bem longe de suas fronteiras originais, circulando internacionalmente com desenvoltura. Por outro lado, cria dificuldades para seus teóricos, os quais não raro confundem o meio com a linguagem e seus gêneros.

Para Grünewald, as histórias em quadrinhos chegam mesmo a desfrutar dessa posição intermediária entre uma linguagem de grande aceitação, porém ligada a uma forma marginal de cultura. Entenda-se por margem assuntos abstraídos

da lista de interesses do público culto europeu. Somente a partir dos anos sessenta do século XX, com a influência declarada das histórias em quadrinhos na obra de exaltados artistas como Andy Warhol, a crítica passa a voltar seus olhos para produções ligadas à sociedade de consumo. (Grünewald, 2000, p.67-9).

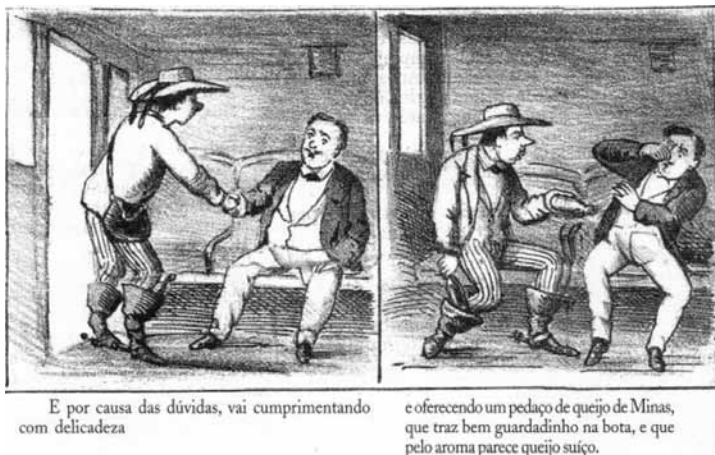
No entanto, o significativo aumento do número de trabalhos sobre histórias em quadrinhos na academia (Vergueiro; Santos, 2006), seu emprego em exames de admissão para as diversas universidades brasileiras e a presença cada vez mais assídua de produtores e críticos da área em eventos literários são provas do estabelecimento da linguagem como forma de compreender o real. O discurso dos quadrinhos se “qualifica”, obtém “competência” para ser usado como mediador de realidades, na medida em que é visto pelo pesquisador como fonte primária, assim como ocorre com a produção de outras linguagens (a fotografia, a telenovela, o romance).

## 2. Em busca de um quadrinho nacional

A busca por histórias em quadrinhos que incorporassem elementos tipicamente nacionais e fossem além da reprodução dos trabalhos estrangeiros encontra-se na gênese da linguagem no Brasil. Dentre as marcas da produção locais, destacam-se a acentuada crítica política e de costumes, temas compartilhados com a caricatura, da qual os quadrinhos brasileiros herdaram muitas de suas características (Figura 1).

Coube a um criativo e mordaz caricaturista, o ítalo-brasileiro Angelo Agostini, a autoria das primeiras narrativas em imagens seqüenciadas publicadas no Brasil (Cirne, 1990, p.16). Em *As Aventuras de Nhô Quim*, de 1869 e *As Aventuras de Zé Caipora*, de 1883, Agostini explorou o humor presente no confronto entre tipos urbanos e rurais. A Corte e suas afetações européias e as riquezas de fachada eram postas à prova por tipos nacionais como o homem do campo (rude, porém próspero) ou o valente índio brasileiro.

Figura 1

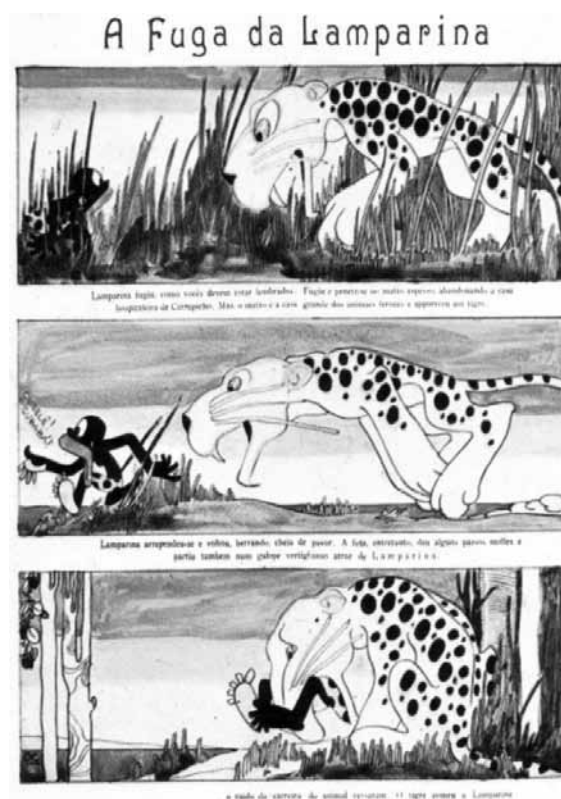


Embora pautado por grandes sucessos vindos de fora, o mercado nacional de quadrinhos não raro expressou a preocupação em definir o conceito de brasilidade. Na Revista *O Tico-Tico* (1905), por exemplo, o carro chefe era o célebre *Chiquinho*, na verdade *Buster Brown*, criação do norte-americano Richard Felton Outcault. Na versão brasileira, porém, o menino aparecia devidamente escoltado pelo amigo negro *Benjamin*, personagem não existente na história original. (Cirne, 1990, p.21) (Figura 2)

Estratégia algo parecida de lidar construção e (re)afirmação de identidades são expressas nos trabalhos de jovens autores nacionais, representantes de uma geração movida pelo cruzamento de gêneros estilísticos (há lugar para citações a filmes, livros, programas de televisão). A profusão de referências utilizadas na construção das identidades brasileiras reúne elementos tradicionais da cultura brasileira e apropriações de tendências internacionais. A impressão é a de que nenhuma origem deva ser identificável, nenhuma fronteira reconhecível e nenhum limite desejado. No entanto, o atrito entre o conceito de identidade nacional e suas possíveis manifestações na representação se manifesta em brechas demonstradas tanto pelos autores, quanto por seus críticos. Este é o caso da leitura que o crítico brasileiro Moacyr Cirne (1990) faz da obra do desenhista J. Carlos, criador do personagem *Lamparina*, história publicada na revista *O Tico-Tico*.

Cirne atribui a J. Carlos a criação, em 1928, do primeiro personagem negro, tipicamente brasileiro, das histórias nacionais. No entanto, *Lamparina* é descrita como uma menina proveniente de uma tribo de “selvagens”, que não fala português e que foi oferecida pelo rei da tribo a Jujuba, outro personagem da galeria de J. Carlos para *O Tico-Tico*, como um presente por suas “mágicas”.

A origem exógena de *Lamparina* e a forma como ela se aproxima da cultura brasileira - por meio de uma oferenda e não de uma conquista - recai em



velhos estereótipos disfarçadamente racistas, os quais enaltecem a variedade de grupos presentes na formação do povo brasileiro estabelecendo, no entanto, uma rígida hierarquia entre eles.

Neste sentido, a análise de Cirne seria mais problemática, por seu tom anacrônico, que o desenho de J. Carlos, uma vez que este está inserido num senso comum da época, enfraquecido, mas ainda vigente, a respeito da identidade nacional. Ao situar a menina *Lamparina* no cenário nacional, a partir de um ponto de vista exógeno, J. Carlos está de acordo com diversas teorias sobre raça e cor vigentes na década de 1930 no Brasil. Por outro lado, Cirne, ao ver no personagem um símbolo do “tipicamente nacional”, descontextualiza a discussão a respeito destas teorias e toma a representação somente pelo que ela deixa ver, descartando o que ela oculta.

### 3. Pagú e a construção de uma identidade política

Ancestral do *Pasquim*, o jornal *O Homem do Povo* foi fundado em março de 1931 por Oswald de Andrade e Patrícia Galvão, a Pagú. A jornalista assinava uma coluna (*A mulher do povo*) e tam-



bém uma história em quadrinhos: *Malakabeça*, *Fanika* e *Kabelluda*. O tom panfletário da publicação se fazia presente também na narrativa, que contava a história de um casal burguês que recebe “da cegonha”, uma sobrinha pobre. Dentre outras peripécias, a *Kabelluda* provoca o ciúme da mãe adotiva, torna-se militante comunista, morre fuzilada e ressuscita.

As tiras de Pagú são exemplos de como uma figura estranha ao meio editorial da época (uma mulher jornalista, no Brasil, na década de 1930) apropriou-se das histórias em quadrinhos com fins políticos. Pagú colaborava também como ilustradora e escrevendo diversas colunas no jornal, sob pseudônimos. As histórias de *Kabelluda* situam-se num terreno de transição entre ilustração e quadrinhos. Os balões de fala são pouco utilizados e as calhas a serem preenchidas pelo leitor muito extensas, o que confere à narrativa um desenvolvimento em saltos, dificultando o fluxo do *continuum virtual* (Cirne, 2000).

Lançando mão de uma linguagem intimamente ligada à sociedade de consumo capitalista, os quadrinhos de Patrícia Galvão são testemunhos da incorporação de regionalismos como forma de ampliar a difusão de suas idéias pela ideologia comunista, apesar de sua intenção de internacionalismo. O fato d’*O Homem do Povo* reservar espaço para histórias em quadrinhos é significativo, pois indica uma preocupação da publicação em se assemelhar a outros jornais do período, propondo um espaço lúdico de interação com o leitor (Figura 3).

Nas histórias de Pagú, mais que a militância política, restrita ao sentido de reprodução das diretrizes partidárias, vê-se uma tentativa de subversão dos costumes. Na tira reproduzida, a brincadeira com a paixão de Cristo e a mensagem malcriada da *Kabelluda* ressuscitada (“agora vocês me pagam”) se apóiam em situações facilmente reconhecíveis pelo leitor brasileiro para, a partir de outro final, ou seja, da proposição de uma estratégia de agência diferente daquela costumeiramente ligada aos cânones católicos (a obediência, a redenção pela morte) chamar atenção do leitor comum para as múltiplas possibilidades de interação com sua realidade.

A construção da identidade política ganha contornos regionais, integrando-se ao momento vivido pelo país, e a representação deixa aparentes as frestas que compõem a relação como referencial. O “homem do povo” (com o qual a *Kabelluda* foge em uma das histórias), tanto pode ser o brasileiro ideal a quem Pagú e Oswald de Andrade, ambos procedentes de famílias burguesas, tentavam se dirigir; quanto cada um dos “trabalhadores do Brasil”, evocados por Getúlio Vargas no início de seus discursos.

#### 4. Humor e resistência: O Pasquim

Ligado a um momento mais recente de nossa história, o periódico humorístico *O Pasquim* foi a grande publicação do período do regime militar brasileiro, destacando-se por uma postura nacionalista e crítica contra os desmandos dos poderes dominantes.

Assim como *O Tico-Tico*, o *Pasquim* não era uma revista propriamente de quadrinhos, mas

com histórias em quadrinhos (além de charges, caricaturas e entrevistas). Fundado pelo cartunista Jaguar juntamente com Tarso de Castro, Sérgio Cabral e Carlos Prósperi, o tablóide semanal de humor, visava substituir *A Carapuça*, que pouco antes havia encerrado suas atividades.



Figura 3





O primeiro número chegou às bancas em 26 de junho de 1969. Era um semanário de crítica de costumes onde pouco espaço cabia ao comentário político aberto. No começo havia pouco espaço para política e a publicação era basicamente comportamental. Mas com o recrudescimento da ditadura, o jornal passou a sofrer uma maior vigilância dos militares, tornando-se, por sua vez, mais e mais politizado (Figura 4).

Na medida em que a censura aumentava, o *Pasquim* intensificava sua verve crítica, seguindo a tradição do humor impresso de assumir uma postura de luta contra a opressão. Desta forma, se colocavam como herdeiros de *O Malho*, *A Careta*, *Dom Quixote*, *A Manhã*, o *Pif-Paf*, e a citada *Revista Ilustrada*.

O jornal durou 22 anos, encerrando-se em 1991. Sua trajetória é mais um exemplo de como as artes gráficas podem ser usadas como uma via de entendimento do processo de inclusão do país em discussões estéticas (no que se refere à forma), econômicas (fatores referentes à produção e circulação dos exemplares) e políticas (temas mais frequentes, grau de liberdade de produção, dentre outros).

## 5. Quadrinhos e a modernidade líquida (Figura 5)

A imbricada relação entre poder e saber é trabalhada de maneira bem humorada na série *As Cobras*, do escritor e quadrinista brasileiro Luis Fernando Veríssimo. Os personagens estão presos num labirinto que “muita gente sabe explicar”, mesmo sem conhecer a saída. Pode-se imaginar que a cobra do último quadro, apesar de não saber explicar o caminho para a saída, saiba guiar os outros até lá, o que já seria um avanço considerável, apesar de pouco conveniente, porque implicaria numa relação de dependência. Ou seja: explicar o labirinto e não saber onde fica a saída é um conhecimento tão vão quanto conhecê-la, mas não saber explicar onde

ela fica. Qualquer posição intermediária é também incompleta e, portanto, indesejada. Em outras palavras: saber, sem poder; assim como poder, sem saber, não levam muito longe. Um, sem o outro, são competências incabadas, que não se sustentam.

Consideremos a sociedade brasileira como o labirinto. Tomando como base a teoria de Bauman (2001), este seria formado não por paredes ou cercas vivas, parecendo-se mais com um emaranhado fluido, sem contornos definidos, ao qual estaríamos confinados. É um espaço que pode se tornar viscoso a qualquer momento, mas que oferece como compensação a seus habitantes/prisioneiros uma notável capacidade de adaptação. Mesmo ignorando se há um local fora do labirinto (ou, em caso positivo, se ele oferece vantagens em relação à posição anterior), nos movimentamos por ele e demarcamos nossa passagem por meio das representações.

A maneira como demarcamos essa passagem não se mantém constante e pode ser descrita de diversas maneiras. Para o crítico Antônio Cândido (1970), a tolerância se impõe como um traço distintivo da sociedade brasileira desde sua formação. A consequência dessa característica na literatura é a formação de tipos que tratam a lei apenas como uma instância mediadora na construção de sua conduta moral.



Figura 4



Figura 5

Valores cristalizados e normas de comportamento social e privado tradicionais são, ao mesmo tempo, ambicionados e rechaçados. A busca por um ideal de civilização nos moldes europeus convive com a recusa em relação à aplicação dos dispositivos legais que zelariam por esta mesma civilização que se queria inventar.

A lei, tomada não como um regulador social, mas como uma mera mediação, garante a manutenção da liberalidade de costumes, sendo esta a faceta mais atraente da sociedade que se formava. Daí nosso apreço tão remoto pela piada corrosiva e pelo anti-herói. (Cândido, 1970).

Não sendo descendentes diretos dos europeus, como tampouco o foram nossos antepassados espanhóis e portugueses, povos que já mantinham contato com outras culturas e por elas se deixaram influenciar, não produzimos heróis no sentido dado por Will Eisner (2005) ao vocábulo, ao tratar das influências nacionais nos quadrinhos. Para este autor, o super-herói é produto da liberdade da qual os autores de quadrinhos dispõem e configura um exemplo da necessidade de diferenciação em relação ao realismo de outras linguagens visuais, como o teatro e o cinema.

Mesmo remetendo a tipos clássicos, como os homens fortes do circo, de onde deriva sua vestimenta peculiar (Eisner, 2005, p.78) os super-heróis são figuras específicas da cultura norte-americana, satisfazendo um fascínio coletivo pelo homem que, por sua retidão de caráter, integridade e força física alcança seus objetivos. A malícia, tão apreciada pelos brasileiros, é um elemento ausente nesta equação. No entanto, às influências de características nacionais sobre o autor de quadrinhos, vêm se juntar a utilização de códigos universalmente reconhecíveis, traduzidos em gestos, posturas corporais, expressões faciais, entre outros componentes da linguagem visual. Imagens facilmente reconhecíveis dialogam com a realidade, não pela semelhança, mas por recordarem experiências comuns (ibidem, p.19).

A busca pelo equilíbrio entre os dois lados desta balança se alinha com o conceito de “modernidade líquida” descrito por Bauman. Os agentes sociais terão de deslizar fluidamente pelas categorias de produtores, receptores, críticos e divulgadores. Sai de cena o artista inalcançável, detentor do conhecimento de produção (mas não necessariamente de reprodução), para dar lugar ao agente múltiplo, que entende sua arte como expressão cultural e produto de massa. O consumidor, por sua vez, abandona a crença de ocupar o último degrau da escada das produções culturais e se percebe como elo de uma cadeia.

O movimento de realocação de saberes e o estabelecimento de discursos nos permitem descobrir muito a respeito do que as sociedades entendem por ciência, seus sistemas de crenças e relações de poder. Os objetos sobre os quais se debruçam o saber instituído mudaram, por certo, mas não foram os únicos. O olhar que os agentes sociais lançam sobre ele também já não é mais o mesmo.

A expansão e diferenciação dos suportes responsáveis pela divulgação de histórias em quadrinhos trazem novas questões ao campo: se a tira e a caricatura não perdem seu frescor na forma impressa ou digitalizada, até que ponto uma história interativa, somente disponível na internet, na qual o leitor escolhe o andamento e os desfechos da narrativa ainda é uma história em quadrinhos? O quanto indispensáveis para este discurso são as calhas, os enquadramentos e mesmo o contato tátil, o virar de páginas? Quais as consequências para o autor do aumento do número de pessoas que terão acesso à obra e dos canais de veiculação? Como suprir todos os sites especializados, além das versões *on line* de jornais e revistas?

A intensa troca de informações entre elaborador e receptor que se verifica atualmente terá, decerto, desdobramentos que escapam aos observadores contemporâneos. É possível afirmar, no entanto que, a partir das alterações, outras apreciações se estabelecerão e talvez o panorama da produção nacional da-





qui a algumas décadas guarde poucas semelhanças com o cenário atual. Mudam os agentes culturais e o mesmo acontece com as representações.

O caráter líquido não significa uma perda de características essenciais. Assim como uma determinada quantidade de água (num copo ou derramada no chão) continua a ser água, também os indivíduos mantêm marcas distintivas próprias dentro da sociedade, independente da função que

exercçam. A liquidez diz respeito à impossibilidade de se estabelecer um preceito rígido de classificação que dite o que pode vir a ser classificado de tipicamente nacional. A coexistência entre o que há de fixo e de móvel nesta nova conformação social se alia ao exercício das identidades contemporâneas. Neste sentido, a linguagem dos quadrinhos comporta expressões, aplicações e reinvenções de diversos modelos de brasilidade.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

AGOSTINI, Angelo. “As Aventuras de “Nhô-Quim”, ou Impressões de uma viagem à Corte”. In CARDOSO, Athos (org.) *As Aventuras de Nhô-Quim & Zé caipora: os primeiros quadrinhos brasileiros 1869-1883*. Brasília: Senado Federal, Conselho Editorial, 2002.

ANDRADE, Oswald e GALVÃO, Patrícia. *O Homem do Povo*. Ed. Fac-símile. São Paulo: Imprensa Oficial do Estado, 1984.

BAUMAN, Zygmunt. *Modernidade Líquida*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2001.

CÂNDIDO, Antonio. *Dialética da Malandragem* (caracterização das Memórias de um sargento de milícias). *Revista do Instituto de Estudos Brasileiros*, nº 8, São Paulo, USP, 1970, pp. 67-89.

CIRNE, Moacy. História e crítica dos quadrinhos brasileiros. Rio de

Janeiro: Europa/FUNARTE, 1990.

\_\_\_\_\_. *Quadrinhos, Paixão e Sedução*. Petrópolis: Vozes, 2000.

EISNER, Will. *Narrativas Gráficas*. Devir: São Paulo, 2005.

GRÜNEWALD, Dietrich. *Comics*. Tübingen: Niemeyer Verlag, 2000.

KULTERMANN, Udo. *Historia de la historia del arte: el camino de una ciencia*. Madrid: Ediciones Akal, 1996.

VERÍSSIMO, Luis Fernando. *As cobras em: se Deus existe que eu seja atingido por um raio*. Porto Alegre: L&PM, 1997.

VERGUEIRO, Waldomiro e SANTOS, R. E. dos. *A Pesquisa Sobre Histórias em Quadrinhos na Universidade de São Paulo: análise da produção de 1972 a 2005*. *UNIrevista*, São Leopoldo, v.1, n.3, pp.1-12, jul, 2006.



# LA CIUDAD, ESPACIO DE EDUCOMUNICACIÓN Y PARTICIPACIÓN DE LA CIUDADANÍA ALFABETIZADA

A CIDADE, ESPAÇO DE EDUCOMUNICAÇÃO E  
PARTICIPAÇÃO DA CIDADANIA ALFABETIZADA

*THE CITY, SPACE FOR EDUCOMMUNICATION AND LITERATE  
CITIZENSHIP PARTICIPATION*

## Mari Carmen

■ Licenciada en Humanidades por la Universidad de Santiago de Compostela (España).  
Certificados de Aptitud Pedagógica y Estudios Avanzados; Grado de Licenciada, obtenido en el área de Lógica y Filosofía Moral. Línea de investigación que continúa la iniciada en el TIT sobre Medios de Comunicación y Educación en valores, ampliada en la tesina con la inclusión en el tema de la mujer y la publicidad; ambos trabajos enmarcados en el ámbito de la educación y la ética. Publicaciones de artículos y comunicaciones en congresos relacionados con: alfabetización audiovisual, ciberbullying, software libre o la adquisición de competencias digitales todo ello en relación con la formación de la ciudadanía y los medios de comunicación.

■ E-mail: [mariccaldeiro@yahoo.es](mailto:mariccaldeiro@yahoo.es)

## Jose Ignacio Aguaded Correio

■ Catedrático de Universidad del Departamento de Educación de la Universidad de Huelva (España). Vicerrector de Tecnologías y Calidad de la Universidad de Huelva. Presidente del Grupo Comunicar, colectivo veterano en España en educomunicación, y Director de la Revista Científica Iberoamericana «Comunicar» (indexada en JCR, Scopus). Es además Director del Grupo de Investigación «Ágora», responsable de múltiples proyectos de investigación nacionales e internacionales y la dirección de numerosas tesis doctorales. Es Director del Máster Internacional Interuniversitario de Comunicación y Educación Audiovisual (UNIA/UHU).

■ E-mail: [ignacio@aguaded.es](mailto:ignacio@aguaded.es)





## RESUMEN

La sociedad de la globalización, del conocimiento y las nuevas tecnologías requiere de una ciudadanía alfabetizada. Debe poseer la capacidad que le faculta para la emisión de juicios críticos, para dialogar, participar y contribuir al desarrollo de la comunicación que favorece las relaciones entre individuos. El surgimiento de los múltiples medios y tecnologías de la comunicación complejizan el entramado requiriendo de la alfabetización no sólo a nivel cognoscitivo sino también motor. Recientes estudios demuestran que el grado de alfabetización de la ciudadanía española no alcanza el mínimo establecido a nivel europeo, a pesar del esfuerzo del gobierno y de diferentes grupos de investigación, esta tarea se encuentra en proceso de desarrollo y actualmente no está completada. Constituye una preocupación que afecta a diferentes sectores de la población cuyo esfuerzo persigue alcanzar el objetivo en el menor tiempo posible.

**PALABRAS CLAVE:** GLOBALIZACIÓN; CIUDADES EDUCADORAS; COMUNICACIÓN; ALFABETIZACIÓN CIUDADANA.

## RESUMO

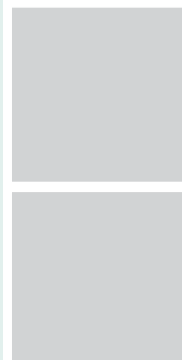
A sociedade das tecnologias do conhecimento, globalização e novos requer um conjunto de cidadãos alfabetizados. Deve ter a habilidade que lhe dá direito de emitir juízos críticos, para discutir, participar e contribuir para a promoção da comunicação relações entre os indivíduos. O surgimento de várias mídias e tecnologias de comunicação complicar o quadro que exigem alfabetização não só motor, mas também do nível cognitivo. Estudos recentes mostram que a alfabetização de cidadãos espanhóis não atinge o mínimo estabelecido a nível europeu. Apesar dos esforços do governo e diferentes grupos de pesquisa, esta tarefa está em desenvolvimento e não está concluída. É uma preocupação que afeta diferentes setores da população, cujo esforço visa atingir a meta no menor tempo possível.

**PALAVRAS-CHAVE:** GLOBALIZAÇÃO; CIDADES EDUCADORAS; MEIOS DE COMUNICAÇÃO; ALFABETIZAÇÃO CÍVICA.

## ABSTRACT

The society of globalization, knowledge and new technologies requires a form of literate citizenship. It must be able to issue critical judgments, to discuss, to participate and to contribute to promoting relationships between individuals. The emergence of multiple media and communication technologies complicates the picture, requiring literacy training not only on a tactical level but also on a cognitive one. Recent studies show that the literacy of Spanish citizens does not reach the minimum requirements at European level, despite the efforts of the government and different research groups. This task is under development and is currently not completed. It is a concern that affects different sectors of the population, whose efforts aim to achieve the goal in the shortest possible time.

**KEYWORDS:** GLOBALIZATION; EDUCATING CITIES; MEDIA; CIVIC LITERACY.



## 1. Introducción

La comunicación constituye el medio básico y fundamental que sustenta el origen y desarrollo de las relaciones interpersonales que, conforme avanza el tiempo, se van haciendo más complejas. Vivimos en un mundo globalizado en el que existen diferentes medios de comunicación que conforman el entramado mediático actual, a través de estos la ciudadanía se comunica y relaciona.

Actualmente existen otros agentes, espacios y lugares en los que el proceso comunicativo se lleva a cabo, donde se desarrollan relaciones interpersonales que contribuyen a la conformación de identidades; constituyen un ejemplo de ello las ciudades consideradas “espacios de concentración mayoritaria de individuos e instituciones” (Rizo, 2005, p.199). La concepción inicial como lugar de residencia continúa vigente aunque, conforme avanza el tiempo, se le van atribuyendo otras como las de: socializadora, comunicadora o incluso educadora. Se trata de un espacio donde la ciudadanía se relaciona y desarrolla su sentido de pertenencia; además de participar, hecho que constituye uno de los valores fundamentales de las sociedades democráticas, dialógicas y deliberativas.

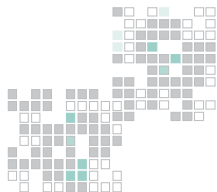
En el trabajo se hará referencia a la alfabetización y la adquisición de las competencias comunicativa y mediática como base del desarrollo de una ciudadanía crítica y participativa; capaz de, no sólo comprender la información derivada de la ingente cantidad de medios que día a día van apareciendo, sino también de comunicarse y relacionarse en los espacios de índole tanto privada como pública e incluso en los no presenciales. Estos últimos comienzan a imponerse cada vez más deprisa entre la ciudadanía, tal imposición viene determinada por la masiva introducción de las nuevas tecnologías y formas de comunicación en el quehacer cotidiano.

Por una parte en estos ambientes es posible el desarrollo de la participación y por otra constituyen ejemplos de espacios y agentes educativos que contribuyen a la formación de la ciudadanía del siglo

XXI. Una ciudadanía que no sólo ha de permanecer informada sino que debe comprender la información que recibe para poder emitir juicios que confirmen su autonomía crítica posibilitando la vida en sociedad y el desarrollo de la pluralidad.

## 2. Situación marco: globalización y sociedad del conocimiento

Cuando ya ha transcurrido más de una década del presente siglo continuamos cuestionándonos la situación en la que se desarrollan las relaciones entre los sujetos que ocupan un mismo espacio bien sea físico, bien virtual. Las relaciones sociales las determina en buena medida el entramado económico que marca también la pertenencia o no a una parte del mundo, acepción europea, o el globo como lo denominan los americanos. Tanto la mundialización como la globalización, acepciones de procedencia diversa, vienen a definir la situación social que se vive actualmente; además de si el término supone, como indica Bernardo (2006, p.262) “la continuación de las tendencias aperturistas que se aceleran en la segunda parte del siglo XX” o si se refiere, como continúa apuntando el autor, a “una ruptura con el pasado” se encuentra la contundente realidad social. Asistimos al desarrollo de la sociedad digital a la que precedía la denominada por (Ramonet, (2000, p. 271) “sociedad de la información global”. Como podemos observar el calificativo global es aplicable a todas aquellas situaciones en las cuales se hace referencia a una relación de interdependencia que puede poseer un carácter económico, social o cultural. En cuando a éste último: el carácter cultural, hemos de hacer alusión a la comunicación entendida como la principal forma de conexión de la ciudadanía. El desarrollo de estas relaciones se lleva a cabo dentro de un régimen político democrático al cuál se le aplican calificativos como el de deliberativo o el de dialógico que entroncan directamente con la comunicación y la globalización comunicativa, es decir, la posibilidad de establecimiento de relaciones de flujos comunicativos.



En la sociedad que venimos describiendo asistimos además a la globalización de los medios, que favorece según Bernardo (2006, p.306) “el crecimiento de los medios multinacionales, la tendencia a la centralización del control de los medios y el aumento y la intensificación de la comercialización”. De esta caracterización deriva el autor una serie de efectos positivos como puede ser la precisión competitiva y amenaza de los medios globales, que se extienden más allá de nuestras fronteras o una serie de valores propiamente occidentales, tales como: el individualismo o los derechos de las mujeres. Frente a estos se encuentran los negativos entre los que destaca la implantación del modelo comercial de la comunicación que significa que los medios además de abrirse al comercio exterior, poseen un poder de autoprotección que aumenta de forma progresiva llegando a determinar los contenidos que emiten y su sesgo ideológico.

La situación de globalización podemos entenderla en este caso como un desafío que ha de atacarse fundamentalmente desde el campo de la formación, de la educación que debe, para Martínez-Salanova, (2002, p. 3) “enseñar a aprender y aprender durante toda la vida y no solamente en las edades tradicionalmente asignadas para ello”. De este modo será posible combatir lo que Chomsky (1995, p.153) denominaba como “pensamiento único”, se trata de generar por tanto mentalidades críticas, capaces de pensar y actuar libremente; cuando indicamos mentalidades no precisamos en sus edades puesto que, como podemos observar en la cita anterior, la educación que se propone no hace referencia a una edad concreta, se refiere a aquellas personalidades morales o aquellos sujetos que así lo requieran debido a que el grado de madurez que se deriva de la emisión de sus juicios constata un nivel de desarrollo moral moderado y mejorable. Tal tarea no es competencia exclusiva de la escuela dado que, en la actualidad existen cada vez más agentes educativos entre los que destacamos a los medios de comunicación o la propia ciudad. Podríamos decir que allí

donde se desarrolla el proceso comunicativo existe interrelación lo cual significa que de esa situación se deriva la necesidad de la intervención educativa que persigue la capacitación para la participación y el consecuente desarrollo de la democracia deliberativa, espacio en el cual pueden producirse las relaciones sociales entre la ciudadanía que la conforma.

### 3. La comunicación como base de las relaciones interpersonales en la actualidad

La comunicación entendida como un proceso bidireccional en el cual un emisor transmite información a uno o varios receptores constituye una definición excesivamente parca y escueta en el siglo XXI.

Desde los orígenes de la humanidad cuando el hombre ha comenzado a desarrollar la vida en comunidad son posibles las primeras referencias a la comunicación humana; además de ésta podríamos aludir a la animal que se desarrolla entre los de su especie. A diferencia de la primera, esta última no constituye propiamente un modelo donde se intercambie información ya que o bien transmiten o bien reciben información; se trata de un proceso unilateral en el cual expresan por ejemplo información muy básica: hambre, frío o incluso otras necesidades no tan simples de las que puede derivarse información relativa a su estado anímico: tristeza o si cabe soledad, entre otros. Este sería por ejemplo el caso de los animales de compañía, los cuales han adquirido unos hábitos en su cotidianidad, de tal manera que si experimentan alguna modificación en los mismos, su falta de racionalidad les impide comprobar el porqué.

Constatamos entonces que nos referimos al proceso comunicativo como meramente humano; sus orígenes se remontan a épocas ancestrales cuando “entre los primitivos la forma asumida por la comunicación es la balada o el cuento” Laswell (1985, p.55). Actualmente, entrado el siglo XXI, la situación ha ido haciéndose más compleja llegando a entenderse que se inscribe según Piñuel (2006, p.23) “en una previa capacidad de interactuar que



implica ya la representación de un Yo y la representación del Otro”. Se trata de un proceso en el cual intervienen la comunicación oral y la escrita; la primera ligada a las sociedades estáticas y al pensamiento abstracto frente al carácter más formal de la segunda debido, entre otros aspectos, a que puede corregirse y modificarse.

El carácter biplánico que se le presupone al proceso de comunicación representa una característica que comparten los diferentes formatos y medios: la imprenta, el telégrafo, el teléfono u otras formas de comunicación que actualmente están quedándose atrás debido al predominio y el uso de aparatos tecnológicos y digitales cada vez más sofisticados. Medios a través de los cuales es posible mantener no sólo conversaciones sino además video conferencias que posibilitan el contacto virtual e interactivo entre emisor y receptor.

La virtualidad, ese espacio intangible de reciente aparición, que denomina Duart (2000, p. 71) como “presencia en la no presencia” comienza a instalarse en el quehacer cotidiano inundando nuestras vidas de forma que podemos referirnos a un cambio de espacios. Lo que hace años constituía parte del espacio privado actualmente y cada vez más empieza a erigirse como espacio público en el cual interactúan los sujetos. Varían por tanto las relaciones de proximidad que hacen posible que la comunicación no esté actualmente ligada a un ambiente concreto sino que se desarrolle en la sociedad, caracterizada como red, un espacio en el cual los individuos se encuentren interconectados y pueden participar. Ésta puede llevarse a cabo, como hemos indicado, en los lugares donde intervengan dos o más sujetos, por ejemplo, en el trabajo, en la escuela, en el parque o en la propia ciudad. Existen varios espacios comunicativos cuyo valor, características o funcionalidad contribuyen al desarrollo del proceso comunicativo de la sociedad en general.

El avance tecnológico favorece su evolución siempre y cuando sus agentes tengan acceso a los nuevos medios de comunicación. En este punto y, si éste no

se produce o si no existe la formación suficiente por parte de los usuarios de estos medios, es cuando podemos referirnos a la denominada brecha digital, es decir, la ruptura entre la ciudadanía que tiene acceso y posee la mínima formación que le faculta para el uso de estos medios, entre los que situamos a los nativos digitales, las generaciones más jóvenes que han nacido en contacto con las nuevas tecnologías y cuyo aprendizaje se encuentra vinculado a estas tecnologías y la de aquel que no posee ninguno de los dos: o bien no tiene acceso a los medios o si lo tiene no es capaz de utilizarlos. A este último grupo corresponden los migrantes digitales, aquella parte de la ciudadanía que necesita formación pues en su vida se han ido incorporando de manera paulatina nuevas formas y medios de comunicación. A estas nuevas formas de comunicación se van añadiendo nuevos espacios de participación en los cuales se desarrollan relaciones donde, como hemos señalado, predomina la comunicación. Tal situación provoca que las recientes formas y medios utilizados para comunicarse y a su vez transmitir información se le añadan nuevos espacios; ambos se erigen como importantes agentes educativos.

En este trabajo tomamos como referente espacial la ciudad que ha adquirido en los últimos años un importante valor llegando a constituirse como ciudad educadora. Este calificativo además del de socializadora o espacio de comunicación hacen que se convierta en un referente importante tanto desde el punto de vista formativo como de la comunicación.

#### **4. Nuevas dimensiones de la ciudad: el valor de la comunicación y la educación**

Nuestro punto de partida se erige sobre la base de que se le presupone a la ciudad un valor comunicativo dado que, además de comunicar con sus construcciones y espacios, en ella se desarrollan contactos e interacciones entre individuos, ambos con alto valor educativo.

Las ciudades albergan la educación tanto de carácter formal como no formal, comúnmente de-



Por lo que se refiere a la cuestión educativa destacamos que desde siempre la educación se establece como una responsabilidad ineludible pasando a considerarse en el siglo XXI como una responsabilidad de carácter ciudadano.

nominada informal; la de niños, jóvenes y ciudadanos. Se trata de una función que no constituye únicamente responsabilidad de los estamentos tradicionales, la ciudad representa un marco de intervención importante desde donde ha de promoverse el respeto a la diversidad y facilitar la afirmación de la propia identidad cultural. Desde una perspectiva actual entendemos la ciudad educadora de forma compleja, ya que según señala Rodríguez (2008, p.2) “es un proyecto que reivindica lo colectivo y lo público”, que se encuentra en proceso de desarrollo y donde incide el proceso de globalización. Cuestiones de este tipo provocan que el concepto de ciudad educadora evolucione conforme avanza el tiempo aunque ya inicialmente surge con la finalidad principal de construir una ciudadanía autónoma, organizada y capaz de convivir en la diferencia y solucionar sus problemas.

Actualmente contamos con la Asociación Internacional de Ciudades Educadoras, AICE cuyo nacimiento se produjo en 1994 aunque sus orígenes se remontan a 1990 cuando se realizó en Barcelona, ciudad donde tiene su sede la asociación, el primer congreso de ciudades educadoras del cual surgió la Carta de las Ciudades Educadoras que contiene los pilares teóricos sobre los que se ha originado este proyecto; esta carta cuenta con varias versiones hasta llegar a la actual, consta de un preámbulo seguido de veinte principios divididos en tres apartados –derecho a la ciudad educadora, compromiso de la misma y servicio integral de las personas–.

Esta asociación actualmente cuenta con más de 400 ciudades miembro, repartidas por todo el mundo, todas comparten un objetivo común que se conoce como marco de actuación sobre el que cada una va construyendo su modelo según las características específicas y las necesidades del contexto.

Entre los temas que desarrollan en su trabajo destacan el del fracaso escolar, o la educación en valores entre otros, sin olvidar el de la ciudadanía y la participación. Por lo que se refiere a la cuestión educativa destacamos que desde siempre la educación se establece como una responsabilidad ineludible pasando a considerarse en el siglo XXI como una responsabilidad de carácter ciudadano. Con la llegada de la democracia se ha comenzado a creer que los ayuntamientos no poseían competencias en materia educativa, conforme ha ido avanzando el tiempo hemos llegado al punto en el cual se considera que constituyen el medio para responder a las demandas y necesidades más acuciantes de la población.

La adopción del calificativo educadoras lo adquieren las ciudades en la denominada sociedad del conocimiento, caracterizada por el cambio social y el desarrollo de la evolución tanto tecnológica como cultural, todo ello requiere de la necesidad de acceso al conocimiento útil que posibilita la mejora de la calidad de vida. A esta tarea puede contribuir la ciudad, por un lado poniendo a disposición de la ciudadanía los medios necesarios para que todos y todas podamos contar con el acceso a las nuevas tecnologías y por otro contribuyendo a su formación como usuaria. Esta última tarea ha de desarrollarse tanto a nivel cognitivo como motor; entre los objetivos prioritarios se encuentra el saber cómo usar los medios además del desarrollo de la capacidad para interpretar el contenido de sus emisiones. La consecución y alcance de estos objetivos justifica la necesidad de que la ciudadanía posea las competencias audiovisuales básicas que le capacitan para ser crítico con la información que recibe y para poder analizar el marco en el cual se produce y difunde. La importancia de este último es fundamental ya que, se ha visto ampliado desde los espacios





El avance mediático y tecnológico requiere de una realfabetización de la ciudadanía que ha de desarrollarse especialmente, en el caso de los centros educativos, sobre el profesorado que se enfrenta con una carencia de base.

concebidos tradicionalmente como educativos y de estudio –centros formativos o bibliotecas– hasta aquellos donde exista comunicación entre los que situamos los de índole no presencial al frente de los cuales se sitúa por ejemplo Internet. Estos espacios añaden a las características que definen la sociedad otras como la inmediatez y la instantaneidad que permiten el desarrollo de las relaciones de virtualidad derivadas de la necesidad de que estemos interconectados para no perdernos parte de la realidad que se produce cada instante.

Esta cuestión tan reciente e importante se contempla en el boletín informativo de la AICE de 2007 donde ya se refieren a la necesidad de «enseñar a mirar con actitud consciente y crítica, utilizando la imagen audiovisual como un recurso pedagógico» que, por otra parte, debe permitir a la ciudadanía ser conocedora de sus derechos y obligaciones. Una ciudadanía que se define como participativa y transformadora, capaz de identificarse con el lugar de donde procede y de valorar al mismo tiempo otros diferentes.

Para la consecución de estos objetivos además de tener en cuenta los espacios donde se desarrollan las relaciones de interacción se requiere de una capacitación de la ciudadanía de todas las edades. Consideramos que la formación constituye un filón importante para el desarrollo de las sociedades democráticas, plurales y participativas.

### 5. La alfabetización como base de la participación y el diálogo de la ciudadanía

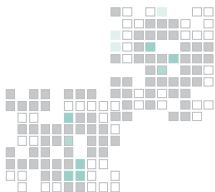
Concretando los reclamos a los que nos referimos en el epígrafe anterior hemos de indicar que se propone la alfabetización como base sobre la que se fundamenta el desarrollo de las competencias educativas. Existen varios estudios de carácter internacional que se encargan de realizar múltiples

aproximaciones al término alfabetización bien sea informacional, digital o mediática. Destacan los Informes de la UNESCO de 1986 y 2005.

Inicialmente se entendía la alfabetización como la capacidad del que sabía leer y escribir, al letrado que era quien la poseía, se le atribuía además la capacidad de entender en su propia lengua. Más allá de esa concepción y, conforme ha ido avanzando el tiempo, las formas de comunicación han ido haciéndose más complejas llegando incluso a perder su carácter de horizontalidad. El surgimiento de las nuevas tecnologías además del hecho de que las relaciones se produzcan, cada vez más, a millones de kilómetros provoca la necesidad de entender la alfabetización al igual que (Bawden, 2001, p. 235) “como un concepto más amplio y complejo. Todas las alfabetizaciones están basadas en destrezas, pero no deben limitarse a ellas ni a ninguna tecnología particular o conjunto de tecnologías”.

El avance mediático y tecnológico requiere de una realfabetización de la ciudadanía que ha de desarrollarse especialmente, en el caso de los centros educativos, sobre el profesorado que se enfrenta con una carencia de base a la hora de actualizar la forma en cómo enseña a los nativos digitales a quienes anteriormente hemos hecho referencia. Compartimos la idea de que si desde el aula se recibe una buena formación, una alfabetización adecuada, no importa si con medios tradicionales –lápiz y papel– o digitales, la ciudadanía podrá alcanzar el grado de alfabetización mínimo que garantiza su capacidad crítica y el consecuente desarrollo de la vida en sociedad, independientemente del espacio en el que estas relaciones puedan llevarse a cabo. Se trata de que las personas aprendan a, según recoge Fedorov,

*Analizar, reflexionar críticamente y elaborar contenidos, identificar las fuentes, sus intereses;*



*interpretar los mensajes y valores ofrecidos por los medios; seleccionar los medios apropiados para comunicar y llegar al público destinatario y tener acceso a los medios para la recepción y producción* (2011, p.8).

El aprendizaje que propone Fedorov puede relacionarse con los objetivos de la alfabetización mediática que se identifican con el desarrollo de la capacidad crítica por parte de la ciudadanía en general y en el caso del aula, por parte del alumnado.

En la sociedad del conocimiento y la información el receptor se convierte en un lector y usuario de los productos mediáticos y debe por tanto alcanzar un elevado grado de sentido crítico que le permita comprender los medios y emitir juicios de valor que faciliten su participación en sociedad posibilitando su interrelación con los demás. Por este motivo aludíamos anteriormente, a lo largo del trabajo, a la capacidad dialógica y comunicativa intrínsecamente relacionadas con el desarrollo de la habilidad a la que nos estamos refiriendo.

En España existen múltiples estudios sobre alfabetización mediática, destacan los que se realizan desde el propio Gobierno encargado de señalar qué aspectos han de medirse en relación con ella. Por su parte el Gabinete de Comunicación y Educación nos recuerda que según la Ley General de la Comunicación Audiovisual de abril del 2010 promover la alfabetización mediática constituye una obligación de carácter legal en España. Además de estos trabajos existen múltiples estudios, investigaciones y reflexiones que a lo largo de los últimos años se han venido elaborando sobre esta temática, destacan algunos artículos publicados, por ejemplo, por el Grupo Comunicar donde diversos autores, como Pérez-Tornero o Pérez-Rodríguez entre otros, reflexionan sobre cuestiones relacionadas con la alfabetización mediática. De la lectura de estos trabajos se deduce la coincidencia entre los autores a la hora de proponer la alfabetización mediática como la forma por excelencia para el establecimiento de relaciones con

la ingente cantidad de medios y como alternativa a la hora de la formación crítica de la ciudadanía.

A pesar del trabajo que estos grupos y el propio Ministerio desarrolla, el nivel de alfabetización digital y mediática de la ciudadanía española no alcanza la media europea según se deduce de un estudio titulado “Assessment Criteria for Media Literacy Le-

En la sociedad del conocimiento y la información el receptor se convierte en un lector y usuario de los productos mediáticos y debe por tanto alcanzar un elevado grado de sentido crítico.

vels” llevado a cabo durante el 2009, en cuyo desarrollo ha participado la Universidad Autónoma de Barcelona. De 27 países el nuestro se situaba en el puesto 14, lo cual supone según se recoge en el citado informe una importante barrera para el desarrollo económico y cultural así como para el desarrollo de las relaciones entre la ciudadanía. Conforme a los datos que se presentan en la recomendación sobre alfabetización mediática en el entorno digital que ha sido dictaminada como indica Aguaded (2010, p.7) por la Unión Europea en el año 2007, no parece haber dado los frutos suficientes.

La línea de investigación que se encarga de analizar la situación española se ha continuado a lo largo del presente año 2011, respecto a esta temática hemos de indicar que de los resultados derivados del recientemente publicado Informe sobre el grado de competencia audiovisual de la ciudadanía española y sus indicadores se deduce un bajo grado de desarrollo de esta competencia.

Ambos informes confirman la reducción de la integración de nuestro país, y por ende de la ciudadanía, en el contexto de la globalización al que nos hemos referido.

Por tanto y aunque consideramos a la alfabetización como uno de los pilares fundamentales sobre los que asentar la participación y desarrollo de la ciudadanía autónoma, observamos que el trabajo



para conseguir este objetivo se ha iniciado pero debe continuarse y completarse.

## 6. Conclusiones

Iniciamos la reflexión proponiendo un nuevo espacio, el de la ciudad como un lugar donde se desarrolla la comunicación que debe contribuir a la formación de una ciudadanía crítica, ciudadanía que por otra parte y, si está alfabetizada a nivel mediático podrá ser capaz de interactuar en todos los espacios con mayor facilidad. Enmarcamos el estudio en la era de la globalización donde asistimos al desarrollo de la sociedad digital. Partimos de que lo global se identifica con la interdependencia o la relación entre varios, esta dependencia puede establecerse también entre el sujeto, los medios y las tecnologías de la comunicación. Para que ésta no condiciones la forma de actuar e incluso el pensamiento de la ciudadanía, urge la alfabetización de la misma. El desarrollo de la ciudadanía participativa radica sobre la adquisición de competencias, especialmente las relacionadas con la comunicación y los medios, encargadas de contribuir al aumento y desarrollo del grado de alfabetización de la ciudadanía que, por otra parte determina el nivel de participación y diálogo de la misma.

La formación de personalidades racionalmente autónomas y críticas ha de favorecer el desarrollo del proceso de globalización en el cual se producen las relaciones interpersonales cuyo origen radica en la comunicación de carácter humano, una comunicación que contempla la recepción y envío de información en un mismo acto. Este proceso se produce en diferentes espacios, destacamos el virtual de reciente creación y con una característica que lo diferencia de los demás: el desarrollo de la comunicación que viene determinada no sólo por el avance tecnológico sino también por el grado de conocimiento de los individuos; en este caso es preciso aludir al nivel de desarrollo cognoscitivo y motor además de establecer una diferencia entre los nativos e inmigrantes digitales a los que

aludimos en el texto. Constatamos por tanto la presencia de nuevas formas y espacios educativos entre los que destacamos, como hemos señalado, la ciudad donde se desarrolla la comunicación, entre sus características más relevantes destacamos una relativamente actual: la educadora. La existencia de una asociación a nivel mundial que cuenta con más de 400 ciudades miembros, la AICE nacida a finales del siglo pasado, concretamente en 1994, posee una finalidad determinada: la construcción de una ciudadanía autónoma, capaz de solucionar problemas. El desarrollo y consecución de ésta se basa en la educación, tarea compartida entre distintos espacios, se considera que a través de ella se posibilita la interconexión y el contacto con la realidad, para lo cual es precisa una ciudadanía que desarrolle competencias audiovisuales, cuestión que la propia AICE recoge en un boletín informativo que ha emitido en el año 2007.

La alfabetización en la sociedad actual no se concibe igual que hace unos años debido al desarrollo y expansión de los nuevos medios y formas de comunicación mas se parte de que si su singladura es correcta, la consecución de los objetivos finales no variará, no importan tanto los medios como el desarrollo de la capacitación crítica y participativa de la ciudadanía.

Diversos estudios que contemplan el trabajo de diferentes grupos de investigación de origen español y difusión internacional vienen a confirmar y avalan la necesidad a la que nos referimos.

La pretensión fundamental de este trabajo se centra en la reflexión sobre la situación de la comunicación y la educación en la actualidad y su relación con los diferentes espacios donde ambas pueden llevarse a cabo. Se alude además a las principales características y repercusión de la alfabetización como estrategia para el desarrollo de una ciudadanía activa, crítica y participativa; de todo ello puede concluirse que el esfuerzo, iniciado hace ya décadas, se complementa cada vez más desde diferentes espacios lo que contribuye a afianzar y acrecentar



su importancia. Se trata de un trabajo que requiere continuidad según se deriva de los estudios que demuestran, al menos en el caso de España, que el grado de alfabetización de la ciudadanía dista bas-

tante del umbral de mínimos establecido en el conjunto europeo. Todo ello confirma la necesidad de continuidad de la tarea desde la transversalidad y la diversidad de espacios y disciplinas.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

AGUADED, J. Ignacio. *La Unión Europea dictamina una nueva Recomendación sobre alfabetización mediática en el entorno digital en Europa*. In: Revista *Comunicar*, España, número 34, año 2000; páginas 7-8.

ALGUACIL GÓMEZ, Julio. *Ciudad, ciudadanía y democracia urbana*. In: Revista *Documentación Social*. España, número 119, año 2000, páginas 157-177.

BAWDEN, David. *Information and digital literacy: a review of concepts*. In: *Journal of Documentation* 57. número 2; páginas 218-259. Disponible en [www.emeraldinsight.com/journals.htm?articleid](http://www.emeraldinsight.com/journals.htm?articleid).

BERNARDO PANIAGUA, José M. *El sistema de la comunicación mediática*. De la comunicación interpersonal a la comunicación global. Valencia: Tirant lo Blanch, 2006

CHOMSKY, Noam; RAMONET, Ignacio. *Cómo nos venden la moto*. Barcelona: Icaria, 1995.

DUART, José M. *Aprender en la virtualidad*. Barcelona: Gedisa, 2000.

FEDOROV, Alexander. *Alfabetización mediática en el mundo*. In: Revista *Infoamérica*, número 5, año 2011; páginas 7-23. Disponible en [www.infoamerica.org/icr/n05/fedorov.pdf](http://www.infoamerica.org/icr/n05/fedorov.pdf). Acceso en 01.11.11.

LASWELL, Harold. Estructura y función de la comunicación en la sociedad. In: De MORAGAS, Manuel (Ed.). *Sociología de la comunicación de masas. II. Estructura, funciones y efectos*. Barcelona: Gustavo Gili Mass Media, 1985 (páginas 50-68).

MARTÍNEZ-SALANOVA, Enrique. *Propuestas críticas y creativas para vivir en la nueva sociedad mediática*. In: Revista *Ágora Digital*, número 3, primer semestre año 2002. Disponible en [www.uhu.es/cine.educación/articulos/propuestascreativas.htm](http://www.uhu.es/cine.educación/articulos/propuestascreativas.htm). Acceso en 25.10.11.

PIÑUEL, J. Luis. *Ensayo general sobre la comunicación*. Barcelona: Paidós, 2006.

RODRIGUEZ, Jahir. *La participación como un acto educador y constructor de la ciudad educadora*. In: Revista *Iberoamericana de educación*, número 45/2, 10 Febrero. Disponible en [www.rie.oei.org/1965.htm](http://www.rie.oei.org/1965.htm). Acceso en 24.06.2011.

RIZO GARCÍA, Marta. *La ciudad como objeto de estudio de la comunicación*. Hipótesis, preguntas y rutas para la construcción de un estado del arte sobre la línea de investigación “Ciudad y Comunicación”. In: *Andamios*, Ciudad de México, año 1, número 2, junio 2005; páginas 197-225.





# BREVE HISTORIA DE LA TELEVISIÓN REGIONAL EN COLOMBIA

BREVE HISTÓRIA DA TELEVISÃO REGIONAL NA COLÔMBIA

*BRIEF HISTORY OF REGIONAL TELEVISION IN COLOMBIA*

## Diego García Ramírez

■ Antropólogo de la Universidad de Antioquía. Magíster en comunicación de la Pontificia Universidad Javeriana. Docente-investigador de la Universidad Sergio Arboleda, Santa Marta, Colombia. Miembro grupo de investigación Comunicación y Sociedad de la misma institución.

■ E-mail: [garcia.ramirez.diego@gmail.com](mailto:garcia.ramirez.diego@gmail.com)





## RESUMEN

Desde sus orígenes en 1954 la industria televisiva colombiana han tenido un fuerte carácter centralista y unas imágenes reducidas de la diversidad nacional, y a pesar de que han existido experiencias para mostrar la riqueza de lugares y de gentes que componen a la nación colombiana, habría que esperar a la aparición de los canales regionales en la década de los años 80, para que la oferta televisiva en el país se ampliara. Por tal razón, el artículo tiene como propósito realizar un acercamiento al nacimiento de la televisión regional en Colombia, reconociendo el contexto histórico-político y los procesos sociales que llevaron a la ampliación y transformación del paisaje comunicativo en el país. De igual forma, pretende destacar el papel que dichos canales han desempeñado en la reafirmación cultural y en el fortalecimiento de las regiones como interlocutores fuertes y legítimos frente a un Estado tradicionalmente centralista.

**PALABRAS CLAVES:** TELEVISIÓN EN COLOMBIA; TELEVISIÓN REGIONAL; REGIONES; HISTORIA DE LA TELEVISIÓN.

## RESUMO

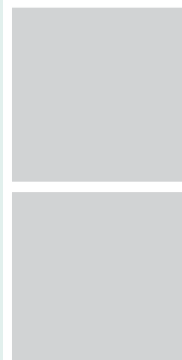
Desde suas origens em 1954, a indústria televisiva colombiana tem tido um forte caráter centralista e imagens reduzidas da diversidade nacional. Apesar de que existiram experiências para mostrar a riqueza de lugares e de gentes que compõem a nação colombiana, foi necessário esperar à aparição dos canais regionais na década dos anos 80, para que a oferta televisiva no país se ampliasse. Por tal razão, o artigo tem como propósito realizar uma aproximação ao nascimento da televisão regional na Colômbia, reconhecendo o contexto histórico-político e os processos sociais que levaram à ampliação e transformação da paisagem comunicativa no país. De igual forma, pretende-se destacar o papel que ditos canais desempenharam na reafirmação cultural e no fortalecimento das regiões como interlocutor forte e legítimo frente a um Estado tradicionalmente centralista.

**PALAVRAS-CHAVE:** TELEVISÃO NA COLÔMBIA; TELEVISÃO REGIONAL; REGIÕES; HISTÓRIA DA TELEVISÃO.

## ABSTRACT

Since its origins in 1954, the Colombian national television industry has had a strong centralistic character with a small representation of the cultural diversity that Colombia embraces. There were some attempts to show the wealth of places and of the people that make up the Colombian nation. But only when regional channels appeared in the 80s, did the myths and the manners of the regions start to be recognized by the people of Colombia. This paper tells the story of the origin of Colombian regional television by analyzing the political and historical context. It reviews the social processes that led to the implementation and change of the communication landscape of the country. It also highlights the role of the TV stations in the cultural development of the regions, leading the regions to have more autonomy to rule and strenght against the traditional centralist state.

**KEYWORDS:** COLOMBIAN TELEVISION; REGIONAL TELEVISION; REGIONS; TELEVISION HISTORY.



## 1. Inicios de la televisión pública en Colombia<sup>1</sup>

La televisión llegó a Colombia en el año de 1954 con el firme propósito de irradiar cultura y llevar los beneficios de ésta al “analfabeto e inculto pueblo colombiano”. Nació dentro del ideario centralista de la Constitución Política de 1886, y al igual que la radio se utilizó como instrumento para difundir discursos unificadores que ayudaran a establecer y consolidar aquella nación anhelada y deseada por las élites gobernantes decimonónicas. Si bien la prensa escrita existía en el país desde finales del siglo XVIII, fueron la radio y la televisión los medios de comunicación empleados como artefactos para la difusión de una Cultura Nacional que congregara a todos los colombianos alrededor de unos símbolos e imaginarios, pues para la época de su aparición:

*La radio y la televisión pública eran vistas como herramientas útiles para la consolidación de un Estado-nación que desde el terreno cultural apuntaba a modernizar al país a través de una visión de élite que operaba según un esquema unitario y unificador central* (El Gazi, 2003, p. 475).

Esta tendencia fue recurrente en los países latinoamericanos que estaban desarrollando proyectos nacionales e intentando establecerse como Estados soberanos, por eso:

*La función que cumplieron los medios en la primera modernidad latinoamericana de los años 30–50, respondió al proyecto político de construir estos países en naciones modernas mediante la creación de una cultura y una identidad nacional. Este proyecto fue en buena medida posible por la comunicación que los medios posibilitaron entre masas urbanas y Estado* (Martín-Barbero, 2002, p. 94).

<sup>1</sup> Las reflexiones que aquí se presentan se derivan de la investigación *Realidad regional: una versión televisiva*, desarrollada como trabajo de grado para la maestría en comunicación de la Pontificia Universidad Javeriana. Una primera versión se expuso en la XVI Cátedra Unesco de Comunicación: “Historias de la comunicación en Colombia 1810–2010”. Bogotá, septiembre de 2009.

En la mayoría de los países de la región la televisión nació vinculada a los poderes estatales, y Colombia no fue la excepción, por tanto no es casualidad que este medio masivo haya llegado al país durante el gobierno del General Gustavo Rojas Pinilla (1953–1957), quien al quedar deslumbrado por esta nueva tecnología durante una estancia en Alemania, se propusiera traerla al país para emplearla primero como vehículo de difusión de su personalidad y proyecto político, y segundo como instrumento educativo y culturalizador. Sería bajo su mandato que el Estado colombiano promovería e impulsaría la televisión, y se encargaría de montar la infraestructura necesaria para su funcionamiento.

La emisión inaugural se realizó el 13 de junio de 1954 para conmemorar el primer año de gobierno de Rojas Pinilla. Durante la etapa inicial el Estado fue a la vez el regulador, operador, programador, financiador y director del medio (Vizcaino, 2004), sin embargo, paulatinamente permitió y apoyó la intervención del sector privado en la producción de programas, dando los primeros pasos de lo que se conocería como el sistema mixto, que consistía en entregar por medio de licitaciones públicas, espacios y franjas en los canales públicos nacionales a empresas programadoras para que los explotaran comercialmente<sup>2</sup>.

Durante el periodo del Frente Nacional (1958–1974)<sup>3</sup> y con la creación en 1963 del Instituto Nacional de Radio y Televisión –Inravisión– como organismo encargado de la adjudicación de los

<sup>2</sup> Este modelo de administración era único en América Latina, porque en los otros países existen canales tanto estatales como privados. Para mayor información al respecto y para comprender la normativa que ha regido la televisión en Colombia, así como parte de su historia, puede consultarse: Vizcaino, Milciades. *Los falsos dilemas de nuestra televisión*. Bogotá: Cerec, 1992. Véase también: Rey, Germán. *La televisión en Colombia*. En: Orozco, Guillermo (coord.). *Historias de la televisión en América Latina*. Barcelona: Gedisa, 2002.

<sup>3</sup> El Frente Nacional fue un acuerdo político entre los partidos Liberal y Conservador durante los años de 1958 y 1974 en el que se alternaron la presidencia de la República y se distribuyeron los puestos en el Congreso y otras entidades estatales.



espacios y el control de los contratos en la cadena nacional, el sistema mixto se consolidó y la participación privada en el medio aumentó. Al mismo tiempo los acuerdos interpartidistas característicos de la época, politizaron su manejo, lo que la llevó a caer en uno de sus vicios más grandes y del cual aún hoy le ha sido difícil desprenderse.

Pero la televisión no se convirtió inmediatamente en el medio masivo que deseaba el Estado y al que podían tener acceso los colombianos en cualquier rincón del país, por el contrario, y debido principalmente a limitaciones técnicas, la expansión de las redes de transmisión fue lenta y progresiva. Vale la pena recordar que sólo dos años después de entrar en funcionamiento la televisión pudo ser vista en la ciudad de Cali y en el departamento del Valle del Cauca; en tanto que en la región Caribe tuvieron que esperar más de nueve años para recibir la señal, y en las islas de San Andrés y Providencia sólo se pudo ver la programación nacional a partir de Julio de 1973 (Inravisión, 1994). No obstante, ésta seguía siendo pensada y concebida como el espacio desde el cual culturizar y educar cívicamente a los colombianos, y como había nacido dentro de un ideal centralista, Bogotá fue la ciudad donde se desplegaron las tecnologías necesarias para el desarrollo y producción del medio, así como el lugar desde el que se trazaron las políticas y los lineamientos de su funcionamiento.

Debido a lo anterior, se puede afirmar que la centralización política que vivía el país tuvo en la televisión una de sus mejores manifestaciones al limitar y concentrar toda su producción en la Capital de la República, siendo ésta, la principal razón por la que algunas regiones comenzarían a manifestar el deseo de tener su propia televisión. Deseos que tenía que ver con la necesidad de participar en la elaboración de los sentidos y significados del ser nacional, dentro de los cuales lo regional venía estando ausente.

Las primeras intenciones de crear un canal regional se hicieron evidentes en el departamento

de Antioquia, ya que a comienzos de la década de 1970 las Empresas Departamentales de Antioquia –EDA, hoy EDATEL– expresaron ante el gobierno nacional su aspiración de instalar un canal de televisión en el departamento. Sin embargo, este tipo de peticiones fueron reiteradamente rechazadas desde el Ministerio de Comunicaciones, debido a dos razones; la primera de ellas era el temor a la privatización, pues en las propuestas regionales la empresa privada siempre se presentaba como un actor activo y necesario para el desarrollo del medio. La segunda razón tenía que ver con la preocupación del Estado de perder el control sobre la producción de lo nacional en la televisión, pues desde ella ejercía una dominación simbólica que le permitía ser el único constructor de las representaciones e ideas sobre la nación.

Y es que la invisibilización y la negación de las regiones en la televisión pública nacional era tan marcada que se puede decir que hasta bien entrada la década de 1980, las cámaras no habían salido de Bogotá, pues incluso las primera telenovelas que pretendieron desarrollar una temática regional, lo hicieron recreando los paisajes de aquellos lugares en entornos próximos a la Capital de la República, como es el caso de *Hato Canaguay*, telenovela producida por la empresa programadora Punch en 1981, que hacía referencia a la cultura llanera y la cual se realizó sin la necesidad de desplazarse a los Llanos Orientales (Ronderos, 1992).

A pesar de ello, es justo reconocer el papel que luego desempeñaría la telenovela como escenario de representación de lo regional, ya que a finales la década de los 80's se presentaron en el país importantes producciones audiovisuales, que no sólo contribuyeron al fortalecimiento este género televisivo, sino que desde locaciones naturales mostraron y contaron las particularidades y riqueza de lo regional (Martín-Barbero y Muñoz, 1992). Entre las telenovelas vale la pena destacar *Gallito Ramírez* (Región Caribe-1986), *Carmentea* (Llanos Orientales-1987), *El Divino* (Valle del Cauca-1987),



*Caballo Viejo* (Región Caribe-1988) y *Azúcar* (Valle del Cauca-1989), y aunque la mayoría de ellas reprodujeron estereotipos sociales y culturales de aquellas regiones, realizaron un importante esfuerzo por poner a circular en la televisión nacional la diversidad de acentos y tradiciones del país.

El debate sobre el centralismo y la politización de la televisión nacional comenzó a tomar fuerza a mediados de la década de 1970, involucrando una serie de personajes que buscaban transformar el régimen comunicativo y el modelo televisivo del país. En aquel momento el político de tendencia liberal, Luís Carlos Galán denunció lo que llamó “la bogotización de la televisión”, poniendo en tela de juicio el manejo que los gobiernos le venían dando y las irregularidades que se cometían en la adjudicación de los espacios en las cadenas nacionales, así como la concentración de la producción y elaboración de la imágenes en la ciudad de Bogotá.

De esa forma, y gracias al interés de otras instituciones y actores de la vida pública se realizaron foros y debates con los que se pretendía evidenciar las deficiencias en el manejo de la Televisión Nacional y ofrecer alternativas y soluciones al respecto. Paulatinamente, el tema entraría a formar parte del debate político nacional hasta llegar a ser punto de discusión en la campaña presidencial de 1982, en la que fueron protagonistas el mismo Luis Carlos Galán, Alfonso López Michelsen y Belisario Betancurt, siendo éste último el vencedor en la contienda electoral y personaje fundamental para la creación de los canales regionales en Colombia.

## 2. Crecimiento de la televisión regional colombiana

Así como para hablar de la llegada de la televisión a Colombia hay que hacer referencia al gobierno del General Gustavo Rojas Pinilla, al reseñar el nacimiento de los canales públicos regionales no se puede desconocer la figura del Presidente Belisario Betancurt (1982-1986), no sólo porque durante su mandato se haya dado el aval jurídico para su crea-

ción, sino porque impulsó una profunda reforma política para derrumbar la conveniencia burocrática de los partidos heredada del Frente Nacional, fortaleciendo los mecanismos de participación popular y transformando el régimen centralista vigente (Buenaventura, 1988).

Por ello, la creación de estos canales no fue un proceso aislado de la realidad social y política que vivía el país, su aparición se debe enmarcar dentro del proyecto de descentralización política que se comenzaba a dar en Colombia, el cual era impulsado por los departamentos de Antioquia, Valle del Cauca y algunos otros del Caribe colombiano, es decir, por las regiones con mayor influencia económica y política, que reclamaban el derecho a manejar sus recursos y a tomar sus propias decisiones que hicieran posible salir del aislamiento y atraso ocasionado por la orfandad administrativa del Estado (Fals Borda, 1994).

La pretensión de las regiones de producir sus propias imágenes tenía que ver con los proyectos políticos que defendían, dentro de los cuales consideraban fundamental contar con autonomía para elaborar las representaciones que hablaran de lo que ellas eran y fortalecieran su unidad. Los deseos descentralizadores eran la reacción de las regiones al proyecto político que desde la Constitución de 1886, había concentrado en Bogotá todos los poderes nacionales limitando al máximo la participación e independencia de las regiones. Razón por la cual, junto a los canales de televisión, se otorgaron otros derechos que como la elección popular de alcaldes, abrieron el camino hacia la descentralización político-administrativa que se plasmó finalmente en una nueva Constitución, la de 1991.

Sin duda, uno de los primeros pasos hacia esa descentralización se presentó en el campo comunicativo, a través de la cual se buscaba democratizar la producción y circulación de mensajes e información en el país, y que pretendía ampliar el horizonte a partir del cual construir e imaginar la nación. En el caso de la televisión, el decreto 3100 de 1984



## Antes de la aparición de los primeros canales regionales la televisión nacional se expresaba por medio de estereotipos y caricaturizaciones de la diversidad cultural de la nación.

con el que se autorizó la creación de canales públicos regionales, formaba parte del Estatuto de la Televisión que hacía trámite en el Congreso de la República y el cual quedó consignado en la Ley 42 de 1985, que además de consagrar ese derecho a las regiones, intentaba reestructurar las normas y reglamentaciones que regían el manejo de la televisión pública nacional.

Es así como después de 30 años de la llegada del medio audiovisual las regiones comenzaron a producir su propia televisión, y como se ha visto, la lucha por ganarse ese espacio no fue corta ni mucho menos sencilla, como tampoco lo sería su comienzo y los primeros años de funcionamiento.

El primer canal de este tipo en entrar en funcionamiento fue *Teleantioquia* el 11 de agosto de 1985. A éste le siguieron *Telecaribe* el 28 de abril 1986 y *Telepacífico* el 3 de julio de 1988<sup>4</sup>. Después saldrían al aire *Telecafé* (1992), *Televisión Regional de Oriente* (1996), *TV Andina*, hoy en día *Canal 13* (1998) y *Teleislas* (2004).

*Con el nacimiento de estos canales la oferta y el panorama televisivo del país se amplió, y este medio de comunicación se posicionó como nuevo escenario para la reconfiguración y reproducción de los mitos, las historias y las costumbres de las regiones que durante tanto tiempo estuvieron ausentes de las propuestas de la televisión de carácter nacional* (García-Ramírez, 2011, p. 83).

La misión de la televisión regional era estimular la producción y circulación de símbolos y valores de cada una de las áreas culturales que contaba con

canal propio, brindando a la teleaudiencia representaciones que permitieran imaginarla como comunidad conocida y fortalecieran la unidad en su interior. Con la aparición de estos canales se inició un proceso de transformación en expresiones culturales tradicionales tales como el humor, la literatura y la música, pues muchas de ellas tuvieron que adaptarse y acomodarse a los nuevos modos de expresión que el medio audiovisual imponía.

Antes de la aparición de los primeros canales regionales la televisión nacional se expresaba por medio de estereotipos y caricaturizaciones de la diversidad cultural de la nación, por lo tanto, gracias a la función cultural con la que fueron concebidos según el artículo 3 del decreto 3100 de 1984, la televisión producida en las regiones se encargaría de poner en circulación imaginarios más orgullosos e idealistas, puesto que al tener autonomía para contactarse y expresarse con sus lenguajes, los productos audiovisuales se enfocarían en resaltar lo mejor del repertorio simbólico regional, dado que:

*La idea inicial era la de que los canales regionales de televisión se constituyeran en una verdadera alternativa que irradiara y reflejara la cultura, los valores, las tradiciones propias del entorno, y que se constituyeran en el medio de comunicación por excelencia de las regiones* (Daza, 1998, p. 99).

Cuando entraron en funcionamiento los canales regionales lo hicieron dentro de un modelo similar al sistema mixto bajo el que operaba la televisión pública nacional. Fueron constituidos como empresas industriales y comerciales del Estado, por lo tanto tienen autonomía administrativa, son a la vez productores y programadores, pero también pueden ceder los derechos de emisión a empresas particulares. Esta característica los llevó a emular el

<sup>4</sup> *Teleantioquia* pertenece al departamento de Antioquia; *Telecaribe* integra siete departamentos del norte del Colombia: Atlántico, Bolívar, Cesar, Córdoba, Magdalena, La Guajira y Sucre; y *Telepacífico* compete a los departamentos de Chocó, Valle del Cauca, Cauca y Nariño.



viejo vicio de la televisión nacional: el de la politización de su manejo, ya que al ser controlados por los departamentos y al estar anclados en las principales ciudades donde se encuentran establecidos los poderes políticos, su función de servicio público se ha confundido con el servicio a los gobernantes y con la difusión de imágenes de región que sólo responden a los intereses de unos pocos.

### El rating y penetración de los canales regionales varía de un lugar a otro, y para comprenderlo se debe considerar que en la televisión lo regional no se limita a lo geográfico ni a los límites administrativos.

Pese a esto, no se puede negar que el papel que cumplen estos canales es fundamental dentro de las regiones que cuentan con ellos, pues les dio la autonomía para contarse, representarse y redescubrir de lo que están hechas, les otorgó “soberanía cultural” (Delgado, 2000) que si bien poseían en diversas expresiones, no contaban con ella en el ámbito televisivo, tan importante en la escenificación de las identidades individuales y colectivas.

Los obstáculos que han debido superar los canales regionales para ocupar el lugar que hoy tienen dentro del paisaje comunicativo colombiano, no han sido pocos; han tenido que vencer la falta de experiencia en la producción y administración de medios audiovisuales, limitaciones para comercializar su programación, la llegada de las cadenas privadas en 1998, hasta disputas y conflictos entre los actores involucrados en su funcionamiento. No obstante los problemas en lo financiero y administrativo, prontamente la televisión pública regional ocupó un espacio destacado en la producción y reproducción de las representaciones, así como en la reafirmación cultural de ellas. Por esta razón desde hace unos años la mayoría de estos canales ocupan los primeros lugares de preferencia entre la teleaudiencia colombiana, siendo superados únicamente por las cadenas privadas nacionales *Caracol* y *RCN* (CNTV, 2011).

El rating y penetración de los canales regionales varía de un lugar a otro, y para comprenderlo se debe considerar que en la televisión lo regional no se limita a lo geográfico ni a los límites administrativos definidos desde el ordenamiento territorial, ya que gracias a la tecnología y al internet la programación de estos canales puede ser vista en diferentes lugares. De ahí que “su especificidad tiene que ver con los contenidos y los lenguajes a través de los cuales se expresa, con los lugares, los personajes y las historias que cuentan” (García-Ramírez, 2011, p. 84-85). Por tanto la fuerza de estos canales está en que sus programas son producidos a partir de lenguajes, lugares e historias familiares a los televidentes, que sin importar la ubicación geográfica donde accedan a ellos los identifica y asimila bajo los parámetros de su experiencia con la región.

A pesar de todo lo anterior, estos canales en busca de hacer visible la mejor representación de cada una de las regiones continúan reforzando imágenes hegemónicas que son condicionadas por poderes locales, que de forma unilateral imponen sobre el territorio y la cultura los significados que hablan de lo regional; lo que significa que las posibilidades de expresión que otorga el medio audiovisual no se han aprovechado para ampliar las formas de comprender la diversidad que componen las regiones, ya que en el deseo de elaborar imágenes adecuadas, terminan sobrevalorando y exaltando unas pocas formas de ser regional y borrando otras maneras de ver, vivir y sentir la región.

Por esta razón, aunque la historia evidencia las luchas que ha tenido que dar la televisión pública de las regiones para erigirse como escenario destacado en la reafirmación cultural, ella aún no logra destacarse como espacio para el encuentro y reconocimiento de la heterogeneidad de la que está hecho el país. La televisión colombiana sigue siendo excluyente en la forma de representar el país, ya que así como las cadenas de cobertura nacional deben acercarse a las realidades y particularidades regionales, la que se produce



en ciudades diferentes a Bogotá debe vincularse más con la nación y dialogar con las demás regiones, esto es, abrir la pantalla a diversas realidades que no tienen cabida en la televisión nacional.

El ensimismamiento de algunos canales impide imaginar una Colombia plural y heterogénea, la desconexión entre ellos refuerza el aislamiento y desconocimiento entre los colombianos y acentúa los prejuicios y estereotipos culturales, así pues:

*El reto de una televisión diversa es que el país entero quepa en ella. Eso significa, entre otras cosas, la representación y la interacción entre las regiones, la conexión de lo local con lo global, así como el reconocimiento de las identidades, el pluralismo político y la expresión de todos los sectores sociales, incluidas por supuesto las diferentes minorías* (Rey, 2008, p. 117).

Ante este panorama la televisión regional de servicio público debe continuar trabajando para desmarcarse del modelo comercial impuesto por las cadenas privadas nacionales, y proponer contenidos y formatos alternativos en los que quepa la región, pero también el país y el mundo. “Deben convertirse en un espacio para representar tanto lo propio como lo desconocido, lo cercano como lo lejano, ya que la diversidad cultural no se puede entender si se mira siempre lo mismo” (García-Ramírez, 2011, p. 89).

### 3. Consideraciones Finales

Como se ha evidenciado en estas líneas la televisión regional colombiana es joven y su historia está en construcción. En 2010 *Teleantioquia* celebró sus primeros 25 años (Mejía, 2010), *Telecaribe* lo hizo en 2011 y en 2013 *Telepacífico* festejará sus bodas de plata. No obstante, durante estos cinco lustros las regiones han explorado y explotado el medio audiovisual para narrar y contar las realidades y par-

ticularidades de su entorno más próximo intentando cumplir la misión con la que fueron concebidos; en consecuencia durante estos años, y a pesar de las dificultades técnicas, jurídicas y financieras, ha logrado un destacado posicionamiento y reconocimiento entre la teleaudiencia nacional.

A pesar de ello, aún es mucho lo que hay que analizar de la trayectoria de estos canales para comprender de manera integral y compleja el impacto que han tenido sobre el paisaje comunicativo y cultural colombiano, la incidencia dentro del mercado de las industrias culturales, así como los usos y apropiaciones que los habitantes de las regiones han hecho de esta propuesta televisiva; trabajo en el que deben coincidir tanto comunicadores como historiadores, ya que la reflexión acerca de este modelo televisivo es muy débil dentro de la academia colombiana. Lo poco que se ha producido en torno a ella se ha caracterizado por ser más de tipo periodístico o ensayístico que como resultado de investigación (Abello, 1994; Comisión Nacional de Televisión, 1998a, 1998b; Departamento Nacional de Planeación, 2005), por ende:

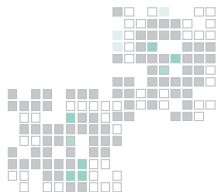
*El conocimiento sobre la historia de los medios regionales, además de escaso y con serias deficiencias en tanto saber histórico o de diseño metodológico, no ha pasado del recuento cronológico y anecdótico de la gesta de unos “héroes” que lideraron periódicos y radios en la provincia* (Valderrama, 2009, p. 271).

De ahí que este breve acercamiento a su historia busque, además de contribuir a los estudios sobre la historia de los medios en Colombia, poner en debate y destacar la televisión regional como un lugar importante para entender el ecosistema comunicativo nacional y las transformaciones sociales y culturales que se generaron a partir de su implementación.



## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ABELLO, Jaime. La televisión regional en Colombia: Filosofía, realizaciones y perspectivas. En: *Inravisión. Historia de una travesía: cuarenta años de la televisión en Colombia*. Bogotá, 1994.
- BUENAVENTURA, Juan Guillermo. *Televisión y régimen político en Colombia 1982–1986*. En: *Signo y pensamiento*. Número 13, 1988.
- COMISIÓN NACIONAL DE TELEVISIÓN -CNTV-. *Televisión Pública Regional: Realidad y futuro*. Bogotá: Comisión Nacional de Televisión, Convenio Andrés Bello, 1998<sup>a</sup>.
- COMISIÓN NACIONAL DE TELEVISIÓN -CNTV-. *Canales Regionales de Televisión: Una mirada estatal*. Bogotá: Comisión Nacional de Televisión, Convenio Andrés Bello, 1998b.
- COMISIÓN NACIONAL DE TELEVISIÓN -CNTV-. *Estudio general de medios. Módulo de Televisión. Primera Ola 2011*. Asociación Colombiana para la Investigación de Medios, 2011.
- DELGADO, Eduardo. Cultura, territorio y globalización. En: Martín-Barbero, Jesús, López de la Roche, Fabio y Ángela Robledo (eds.). *Cultura y Región*. Bogotá: Centro de Estudios Sociales, Universidad Nacional de Colombia, 2000.
- DEPARTAMENTO NACIONAL DE PLANEACIÓN -DNP-. *Estudio de Caso: Análisis de la televisión regional en Colombia*. Bogotá, 2005.
- EL'GAZI, Janine. Radios ciudadanas públicas y comunitarias en Colombia: contextos sociales y culturales de su emergencia. En: *Medios y nación. Historia de los medios comunicación en Colombia*. Bogotá, 2003.
- FALS-BORDA, Orlando. El reordenamiento territorial: itinerario de una idea. En: Silva, Renan (Ed.). *Territorios, regiones, sociedades*. Bogotá: Cerec, 1994.
- INRAVISIÓN. *Historia de una travesía: cuarenta años de la televisión en Colombia*. Bogotá: Inravisión, 1994.
- MARTÍN-BARBERO, Jesús. *Medios y culturas en el espacio latinoamericano*. En: *Revista Iberoamericana*. Año II. Número 6, 2002.
- MARTÍN-BARBERO, Jesús; MUÑOZ, Sonia. *Televisión y Melodrama. Géneros y lecturas de la novela en Colombia*. Bogotá: Tercer mundo, 1992.
- MEJÍA, Juan Diego. *Historia de un sueño colectivo*. Medellín: Editorial Sociedad de Televisión de Antioquia LTDA, 2010.
- REY, Germán. Mirar y ser mirada: la televisión colombiana en medio de transiciones. En: Roveda, Antonio (Ed.). *Toma el control. Observatorio Nacional de televisión*. Bogotá: Editorial Pontificia Universidad Javeriana, Comisión Nacional de Televisión, 2008.
- RONDEROS, María Teresa. *Punch, una experiencia en televisión*. Bogotá: Plaza y Jane, 1992.
- DAZA-HERNÁNDEZ, Gladys (Dir.). *¿Participación social en los medios masivos? Canales regionales y sociedades urbanas*. Medellín: Editorial Pontificia Universidad Bolivariana, 1998.
- VALDERRAMA, Carlos Eduardo. La investigación en medios de comunicación en Colombia 1980-2009. En: *Nómaditas*, número 31, octubre, pp. 362-376, 2009.
- VIZCAÍNO, Milciades. La legislación de la televisión en Colombia: entre el Estado y el mercado. En: *Historia Crítica*, número 28, julio-diciembre, 2004.







■ **CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN Y SOCIEDAD: UN DIÁLOGO PARA LA ERA DIGITAL**, (varios autores), 2003.

Ciencias de la Comunicación y Sociedad: un diálogo para la era digital, recoge las principales conferencias presentadas en el VI Congreso Latinoamericano de Investigadores de la Comunicación, realizado en junio del 2002 y organizado por la ALAIC, la ABOIC y la Universidad Privada de Santa Cruz de la Sierra-UPSA, Bolivia. Detacados investigadores iberoamericanos desarrollan las perspectivas mundiales y latinoamericanas sobre la relación comunicación y sociedad en la era digital y a la vez rescatan la utopía construida por los pioneros de la investigación comunicacional latinoamericana, planteando la reinención de las políticas de comunicación.

EDITORIA: EDITORIAL UPSA, SANTA CRUZ DE LA SIERRA, BOLÍVIA.



■ **COMUNICAÇÃO E GOVERNABILIDADE NA AMÉRICA LATINA**, (varios autores), 2008.

Comunicação e Governabilidade na América Latina é uma obra resultante das reflexões apresentadas pelos expositores nas conferências e nos painéis centrais do VIII Congresso Latino-Americano de Pesquisadores em Comunicação (ALAIC), realizado na Universidade do Vale do Rio dos Sinos (UNISINOS), em 2006, na cidade de São Leopoldo, Rio Grande do Sul, Brasil. São sete capítulos com temáticas essenciais para o entendimento da mídia na América Latina, discutindo elementos como ingovernabilidade, democracia, desigualdade e midiatização social.

EDITORIA: UNISINOS – RS – BRASIL





# COMUNICAÇÃO ORGANIZACIONAL: MOBILIZANDO A MEMÓRIA PARA A PRÁTICA DA ESTRATÉGIA

COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL: MOBILIZACIÓN DE LA  
MEMORIA PARA LA PRÁCTICA DE LA ESTRATEGIA

*ORGANIZATIONAL COMMUNICATION: MOBILIZING MEMORY  
FOR THE PRACTICE OF STRATEGY*

## Victor Márcio Laus Reis Gomes

■ Doutorando em Comunicação Social (PUCRS), bolsista CAPES; Mestre em Administração (UNISINOS); MBA em Gestão de Operações (University of Dallas); Graduado em Comunicação Social – Publicidade e Propaganda (PUCRS). Professor da Faculdade Porto-Alegrense e da ESPM.

■ E-mail: [victorlaus@gmail.com](mailto:victorlaus@gmail.com)

## Renata Andreoni

■ Mestranda em Comunicação Social pela Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (PUCRS). Bolsista da Coordenação de Aperfeiçoamento de Nível Superior (CAPES). Coordenadora da Unidade de Documentação e Memória da Cia. Carris Porto-Alegrense.

■ E-mail: [andreoni.renata@gmail.com](mailto:andreoni.renata@gmail.com)



## RESUMO

Este artigo apresenta uma reflexão teórica em torno da mobilização da memória para a prática da estratégia através da comunicação organizacional. A memória é pensada como suporte, contexto e elemento constituinte da prática da estratégia. A comunicação organizacional, por sua vez, é compreendida como um ambiente para criação de laços identitários suscitados a partir da memória. Nossa reflexão é baseada no Paradigma da Complexidade e considera o contexto da Hipermmodernidade. Assim, a partir dos princípios dialógico, recursivo e hologramático, discutimos como o sentimento de identificação, fomentado por práticas comunicacionais e despertado pela memória, suporta, contextualiza e constitui a prática da estratégia.

**PALAVRAS-CHAVE:** MEMÓRIA; IDENTIDADE; PRÁTICA DA ESTRATÉGIA.

## RESUMEN

Este artículo presenta una reflexión teórica sobre la movilización de la memoria para la práctica de la estrategia a través de la comunicación organizacional. La memoria está pensada como soporte, contexto y elemento constitutivo de la estrategia. La comunicación organizacional, a su vez, se entiende como un espacio para la creación de lazos de identidad provocados por la memoria. Nuestra reflexión se basa en el Paradigma de la Complejidad y considera el contexto de la Hipermmodernidad. Desde los principios dialogico, recursivo y hologramatico se discute cómo el sentido de identificación, impulsado por las prácticas de comunicación y despertado por la memoria, soporta, contextualiza y constituye la práctica de la estrategia.

**PALABRAS CLAVE:** MEMORIA; IDENTIDAD; PRÁCTICA DE LA ESTRATEGIA.

## ABSTRACT

This paper presents a theoretical reflection about memory mobilization in the strategy practice through organizational communication. Memory is considered as a basis, a context, and a constituent element of the strategy practice. The Organizational Communication, in turn, is understood as a site for the creation of identity bonds arising from memory. Our reflection is based on the complexity paradigm and considers the hypermodern context. Taking as base the dialogic, recursive and holographic principles, we discuss how the sense of identification is driven by communication practices and aroused by memory, supporting, contextualizing and constituting the strategy practice.

**KEYWORDS:** MEMORY; IDENTITY; STRATEGY AS PRACTICE.



Este trabalho pretende refletir sobre as imbricações entre memória e identidade como elementos constituintes da prática da estratégia nas organizações. Considerando a comunicação como intrínseca ao processo da estratégia e a prática da estratégia como uma prática comunicacional (Reis; Marchiori e Casali, 2004) é que pensamos na comunicação organizacional como o ambiente onde a memória é mobilizada para a construção das estratégias nas organizações.

A partir desta relação buscaremos destacar as potencialidades das efemérides memorialísticas sobre os processos de identificação com a organização e sobre a prática da estratégia. Nessa perspectiva, serão elucidados os conceitos de *lugar/não-lugar* (Augé, 1994), identificando o papel da memória na construção do sentimento de pertença sobre os diferentes públicos que permeiam a organização. Para esta reflexão teórica e relacional utilizaremos como base metodológica o Paradigma da Complexidade (Morin, 2005), na medida em que entendemos a organização como um espaço de intersecções, recheada de conflitos, cooperações e antagonismos.

O “fazer estratégia” pode ser considerado como um *modus operandi* que reflete as disposições culturais mediadas (Chia; Holt, 2006 *apud* Ericson; Melin, 2010). Assim, a história e a memória, bem como os processos de comunicação inerentes à construção das mesmas, podem ser pensadas, ao mesmo tempo, como suporte, contexto e elementos constituintes da prática da estratégia.

Conforme Ericson e Melin (2010), os praticantes da estratégia podem ser considerados atores históricos e a história, uma tradição viva que é mobilizada na prática da estratégia. A partir desta compreensão, os praticantes parecem estar, em sua atuação no presente, sob uma constante influência dos testemunhos do passado.

Podemos observar que, nos últimos anos, há um pungente crescimento de projetos de memória em pequenas, médias e grandes empresas.

Uma tendência que vem crescendo no Brasil desde a década de 1990. Essas propostas são organizadas de diferentes maneiras, como formação de Centros de Documentação e Memória, publicações de livros, organização de exposições, trabalhos de história oral, entre outros. A Responsabilidade Histórica passa a fazer parte da Social, na medida em que há a compreensão dos gestores de seu papel histórico dentro de seu segmento e de sua comunidade, nesse sentido, esta prerrogativa se torna cada vez mais presente nas missões das instituições. Tais iniciativas parecem alterar, de diversas formas, a relação da empresa com seus públicos, proporcionando um novo diálogo com a sociedade. Dessa forma, podemos identificar uma nova preocupação entre os gestores, pois comunicar as histórias e as memórias de uma empresa passa a ser também uma questão estratégica. Nesse sentido, Beatriz Sarlo (2007, p. 10) salienta que “as operações com a história entraram no mercado simbólico do capitalismo tardio com tanta eficiência como quando foram objeto privilegiado das instituições escolares desde o fim do século XIX”.

O cenário em que visualizamos esta mudança é a *Hipermodernidade*, apresentada por Gilles Lipovetsky, na obra *Tempos Hiper-Modernos* (2008). O autor constitui sua análise a partir da constatação de que o rótulo *pós-moderno* já esgotou sua expressão sobre o mundo que se anuncia. A *Hipermodernidade* não encerra com a modernidade, mas a eleva à potência superlativa, caracterizada pelo individualismo, ansiedade, vulnerabilidade, busca de identidade e obsessão pelo tempo numa sociedade globalizada e tecnológica.

### 1. A emergência da memória na hipermodernidade

A sociedade hipermoderna vive a sensação de que o tempo se rarefaz a partir de um presente que se torna paradoxal. Nesse sentido, a realidade social contemporânea se apresenta entre as



## A onda mnêmica que permeia o presente pode ser encarada como um processo estratégico de controle sobre a condição efêmera das relações de identificação.

preocupações constantes com o futuro, que se anuncia de forma instável e oscilante, e o reviver do passado, por meio de um frenesi histórico-patrimonial e comemorativo. As noções de tempo e espaço estão desestabilizadas pela evolução tecnológica, o presente não se concentra mais sobre a recordação e a esperança, na relação histórica entre o passado experimentado e o futuro como horizonte de expectativas (Koselleck, 1993). A visão judaico-cristã do tempo, teorizada nos três presentes de Santo Agostinho (presente-passado, presente-presente, presente-futuro), destaca a profunda relação entre as temporalidades, mas não exclui nenhuma delas, analisando-as numa perspectiva diacrônica. No entanto, o que evidenciamos no contexto hipermoderno é a expansão do espaço sincrônico, constituindo, dessa forma, uma nova realidade espaço-temporal.

*(...) quanto mais o presente do capitalismo consumista avançado prevalecer sobre o passado e o futuro, sugando ambos para um passado sincrônico expandido (...), mais fraco será o domínio sobre ele mesmo e menos será a subsistência da estabilidade e identidade dos sujeitos contemporâneos* (Debord, 1998, p.172).

A partir das considerações apresentadas por Guy Debord podemos destacar que o abalo sobre a percepção diacrônica do tempo incide na fragilidade das identidades dos sujeitos contemporâneos, já enunciada por Stuart Hall (2002), através das “descentrações do eu”. Nesse sentido, a identidade muda de acordo com a forma que o indivíduo é interpelado ou representado, assumindo identidades distintas em diferentes momentos. A identidade permanece incompleta, está em constante processo, sempre em formação. Por esse

motivo, ao invés de falarmos de identidade como algo acabado, Hall (2002) propõe uma substituição para identificação, na medida em que a percebe como um processo em andamento.

A onda mnêmica que permeia o presente pode ser encarada como um processo estratégico de controle sobre a condição efêmera das relações de identificação. Ao invés da memória, podemos falar de uma hipermemória, na qual o antigo – o *retrô* – e o nostálgico se tornaram elementos que agregam valor. Dessa forma, a busca de subsídios do passado se constitui como uma faceta para um *consumo intimizado* (Lipovetsky, 2007), onde se compra e vende reminiscências, emoções, sensações e identificações. “Realmente, ao pensarmos nas coleções de carros antigos, de maços de cigarro, de vinhos, de vestuário, e outras mais, vemos que essas assumem o *status* de arte ou de objeto histórico, caracterizando o que passamos a chamar de ação museica” (Pinheiro, 2004, p. 174).

Ao considerar a reflexão do autor, identificamos o valor simbólico de uma aura histórica agregada aos elementos prosaicos. Dessa forma, podemos destacar a memória como um instrumento de poder e de constituição de identidade, compreendendo como temáticas antes destinadas a debates acadêmicos e elucubrações filosóficas passaram a ocupar espaços em instituições empresariais. Entretanto, a memória organizada como princípio legitimador se constitui como uma prática secular. A institucionalização de ritos simbólicos – atos comemorativos – marcou as transformações da Europa no século XIX, “(...) os poderes fomentaram várias liturgias de recordação, tendo em vista socializar e enraizar a(s) nova(s) memória(s) em construção (ou em processo de refundação)” (Catroga, 2001, p. 57).



Segundo Castells, o poder está na capacidade de modelar a mente<sup>1</sup> através de processos de comunicação, relacionando o conteúdo e o formato da mensagem com as redes neurais de associação que surgem da interação com a organização social. Ao ativar as redes neurais adequadas é que se estimulará o processo de comunicação, quando forem estabelecidas imagens mentais da percepção com imagens da memória:

*(...) os sentimentos processam emoções na mente no contexto da memória isto é, os sentimentos incluem associações com outros acontecimentos, já experimentados diretamente pela pessoa ou transmitidos através da genética ou culturalmente (Castells, 2009, p.195, tradução nossa).*

Nesse sentido, podemos perceber a prática comemorativa como uma forma de enquadramento da mente humana. É através da seleção de determinados elementos que se constitui um discurso mnêmico, objetivando estimular sentimentos que permanecem na memória, direta ou indiretamente registrados. Tanto as memórias individuais<sup>2</sup>, quanto coletivas<sup>3</sup>, são construções que estão sujeitas a transformações e flutuações. Conforme Michael Pollack (1992), a memória é constituída por três elementos: os acontecimentos vividos pessoalmente; os acontecimentos “hereditários”, quando se refere a fatos presenciados

pelo grupo ao qual a pessoa se sente pertencer, ou seja, que não são vivenciados pessoalmente, mas apropriados por meio do imaginário; e a memória constituída por pessoas e personagens, podendo-se ainda considerar os lugares de memória, aqueles associados a alguma lembrança.

Ao destacar a característica persuasiva dos usos e abusos da memória na sociedade hipermoderna buscamos refletir sobre as interfaces que constituem as efemérides empresariais como práticas estratégicas. Para tanto, a ótica que direciona os nossos olhares é a Complexidade (Morin, 2005), na medida em que percebemos a empresa como um organismo vivo, em constante movimento.

## 2. A estratégia da memória na organização complexa

Neste breve ensaio, não aferimos sobre nenhum caso empírico, apenas problematizamos como determinados discursos organizacionais podem tecer estruturas, tangíveis e intangíveis, que objetivam constituir sentimentos de pertença sobre seus diferentes públicos. Para trilhar este caminho reflexivo, ancoramos nossa reflexão sobre o Paradigma da Complexidade, mais especificamente em três princípios: o *hologramático*, o *recursivo* e o *dialógico*. Dessa forma, entraremos nesse universo complexo a partir de alguns esclarecimentos sobre a compressão desses princípios e de que forma eles dialogam com as questões que buscamos destacar no mundo organizacional.

### 2.1. A memória e a organização dialógica

A partir do princípio *dialógico* podemos evidenciar que a memória é composta por duas lógicas, uma de lembrar e a outra de esquecer. Essas ações são antagônicas e ao mesmo tempo complementares, pois a memória só se constitui a partir desta dualidade. “Há dialógica entre estes dois princípios. O princípio dialógico permite-nos manter a dualidade no seio da unidade” (Morin, 2005, p. 107). Dessa forma, compreen-

1 Conforme Castells, a mente é um processo, não um órgão. Um processo material que se produz no cérebro ao interagir com o corpo (Castells, 2009).

2 De acordo com Catroga (2001) a memória individual é formada pela coexistência tensional de várias memórias (pessoais, familiares, nacionais, organizacionais, etc.) em permanente (re) construção devido à constante mudança do presente em passado e as alterações de percepções sobre o pretérito. “Significa isto que a anamnese, enquanto presente-passado, é experiência interior na qual a identidade do eu unifica a complexidade dos tempos sociais em que cada vida individual comparticipa” (Catroga, 2001, p. 16).

3 Em seus estudos Maurice Halbwachs (1990), busca compreender os quadros sociais que compõem a memória. Para ele a memória aparentemente mais particular remete a um grupo. O indivíduo carrega em si a lembrança, mas está sempre interagindo com a sociedade, seus grupos e instituições.



## É possível compreender a estratégia organizacional como um conjunto de decisões e atividades que capacitam um negócio a conquistar e a sustentar uma vantagem competitiva (...)

demos a memória como uma construção seletiva do passado, que ocorre de forma consciente e inconsciente, onde eleger abarca excluir ou, simplesmente silenciar.

*É que a memória também tem um papel **pragmático e normativo**. Em nome de uma história, ou de um patrimônio comum (espiritual e/ou material), ela visa inserir os indivíduos em cadeias de **filiação identitária, distinguindo-os e diferenciando-os em relação a outros**, e exige-lhes, em nome da identidade do eu – suposta como entidade onnipresente em todas as fases da vida –, ou da perenidade do grupo, deveres e lealdades endógenas (Catroga, 2001, p.26).*

Nesse sentido, as ações mnêmicas no ambiente organizacional podem se constituir como suporte e contexto da prática da estratégia, bem como elemento de identificação, distinção, transmissão de sentidos para a criação de um sentimento de pertença. Os diversos aspectos da cultura organizacional, segundo Enriquez (1997), podem ser considerados fiadores da identidade. Para tanto, Freitas (1999) aponta a cultura como um instrumento de poder, no qual o pertencimento é despertado através da expressão de seus valores, normas, significados e interpretações. O caráter dissolutivo, fragmentário e plural da identidade/identificação conduz a um processo no qual a organização busca *lugarizar*<sup>4</sup> seus públicos, utilizando a memória como elemento da prática da estratégia na disseminação e fortalecimento de seus fatores culturais, destacando, dessa forma, a sua história como capital simbólico.

Morin (2005) diferencia as noções de programa e de estratégia. Um programa seria constituído por uma série de ações predeterminadas, a serem cumpridas em circunstâncias favoráveis, para atingir determinado objetivo. Já a estratégia seria determinada a partir de situações imprevistas, elementos adversos e/ou adversários. Morin (2005) propõe que as organizações devem ser capazes de tratar elementos que possam contribuir para a elaboração e para o desenvolvimento da estratégia. A ideia de elaborar e desenvolver a estratégia, proposta por Morin (2005), parece muito próxima à concepção de Whittington (2004), para quem a estratégia é algo que as empresas fazem, antes de ser algo que as empresas possuam. Sob essa perspectiva, a memória pode ser pensada como um elemento a ser tratado na prática da estratégia.

### 2.2. A memória e a organização recursiva e hologramática

Conforme Srour (1998), entendemos as organizações como sistemas abertos e campos de força, um terreno movediço de contradições entre agentes coletivos que se contrapõem, exigindo, assim, práticas estratégicas de negociação, cooptação e persuasão. A partir das concepções de autores como Day e Reibstein (1999) e Mintzberg *et al* (2006) é possível compreender a estratégia organizacional como um conjunto de decisões e atividades que capacitam um negócio a conquistar e a sustentar uma vantagem competitiva, contribuindo para a melhoria do desempenho da organização em seu setor de atuação. Percebe-se, dessa forma, a organização não só como um ator influenciado pelo ambiente, mas também como um influenciador. Conforme Chanlat (1993), as organizações e os indivíduos não são apenas pro-

<sup>4</sup> Neste trabalho, entendemos este conceito como sentimento identitário, relacional e histórico.



duto da sociedade, mas são, ao mesmo tempo, produtores da ordem social.

A partir de uma perspectiva da organização como produto/produtora da ordem social, a compreensão da estratégia pode ir além daquela que a considera apenas como um mecanismo de adaptação ao meio ambiente. A estratégia passa então a ser compreendida como um meio/movimento de adaptação e de transformação do ambiente. Nesta perspectiva, as memórias e histórias de uma organização são (re) construídas de maneira constante, sem seguir uma ordem linear. Para perceber esse processo utilizamos mais um princípio do Paradigma da Complexidade: o recursivo.

*Nós, indivíduos, somos os produtos de um processo de reprodução que é anterior a nós. Mas uma vez que somos produzidos, tornamo-nos os produtores do processo que vai continuar. (...) os indivíduos produzem a sociedade que produz os indivíduos. Somos simultaneamente produzidos e produtores. A ideia recursiva é portanto uma ideia em ruptura com a ideia linear de causa/efeito, de produto/produtor, de estrutura/superestrutura, uma vez que tudo o que é produzido volta sobre o que produziu num ciclo ele mesmo auto-constitutivo, auto-organizador e autoprodutor (Morin, 2005, p.108).*

A partir dessa análise recursiva da sociedade, podemos estabelecer um paralelo com o universo organizacional, compreendendo-o nessa perspectiva, pois “(...) se a ordem organizacional exerce um papel da edificação da **ordem societal**, a ordem social perpassa de uma maneira ou de outra a **ordem organizacional**” (Chanlat, 1993). Ou seja, independente da sua estruturação, os espaços que envolvem relações de sociabilidades são constituídos por disputas, conflitos, desigualdades, reciprocidades, afrontamentos e pontos de identificação. Nesse universo plural, composto por iguais e contraditórios, a memória pode se tornar um importante elemento para inserir os

sujeitos em cadeias de filiação identitária.

*Podemos, portanto, dizer que a memória é um elemento constituinte do sentimento de identidade, tanto individual como coletiva, na medida em que ela é também um fator extremamente importante do sentimento de continuidade e de coerência de uma pessoa ou de um grupo em sua reconstrução de si (Pollack, 1992, p.203).*

Por meio da perspectiva recursiva, os trabalhadores constroem a história da organização, ao mesmo tempo em que essa construção retroage sobre esses trabalhadores. O desenvolvimento de ações que evidenciem essa trajetória partilhada pode ser interpretado como uma tentativa da organização lugarizar seus funcionários, na medida em que entendemos o conceito de lugar não como espaço geográfico, mas como elemento relacional. Dessa forma, as organizações também podem ser consideradas, em alguns momentos, “não-lugares”. Esses não-lugares poderiam ser compreendidos como vazios de significados ou como representações de relações frias, distantes e solitárias de indivíduos com as organizações em/ com que convivem. Nesse sentido, ações que despertem memórias individuais, articulando-as às coletivas podem ser compreendidas como uma abordagem recursiva para o processo de identificação e pertencimento à organização, na medida em que as memórias coletivas também estarão incidindo sobre as individuais.

Ao destacarmos a lógica recursiva sobre a inter-relação do trabalhador com a organização, devemos destacar a ligação com a ideia hologramática. Esse outro princípio que Morin utiliza a partir da questão formulada por Pascal: *Não posso conceber o todo sem conceber as partes e não posso conceber as partes sem conceber o todo* (Morin, 2005, 109) pode elucidar como existem pontos de apego que podem agir sobre a lugarização dos indivíduos. Os trabalhos desenvolvidos dentro das organizações,





Nos depoimentos, a temporalidade sincrônica é afluada, pois a fala do trabalhador, embora possa ser conduzida para os fatos passados, estará, inevitavelmente, carregada de vestígios do cotidiano (...)

denominados em alguns casos como “Histórias de Vidas”, utilizando suportes metodológicos da História Oral, evidenciam o princípio hologramático. Por meio da fala memorialística dos trabalhadores (parte) percebemos características da cultura da organização em que trabalha (todo). Essas “partes” estão envolvidas em outros “todos”, mas isso não destaca a possibilidade da organização destacar os pontos compartilhados, pois, de acordo com o que apresenta Karen Worcman (2004), a Memória Empresarial não somente evoca o passado da empresa, mas, sobretudo, o uso que ela faz de sua história.

Para além do tradicional documento textual, os programas de história oral possibilitam reunir depoimentos dos sujeitos que vivenciam e constroem a trajetória da organização. Essa metodologia pode se constituir em um importante elemento da prática da estratégia, na medida em que reúne a multiplicidade das percepções individuais. Nos depoimentos a temporalidade sincrônica é afluada, pois a fala do trabalhador, embora possa ser conduzida para os fatos passados, estará, inevitavelmente, carregada de vestígios do cotidiano, aqueles que constituem o presente, considerando ainda, suas expectativas para o futuro. Identificar, considerar, divulgar e comunicar a compreensão plural sobre a trajetória da instituição pode ser uma forma estratégica de relação com seus diferentes públicos, bem como para pensar suas ações futuras.

### 3. Considerações provisórias

O contexto organizacional que analisamos nos possibilita identificar que a realidade social contemporânea e sincrônica está permeada por sentimentos nostálgicos que acabam se constituindo em pontos de apego. Neste cenário, as

organizações buscam através de práticas estratégicas despertarem sentimentos de pertença, lugarizando seus diferentes públicos. A identificação, a aproximação e aceitação seriam realizadas não pela venda de uma imagem moderna, contemporânea, mas pelo fato da organização e sociedade/ organização e trabalhadores compartilharem reminiscências do mesmo passado.

*Cada vez mais, as empresas fazem referência a seu passado, explorando seu patrimônio histórico, divulgando-o, lançando produtos de cunho saudosista que “revivem” os tempos de antanho. (...) Na sociedade hipermoderna, a antiguidade e a nostalgia se tornaram argumentos comerciais, ferramentas mercadológicas. (...) trata-se não mais de apenas ter acesso ao conforto material, mas sim de vender e comprar reminiscências, emoções, que evoquem o passado, lembranças de tempos considerados mais esplendorosos (Lipovetsky, 2004, pp.83-84).*

Nesse sentido, as efemérides empresariais parecem constituir uma forma de mobilização de questões relativas à memória e a identidade, despertando o sentimento de identificação em seus diferentes públicos. Esse sentimento, por sua vez, fomentado por práticas comunicacionais, nos parece um elemento que dá suporte à prática da estratégia nas organizações.

Jarzabkowski, Balogun e Seidl (2007) propõem três caminhos/dimensões, interconectados, de investigação da estratégia como prática: a práxis, as práticas e os praticantes. A práxis compreende as interconexões entre as ações de diferentes indivíduos e grupos, em relação às instituições/ organizações em que atuam. O caminho das práticas busca estudar como os recursos comportamen-



tais, cognitivos, discursivos, processuais e físicos, são aplicados pelos atores em suas interações. O terceiro caminho enfoca os atores, os praticantes da estratégia, e como constroem a prática através de suas características pessoais, do seu modo de agir e dos recursos que mobilizam. O “estrategizar”, portanto, envolve as conexões entre práxis, práticas e praticantes.

Assim, a memória pode ser compreendida como um recurso mobilizado na prática da estratégia, através dos praticantes, em interconexões tanto internas quanto externas, suscitando diversos processos de identificação da organização com seus diferentes públicos. A mobilização da memória em busca da constituição de identificações, na prática estratégica, vai além de seu caráter intrínseco de seleção. Sob a luz de que os usos e abusos da memória podem gerar sintomas de excessos (lembança) e insuficiências (esquecimento) de memória, destacamos suas potencialidades como um importante instrumento de poder.

A comunicação, para Maffesoli (2010), é uma forma de compreender a vida social, que hoje não pode ser mais reduzida apenas à visão baseada no *homo economicus*. Sob a perspectiva do autor, a comunicação também pode ser compreendida como uma maneira de “entrar em correspondência” (Maffesoli, 2010, p. 161) com o meio, com o espaço. É uma forma de participar do espaço social, de “viver simbolicamente a relação a um território pertencente a muitos” (Maffesoli, 2010, p. 162). A comunicação organizacional, portanto, seria uma maneira de os indivíduos que se relacionam com a organização entrarem em correspondência com a mesma. É a partir dessa

compreensão, que propomos a comunicação organizacional como um ambiente para criação de laços identitários através da memória.

Com este trabalho propomos, a partir do nosso olhar sobre as relações entre memória, identidade, estratégia e comunicação, abrir possibilidades à investigação de novos aspectos. Por este caminho chamamos a atenção para como os programas de Memória Empresarial fomentam os laços de identificação com a estratégia organizacional e com a própria organização. A sua potencialidade como forma de gestar o conhecimento necessário para a prática da estratégia, mobilizando, assim, seus praticantes, deve ser observada. Destacamos, também, a criação de ambientes de comunicação propícios para que a memória seja mobilizada e compartilhada na prática da estratégia.

Compreendemos a noção de estratégia como um conjunto de decisões e atividades que capacitam um negócio a conquistar e a sustentar uma vantagem competitiva. Nesse sentido, entendemos que há um grande potencial, que nos parece ainda pouco explorado, no qual os projetos de memória podem ser pensados e executados de forma a contribuir para a vantagem competitiva das organizações. Sob uma ótica do paradigma que inspirou nossa reflexão, entendendo que a memória do todo está nas partes e que a memória das partes está no todo, acreditamos ainda que as iniciativas memorialísticas precisam considerar e incluir os indivíduos que integram a organização, fortalecendo uma cultura integradora. A vantagem competitiva, portanto, seria uma conquista de ambientes propícios para a mobilização e compartilhamento da memória.



## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- AUGÉ, M. *Não-lugares: introdução a uma antropologia da supermodernidade*. Campinas: Papirus, 1994.
- CASTELLS, Manuel. *Comunicación y poder*. Madri: Alianza, 2009.
- CATROGA, Fernando. *Memória, História e Historiografia*. Coimbra: Quarteto Editora, 2001.
- CHANLAT, Jean-François. Por uma antropologia da condição humana nas organizações. In: TORRES, Ofélia L. S. *O indivíduo na organização: dimensões esquecidas*. São Paulo: Editora Atlas, 1993. p. 21-45.
- DAY, George S.; REIBSTEIN David J. *A dinâmica da estratégia competitiva*. Rio de Janeiro: Campus, 1999.
- DEBORD, Guy. *A sociedade do espetáculo*. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997.
- ENRIQUEZ, Eugene. *A organização em análise*. Petrópolis: Vozes, 1997.
- ERICSON, Mona, MELIN, Leif. Strategizing and history. In: GOLSORKHI, Damon et al (ed.). *Cambridge Handbook of Strategy as Practic*. Cambridge: Cambridge University Press, 2010. p. 326-343.
- FREITAS, Maria Ester. *Cultura organizacional: identidade, sedução e carisma?* Rio de Janeiro: Editora FGV, 1999.
- HALBWACHS, Maurice. *A Memória Coletiva*. São Paulo: Ed. Vértice, 1990.
- HALL, Stuart. *A identidade cultural na pós-modernidade*. Rio de Janeiro: DP&A, 2003.
- JARZABKOWSKI, Paula; BALOGUN, Julia; SEIDL, David. Strategizing: the challenges of a practice perspective. *Human Relations*, London, v. 60, n. 1, p. 5-27, 2007.
- KOSELLECK, Reinhart. *Futuro passado*. Rio de Janeiro: Contraponto: Ed. PUC-Rio, 2003.
- LIPOVETSKY, Gilles. *Tempos Hipermódnos*. São Paulo: Barcarolla, 2004.
- MAFFESOLI, Michel. *O conhecimento comum: introdução à sociologia compreensiva*. Porto Alegre: Sulina, 2010.
- MINTZBERG, Henry; LAMPEL, Joseph; QUINN, James B.; GHOSHAL, Sumantra. *O processo da estratégia*. Porto Alegre: Bookman, 2006.
- MORIN, E. *Introdução ao pensamento complexo*. Porto Alegre: Sulina, 2005.
- PINHEIRO, Marcos José. *Museu, Memória e Esquecimento*. Rio de Janeiro: E-papers Serviços Editoriais, 2007.
- POLLACK, Michael. Memória e Identidade Social. In: *Estudos Históricos*. Rio de Janeiro, Vol. 05, Nº10, 1992, p. 200-212.
- REIS, Maria do Carmo; MARCHIORI, Marlene; CASALI, Adriana M. A relação comunicação-estratégia no contexto das práticas organizacionais. In: MARCHIORI, Marlene. *Comunicação e organização: reflexões, processos e práticas*. São Caetano do Sul: Difusão Editora, 2010. p. 167-187.
- SARLO, Beatriz. *Tempo passado*. São Paulo: Companhia das Letras, 2007.
- SROUR, Robert. H. *Poder, cultura e ética nas organizações*. Rio de Janeiro: Campus, 1998.
- WHITTINGTON, Richard. Estratégia após o modernismo: recuperando a prática. *RAE – Revista de Administração de Empresas*, São Paulo, v. 44, n. 4, p. 44-53, out-dez, 2004.
- WORCMAN, Karen. Memória do Futuro: Um Desafio. In: *Memória de Empresa*. São Paulo: Aberje Editorial, 2004, p. 23-30.



## INERCIAS Y PARADOJAS EN EL CAMPO DE ESTUDIOS DE LA COMUNICACIÓN O SOBRE LA CAPACIDAD COLECTIVA DE CUESTIONAR LOS FUNDAMENTOS SOBRE LOS QUE TRABAJAMOS



### ■ Raúl Fuentes Navarro.

Esta entrevista a Raúl Fuentes Navarro, profesor-investigador del Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente (ITESO, Universidad Jesuita de Guadalajara) y de la Universidad de Guadalajara, parte de la intención de hacer una evaluación del campo académico y científico de la comunicación en México, con algunas implicaciones en el contexto latinoamericano.

La charla fluyó durante una tarde del mes de junio de 2012 en

la ciudad de Guadalajara, en la que Fuentes Navarro “pensó en voz alta” los temas de las utopías que nos hemos planteado por más de 30 años e hizo un balance pensando en el futuro. Miembro del Sistema Nacional de Investigadores (Nivel III) y miembro regular de la Academia Mexicana de Ciencias, el entrevistado es un autor reconocido por su abundante y significativa obra repartida en varios libros y publicaciones académicas sobre el campo académico de la comunicación en México, la enseñanza y la investigación de la comunicación en América Latina.

■ E-mail: [raul@iteso.mx](mailto:raul@iteso.mx)

■ Por: Vicente Castellanos Cerda

Profesor – investigador del Departamento de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Cuajimalpa, México.

Yo veo ahora un rasgo muy fuerte que tiene mucho sentido al compararlo con hace 30 años (...): las decisiones y las políticas nacionales de comunicación parece que no las piensa nadie.

Raúl, si iniciaras tus estudios acerca de la comunicación justo el día de hoy, ¿cuál sería tu impresión de los avances, pendientes, temáticas, intereses, grupos, personas, en suma de la complejidad de este campo de estudio?

Yo veo ahora un rasgo muy fuerte que tiene mucho sentido al compararlo con hace 30 años, un rasgo muy claro de inercia: las decisiones y las políticas nacionales de comunicación parece que no las piensa nadie. Suceden sólo porque así ha sucedido en los últimos años. Es difícil encontrar iniciativas institucionales que traten de contrarrestar las inercias de ciertas tendencias y discursos. Esa característica me llama mucho la atención y me desespera un poco porque tengo la impresión de que se han dejado de intentar

cosas que de todos modos cuando se intentaban tampoco cambiaban las realidades, pero al menos el movimiento tenía otro sentido, otra dinámica y dejaba otro tipo de aprendizajes.

Me molesta no sólo cómo se multiplican irremediabilmente los vicios, sino incluso también las virtudes. Por ejemplo, el dato del número de miembros del Sistema Nacional de Investigadores que hacemos investigación de la comunicación en México, refleja un crecimiento exponencial en los diez o quince años más recientes, que es menos de la mitad del tiempo de existencia del sistema, pero ese crecimiento parece ser automático. Cada vez es más fácil verlo: cuando tú ves que alguien publica tres artículos en una revista, sabes que el año próximo

seguramente va aparecer en el Sistema Nacional de Investigadores o va a ser promovido a un nivel superior. Entonces, las inercias también han impulsado algunas virtudes como la productividad académica y el reconocimiento formal de los investigadores de la comunicación, pero me preocupa que sean más producto de la inercia que de la iniciativa.

Haciendo una analogía a partir de lo que dices, es cómo si hubiéramos hecho un gran edificio, lo construimos, aprendimos a andar en él, lo habitamos y lo habitamos bien, pero ahí nos quedamos, parece estar estable.

Hay una sospechosísima estabilidad y confort para los incluidos, que aunque ofrece algunas cuestiones muy favorables, sigue siendo



En el origen de las carreras de comunicación, no sólo en México pero me quedo aquí, se aunaban ambas condiciones: una rebeldía muy radical, y una muy fuerte capacidad de imaginación.

sospechosa, porque es una condición que no se origina, por supuesto, en el campo de la comunicación, sino en un espacio institucional más amplio; creo que todo el sistema de educación superior e investigación científica en México tiene esa característica de inercia conformista.

En contraste, los referentes sociales de la comunicación son exactamente lo contrario. Los cambios en los objetos de estudio, en los escenarios de la comunicación, son verdaderamente impresionantes y no se pueden explicar en términos de inercia. Si acaso las políticas se pueden explicar así, pero las prácticas, los desarrollos, las innovaciones, no. Esta relación de una academia muy instalada en las inercias para estudiar una serie de objetos, unos sistemas que están moviéndose de maneras sorprendentes, me parece especialmente preocupante. Probablemente un politólogo podría decir lo mismo sobre la política, pero yo lo digo con respecto a la comunicación.

**En este sentido, ¿qué es lo que consideras que no hemos hecho los estudiosos de la comunicación?**

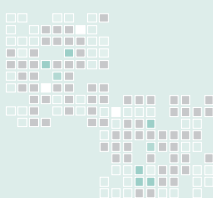
Volver a ponernos como comunidad realmente creativos y radicales al mismo tiempo, porque en las últimas tres décadas nos hemos puesto creativos y nos hemos puesto radicales, pero no al mismo tiempo. En el origen de las carreras de comunicación, no sólo en México pero me quedo aquí, se aunaban ambas condiciones: una rebeldía muy radical, y una muy fuerte capacidad de imaginación. Era como la búsqueda de una concreción al lema del 68 francés: “la imaginación al poder”. Ahora no veo eso; veo impulsos de creatividad, impulsos de imaginación o impulsos de radicalidad o de terquedad, pero no juntos. Y creo que es importante esa combinación “heurística” de la ciencia social: la conversación creativa entre rigor e imaginación.

**¿Por qué no tenemos conciencia de las inercias?**

Es que convienen, coinciden con intereses básicos. Yo creo que todo este sistema de creciente proteccionismo académico e institucional en el que vivimos y que disfrutamos los que no estamos excluidos, permite administrar la vida con bastante tranquilidad, a diferencia de lo que sucedía hace algunos años y que sigue ocurriendo con muchos de los jóvenes que intentan entrar al sistema académico, lo que es cada vez más difícil.

**Me parece fundamental que nos comparemos con otras comunidades de científicos y, por ello, me gustaría saber qué es lo que nos está legitimando frente a otras comunidades que tienen un sistema eficiente que se mide con parámetros de productividad que todavía no tenemos del todo nosotros, como pueden ser las revistas indizadas, el factor de impacto, el número y la calidad de citas.**

Estamos todavía culturalmente demasiado cercanos y dependientes de las comunidades de investigadores en ciencias



Es claro que en México y también en otros países del mundo se mantiene hasta la fecha la tensión sobre el valor que tiene publicar libros y capítulos de libros y no sólo artículos de journal en las ciencias sociales.

sociales, de la antropología, de la sociología, de la ciencia política, y todavía la plataforma que tenemos para la evaluación y el reconocimiento académico cae dentro de la categoría “sociología”. En eso no tenemos una condición tan diferente de la de los colegas investigadores de la comunicación que trabajan en países como Estados Unidos, Francia o Alemania.

Pero otra de las cosas que no hemos hecho es apropiarnos de los recursos de la comunicación científica: estamos todavía atrapados en el modelo del periodismo de los años 60, o antes, del siglo pasado, muy claramente definido como un modelo de difusión que pretendía ser masivo - aunque en México nunca ha habido prensa de masas -, y que estaba y sigue estando muy asociado imaginariamente a la influencia social, a la influencia política a través de la difusión periodística. Ese modelo nos ha impedido reconocer las condiciones y las articulaciones que puede tener el empleo de otros modelos y de otros medios de comunicación

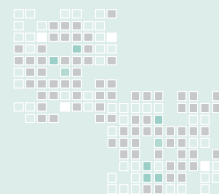
científica. Por ejemplo, los investigadores no nos leemos porque no ganamos nada leyéndonos. Ahí hay un rasgo de inmadurez estructural de nuestra comunidad, que tiene que ver también con la reducida escala que cubrimos: realmente no hay necesidad objetiva de leernos unos a otros. No es un problema de los individuos, es que no hay ninguna razón instalada e institucionalizada para que establezcamos debates entre nosotros, para que podamos disputar la “verdad”, la verdad relativa y con minúsculas, para que podamos, diría Bourdieu, estar realmente inmiscuidos en la lucha por la legitimidad interna, por la imposición de nuestras normas científicas.

Hay por ahí un rasgo cultural que nos hace hermanos de sangre en toda la tradición iberoamericana y es el hecho de que expresar de frente una discrepancia es tomado como una declaración de guerra y quien tenga más fuerza acabará ganando con la destrucción total del enemigo, no con el convencimiento del interlocutor

crítico. Esa cultura autoritaria, muy arraigada entre nosotros, es muy fuerte y tendríamos que remontar voluntariamente, o con un acuerdo colectivo, este tipo de inercias, este tipo de tendencias.

Quizá por ello no hemos podido consolidar iniciativas de institucionalización de medios de comunicación científica, sean revistas académicas o científicas. Todas las que hemos creado, con una o dos excepciones, han muerto sin haber dejado una historia gloriosa. Yo subrayaría el caso de *Connotaciones*, la revista de la Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación, instituida casi en el momento de la fundación de esta asociación, es decir, hace más de 30 años, que tenía la gran ventaja de ser una revista de la asociación y no de alguna universidad. Prácticamente todas las demás han sido o de universidades, las mejores, o de empresas.

Seguimos pensando la difusión, la diseminación, la comunicación científica interna y externa a la comunidad en términos muy simples, muy





Aunque sea muy cruda la respuesta, yo diría que no hay acumulación teórica, acumulación de conocimiento sistemático sobre la comunicación en América Latina, aunque tampoco en el mundo Occidental.

mecánicos. A los medios ya no los pensamos en los términos del periodismo de los años 60, pero a la comunicación científica sí. Por ejemplo, en la evaluación de la “productividad científica”, que parece llena de fantasmas. Cuando uno participa en los comités de evaluación de ciencias sociales, se encuentra el lugar común de que tenemos que evaluarnos con “criterios de biólogo”, lo cual no es cierto. Escuché decir una vez a un exdirector del Sistema Nacional de Investigadores que nunca había visto a un biólogo indicar a los sociólogos cómo se evaluaran. Sin embargo, dentro de la misma comunidad de investigadores sociales se mantiene la duda sobre la “cientificidad” de nuestro trabajo.

Es claro que en México y también en otros países del mundo se mantiene hasta la fecha la tensión sobre el valor que tiene publicar libros y capítulos de libros y no sólo artículos de *journal* en las ciencias sociales. Esta herencia que tenemos de las humanidades

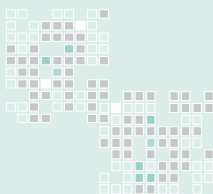
tiene un sentido histórico, pero también práctico, pues los libros y las revistas cumplen funciones diferentes y quizá complementarias: los artículos de *journal* se publican para que se citen y para que se sistematicen mecánicamente, mientras que los libros están hechos para leerse con cierta calma y esa es otra relación comunicacional entre los investigadores.

**En México no hemos logrado construir un sistema de revistas científicas que nos mantenga comunicados, y considero que eso tendría que ser una parte fundamental en la consolidación de nuestra comunidad.**

Para darle un respaldo más formal al debate académico, ahora habría dos facilidades: una es tecnológica, ya que puedes digitalizar y “subir” lo que quieras a internet, en plataformas accesibles universalmente; y dos, hay la disposición ya ganada por los editores de muchas revistas, por las instituciones editoras, de hacer esto abierta, libre, gratuitamente. Creo que esas dos condiciones están puestas ahí y

lo que faltaría es la concertación de los agentes interesados en ese sistema para concretarlo y usarlo. No es un sueño: me acuerdo de haber participado, antes de internet, en proyectos de documentación académica y de intercambio de publicaciones en redes latinoamericanas, que tuvieron efectos importantes, pero un alcance mucho menor al que puede imaginarse ahora. La revista *Diálogos de la Comunicación* de la FELAFACS fue una revista de muy buena calidad académica sin haber hecho nunca arbitrajes “doble-ciego”, porque había criterios suficientemente rigurosos como para mantener un nivel de calidad muy aceptable y muy homogéneo, pero era una revista distribuida en soporte de papel. Curiosamente, cuando se convirtió en una revista meramente electrónica perdió mucha de la importancia que había tenido en el continente y más allá del continente latinoamericano.

A propósito, a mí me gusta mucho la historia de *Comunicación y Cultura*, que fue



Estamos en mundos diferentes y eso nos hace tener, a los académicos, condiciones de desventaja. Sí, tenemos la radicalidad, pero ya es muy difícil juntarla con la imaginación, y viceversa.

probablemente la primera revista propiamente latinoamericana de comunicación, entre las tres o cuatro que ha habido, muy sostenida por factores míticos pero también por el trabajo y la convicción de un proyecto bien claro. Es una revista que dejó de publicarse teniendo el financiamiento resuelto (en el México de los años ochenta) para los siguientes tres años por lo menos. No conozco otro caso como éste, en que los propios editores decidieran dejar de publicarla y utilizar el dinero, que ya tenían, para re-publicar todos los números pasados y declarar con un argumento muy fuerte por qué ya no le veían futuro a la revista, por qué el futuro no correspondía con el proyecto. Estudiar casos como estos nos ayudaría mucho a encontrar claves para hacer estas redes de intercambio académico, para aprovechar los recursos que sí tenemos y que antes no había.

**¿Qué temas y perspectivas teóricas son en nuestros días totalmente prescindibles y, en contraste, cuáles se deben**

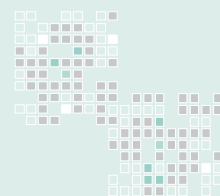
**rescatar como “pensamiento clásico” comunicacional?**

La respuesta a esa pregunta es terriblemente difícil pero ya no puede uno darle la vuelta. Aunque sea muy cruda la respuesta, yo diría que no hay acumulación teórica, acumulación de conocimiento sistemático sobre la comunicación en América Latina, aunque tampoco en el mundo Occidental. En Estados Unidos hay todo lo que quieras, menos eso; en Inglaterra, en Francia, en Alemania, están bastante más lejos aún. No es una cuestión de primer mundo y tercer mundo,

Visto desde el “primer mundo”, lo que ocupa el lugar de la teoría es vergonzosamente no teórico. Digo que es vergonzoso reconocer que eso se ha considerado teoría, porque hay indistintamente modelos y creencias y también ofertas de sentido, digamos más abstracto, préstamos “bajados” muy poco cuidadosamente de la filosofía o de las ciencias sociales. La discusión se centra en ese vacío teórico, que en México era algo

que se planteaba ya en los años 70. En la UNAM especialmente, ya había profesores que decían: “el rey está desnudo”, si bien lo decían en términos marxistas no siempre muy claros. Veo, en resumen, una deformación muy fuerte y muy profunda de lo que es la teoría, y sobre todo de lo que es la teorización. Entonces, una teoría que se concibe totalmente despegada de la práctica de la investigación y de la práctica comunicacional, de la práctica social, no sirve para consolidarnos como una comunidad científica dedicada al aporte sobre comunicación.

Otro aspecto es el uso de otros recursos que no son ni tendrían por qué pretender ser teóricos; en los años 70 se hubiera dicho “ideología” pero ahora no se dice así, probablemente porque los de ahora son discursos de mucho más bajo nivel de abstracción que los grandes modelos ideológicos del siglo pasado. Para vender teléfonos celulares y contratos, la teoría es una cosa muy sencilla; para sostener candidatos a la presidencia de la República, la teoría aplicada a la política es



Nos hace falta más discusión, más debate, es decir,  
más comunicación interna constitutiva pero probablemente  
al mejorar eso no nos mejoraría todo.

una cosa muy sencilla; mientras más sencilla mejor, para que la entiendan los candidatos y los vendedores de celulares. Si no tenemos la capacidad de discutir esto, se puede convertir en una inercia que no detendremos fácilmente.

Pero yo creo que esta condición es prácticamente igual que hace 40 años; es decir, no creo que tenga que ver ni con el posmodernismo, ni con las “nuevas tecnologías de información y comunicación”, ni con los gobiernos del Partido Acción Nacional en México. Creo que es una condición constitutiva del campo académico que no sólo se puede analizar en México sino también en otros lugares. Probablemente en México lo que marca alguna diferencia es que el corte con la industria mediática fue más radical y más temprano. Es irreparable la ruptura con la industria, incluyendo a la industria de la investigación, que existe y está muy boyante y no hace competencia a la academia porque está totalmente en otro circuito. Estamos en mundos diferentes y eso nos hace tener,

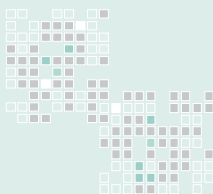
a los académicos, condiciones de desventaja. Sí tenemos la radicalidad, pero ya es muy difícil juntarla con la imaginación, y viceversa.

Sin embargo, seguimos ayudando a generar, no sé cómo, estudiantes que dicen “yo soy 132 y quiero la democratización de Televisa”. El mundo, a pesar de todo, todavía conserva muchas sorpresas. Sí, claro, en este movimiento no todos son estudiantes de comunicación pero la mayoría sí y el discurso es de estudiante de comunicación. Por lo visto, ahí está la evidencia también de que si hace 40 años hubiera habido *hashtags* y *Twitter*, seguro que hubiéramos sido más de 132 con ese discurso de “no al PRI y no a Televisa”.

**A lo mejor porque hemos tenido esa capacidad de proporcionar a la gente, a los estudiantes en este caso, una serie de herramientas conceptuales para analizar su entorno y que esto se note y se haga público me parece importante. De repente vemos el discurso académico en la**

sociedad, está en los medios, está en 140 caracteres, y eso se debe a que estas personas tienen un marco conceptual diferente que se lo apropian y apuestan a una forma de vida más democrática, a una causa. Pero para concluir esta parte me gustaría que me dieras tu opinión, un poco pensando otra vez en todo aquello que a lo mejor nos falta ¿qué es lo que los estudiosos de comunicación tendríamos que estar volteando a ver, qué están haciendo en otras disciplinas y qué es necesario que hagamos nosotros?

Deberíamos estar haciendo muchas cosas, pero yo me centraría en una que es una paradoja, es como una serpiente que se muerde la cola: nos hace falta más discusión, más debate, es decir, más comunicación interna constitutiva pero probablemente al mejorar eso no nos mejoraría todo. He visto relaciones de competencia destructiva feroz, más típica de los modelos de campo científico en otras disciplinas y no entre nosotros, que somos demasiado amables y cordiales, incapaces de golpearlos con el pétalo de una



Actualmente, lo que se ve en los más de mil programas de licenciatura que hay en el país, son restos de los tres modelos que se mantienen revueltos con otra serie de cosas.

rosa, al menos de frente. Pero eso es otra cosa, que daría para un psicoanálisis, y no es por ahí lo que digo: ahora no me refiero a intensificar el debate, sino a tener capacidad colectiva de cuestionar los fundamentos sobre los que trabajamos todos, los críticos y los no críticos, los que discuten y los que no discuten, la autoconciencia de comunidad, como campo, como agentes de una cierta identidad, eso me parece que es pobre.

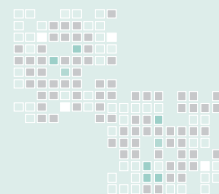
Paradójicamente, donde con más agudeza se ha logrado mantener esta autoconciencia durante 50 años es en Estados Unidos. Cuando uno sigue las polémicas epistemológicas y políticas del campo académico, todas tienen, si no su origen sí su desarrollo y concreción y sus consecuencias, en Estados Unidos. Si no pasa por la academia estadounidense, ni nos enteramos, claro, si estamos atentos. ¿Por qué? por densidad de estructura. En contraste, en México estamos en una condición en cierta manera envidiable, porque no estamos sometidos a esa presión

realmente fuerte; allá o en Europa sobrevivir en el ambiente académico es más significativo y meritorio.

Lo que señalo entonces es la capacidad de recuperar lo no evidente, de someter a preguntas científicas, sociales, nuestra propia práctica. Por ejemplo, ¿por qué nos conviene sostener lo qué sostenemos? o ¿cómo se distribuyen las consecuencias, aunque sean mínimas, del discurso científico reproducido, especialmente, con respecto a los estudiantes? Existen miles y están en toda clase de establecimientos de educación superior, desde los más serios y radicales de la educación pública hasta el otro extremo, que son en realidad dos: el extremo ideológico de la ultra derecha y el extremo populista y mercantil, donde está la mayoría de las escuelas de comunicación, que venden simulacros de educación superior.

A lo largo de la historia de la Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación me han invitado tres o cuatro veces a hablar sobre la asociación en la asociación. Y

lo he hecho con mucho interés, porque me parece importante. Pero me gustaría más si eso se pudiera dar con los estudiantes, en las escuelas, si hubiera más profesores que pusieran la mirada autorreflexiva en su propio trabajo. No necesitas ser un profesor de teoría, basta con que seas un profesor y que tengas estudiantes y hables de las preguntas que hemos cultivado durante muchos años, preguntas como: ¿tendrían razón los alemanes, que siempre dijeron que los estudios de comunicación deberían ser de posgrado y no estudios profesionales? ¿habría que tener profesionales formados universitariamente, que luego aprendieran comunicación en un segundo nivel? Los alemanes siempre han sostenido eso y nadie en el mundo les ha hecho caso. Yo me cuestiono qué pasaría si los estudiantes de posgrado, con quienes he trabajado en los últimos 20 años, no hubieran sido deformados en las escuelas de comunicación para entender la comunicación...



El posgrado para mí tiene su mejor manifestación  
cuando implica el regreso a la universidad desde alguna zona  
de los mercados de trabajo profesional.

¿Se podría considerar que las licenciaturas en ciencias de la comunicación han fracasado en sus intenciones originales, sea para formar intelectuales, investigadores, periodistas o comunicadores para la transformación cultural?

No, definitivamente no, para el campo, para el país, ¡no! Aunque para muchos de los sujetos, como individuos, lamentablemente sí. Sigo sosteniendo que la carrera de comunicación en México se fundó 3 veces: como carrera de periodismo en los años 50, como carrera humanista en los 60 y en los 70 como una carrera de ciencias sociales. A partir de 1974, que fue el año de la fundación de la Universidad Autónoma Metropolitana, yo digo que todo es reciclaje de los mismos elementos. ¿Por qué nunca se fundó un cuarto modelo? Porque se acabaron los 70, porque las universidades se dedicaron a crecer y a administrar el caos del crecimiento. Cuando se fundó la UAM había 350 mil estudiantes universitarios en el país. Ahora hay más de dos millones y medio.

¿Que ofrecía el modelo de Ciencias y Técnicas de la Información de la Universidad Iberoamericana? Nada menos que el cambio social por medio de la cultura. El modelo Sánchez Villaseñor ofrecía la conexión formativa de la filosofía y las humanidades con lo concreto de la vida cotidiana y la promesa emergente de los medios masivos. Para trabajar en los medios había que formarse con una visión muy amplia, basada en la filosofía. No puedes decir que lo que se ha hecho sobre ese proyecto sea un fracaso; no, es un legado importantísimo.

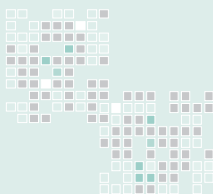
Yo creo que el periodismo mexicano en los años 50 y 60 era muy malo – y sigue siendo muy malo –, pero le daba importancia a la opinión pública, a la esfera pública, lo que ahora resulta muy valioso. Es importantísimo también el modelo humanista, pues se conectó con la industria y logró espacios de influencia muy fuerte. Aunque lo realmente importante es cuando se inventa el modelo de la comunicación como ciencia social en las universidades públicas: se

inventa en la UAM y de ahí se traslada muy complicadamente a la UNAM. Cuando la UNAM aceptó que era parte de ese círculo de escuelas de comunicación, fue muy significativo.

Actualmente, lo que se ve en los más de mil programas de licenciatura que hay en el país, son restos de los tres modelos que se mantienen revueltos con otra serie de cosas, como la acreditación, la democracia, la inercia de los miles de estudiantes. ¿Por qué quieren estudiar comunicación?, ya ni siquiera es porque no hay matemáticas, ya ni siquiera es porque quieren salir en la televisión. Pero están ahí y concretan el multifacético presente del campo.

**Con esta claridad que tienes del contexto histórico de la licenciatura, ¿qué pasa con el posgrado?**

Me queda claro, como punto de partida, que a pesar de todo hay mucha gente de mi generación y de tu generación trabajando en la industria y



Si una proporción mayor de los estudiantes del posgrado fueran esos sujetos que vienen a reciclar sus preguntas, entonces sucedería una experiencia riquísima.

algunos muy respetablemente. Sin embargo, hay un reto producido por la desconexión entre la academia y la industria de la comunicación en México, que tiene que ver con el posgrado. El posgrado para mí tiene su mejor manifestación cuando implica el regreso a la universidad desde alguna zona de los mercados de trabajo profesional. El regreso de ser cineasta, de ser lector de noticias en la televisión o reportero, gerente de comunicación interna de una empresa, lo que sea... el regreso que hace ver lo que le falta a la formación profesional y desde ahí hacer la siguiente pregunta para integrar lo nuevo. Se trata de trabajar las preguntas del profesional, que deberían ser muy densas y que sobre todo tendrían que ser preguntas éticas.

Si una proporción mayor de los estudiantes del posgrado fueran esos sujetos que vienen a reciclar sus preguntas, entonces sucedería una experiencia riquísima. Pero la inercia es que vengan sobre todo desempleados recién egresados, cuya única experiencia es haber sido estudiantes de comunicación

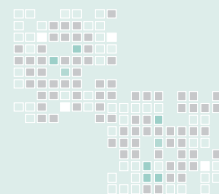
para seguir siendo estudiantes de comunicación, pero además ahora becados. ¿Cómo le hacemos para resistir eso? Los sujetos no tienen la culpa, al contrario, pero es importante no perder la oportunidad de que los profesionales se reciclen, porque una persona con formación universitaria y con experiencia profesional, es decir, competente para la reflexividad, puede hacer mejores apuestas sociales. Frente a los estudiantes que tienden a predominar, adolescentes inexpertos, los que estamos fuera de lugar somos muchos de los profesores.

En general, hay demasiados estudiantes de licenciatura, y demasiado pocos de posgrado. No llegan a mil los estudiantes de posgrado de comunicación en México, cuando hay por lo menos 75 mil de licenciatura. Esa proporción de uno a setenta y cinco es muy desventajosa para el estudio y profesionalización de la comunicación. Necesitamos tener programas de posgrado más densos, en apuesta académica y en cantidad.

**¿El conocimiento que hemos generado ha incidido de alguna forma en las decisiones de los poderes políticos, económicos o mediáticos de nuestra región?**

En general no, porque tenemos una cultura política y un gobierno que no le dan importancia a lo que digan la academia o la ciencia. No hay reconocimiento gubernamental en prácticamente ningún sector, a pesar de casos críticos extremos como el de la seguridad pública en México. Hace casi 20 años, con ocasión de mi tesis de doctorado, entrevisté a un colega muy destacado, quien ante mi pregunta sobre la influencia pública de la investigación académica de la comunicación, me dijo: “es evidente que la investigación académica no tiene ninguna influencia ni siquiera en la academia, ¿por qué habría de tenerla más allá?”.

**Tal vez la idea de la incidencia social tenga su origen en el modelo de periodismo de la licenciatura, queremos ser útiles a la sociedad, aunque no sepamos por qué. Finalmente, Raúl,**



Las universidades se han convertido muy rápidamente en instituciones burocráticas por encima de cualquier otra cosa, y conecta muy bien ese burocratismo con el autoritarismo del pensamiento de Estado y con el mercantilismo irresponsable.

¿Cuál es la agenda para seguir “pensándonos” los estudiosos de la comunicación?

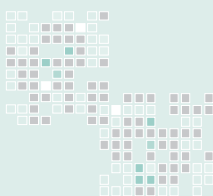
Yo creo que es la misma. Recordarás que cuando la Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación cumplió 30 años, en 2009, me arriesgué a decir que el proyecto era el mismo 30 años después y que la única diferencia es que había mejores condiciones para hacer un poco más realizable el proyecto original. Eso dije en la conferencia inaugural del encuentro y dudé mucho, pues también hubiera podido decir que lo viejo es viejo y hay que inventar otra cosa. Hubiera tenido buenos argumentos para hacerlo así, pero ahora te confieso que sigo creyendo que el proyecto está claro, que la investigación de la comunicación debe buscar la incidencia pública sobre la base de su consistencia científica y su responsabilidad colectiva. El proyecto es el mismo, aunque

han cambiado muchas de las circunstancias superficiales del entorno y también algunas cuestiones estructurales, pero éste sigue siendo básicamente el mismo país que hace 30 años, y en ese sentido los retos son los mismos.

En este contexto, habría que reforzar todo lo que se pueda el sentido universitario en las universidades, que se ha perdido mucho. Las universidades se han convertido muy rápidamente en instituciones burocráticas por encima de cualquier otra cosa, y conecta muy bien ese burocratismo con el autoritarismo del pensamiento de Estado y con el mercantilismo irresponsable. Eso hay que combatirlo por dentro, enfatizar el sentido educativo de la relación con los estudiantes, el sentido público pero no de divulgación de lo que uno puede decir. A mí nunca me ha interesado tener espacios en la

televisión o en el periódico local, pero sí me interesa que lo que yo trabajo se conozca y se discuta académicamente, porque mi responsabilidad está adentro del campus y del campus a donde me inviten, que es una extensión del mío.

Finalmente, es una cuestión de optimismo crítico, aunque cada vez haya menos elementos de inercia para sostenerlo. Aunque no sepamos qué va a pasar en este país después de las elecciones de dentro de quince días, hay que ser optimistas. Ése es el eje más claro que tengo ahora que cumplí 60 años, que llevo 34 años trabajando en lo que trabajo, que espero seguir ocupando mi plaza académica un poco más de tiempo, antes de jubilarme, y seguir teniendo el mismo sentido que hace más de 40 años, cuando entré a estudiar comunicación porque me “vendieron” la carrera del futuro y la compré, y no me ha defraudado.







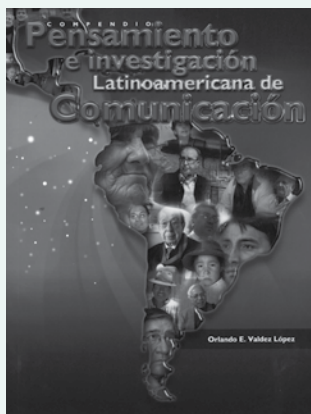
■ **PRÁCTICAS Y TRAVESÍAS DE COMUNICACIÓN EM AMÉRICA LATINA.** Jesús María Aguirre, Marcelino Bisbal (Editores), 280 p., 2010.

Esta obra traz aos leitores nove artigos de fôlego que têm como perspectiva comum a reflexão acerca da identidade da América Latina – em que os estudos de comunicação e cultura devem superar uma visão disciplinar e compartimentada em que cada país. O livro oferece um enfoque sociológico sobre as mediações realizadas pelas Tecnologias de Informação e Comunicação a partir de quatro pilares: a radiodifusão, o consumo cultural e as tendências futuras. Vale destacar que um aspecto positivo da obra é demonstrar que a experiência dos últimos dez anos demonstrou

que a universalidade anunciada a respeito da Internet não é real. A

rede desempenha também um papel de intensificação de assimetrias de poder quando utilizada para a disseminação do conhecimento. Isso ocorre diante de diversos aspectos, entre eles a supremacia da língua inglesa e a indisponibilidade de infraestrutura em alguns países – o que dificulta o intercâmbio de estudos de mídia na América Latina.

EDITORIA: FUNDACIÓN CENTRO GUMILLA, CARACAS, VENEZUELA.

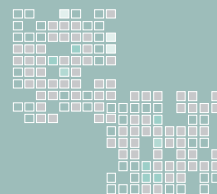


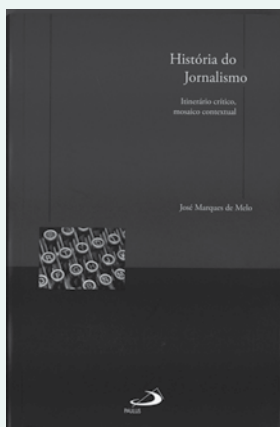
■ **COMPENDIO: PENSAMIENTO E INVESTIGACIÓN LATINOAMERICANA DE COMUNICACIÓN.** Orlando E. Valdez López, 192 p., 2011.

Obra de destaque a respeito da pesquisa e dos autores de destaque, este compêndio tem com proposta apresentar ao leitor a riqueza e a complexidade da produção da América Latina no campo da Comunicação. A ideia é buscar um paradigma próprio dos pesquisadores da região e identificar elementos que sejam consensuais em termos de teoria e metodologia. Chama a atenção a construção da obra em elementos considerados centrais pelo autor, como: a história e a cultura com elementos semelhantes

entre os países da região; a resistência destas sociedades com relação à dependência; e principalmente a criatividade investigativa dos estudiosos da Comunicação.

EDITORIA: EDITORIAL DE LA BUENA MEMÓRIA, ORURO, BOLÍVIA.



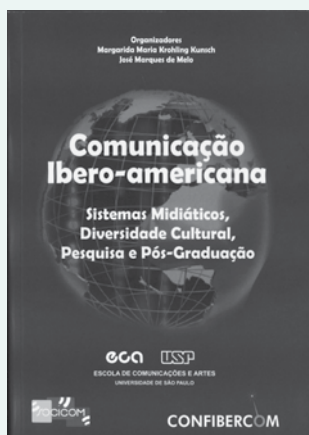


■ **HISTÓRIA DO JORNALISMO: ITINERÁRIO CRÍTICO, MOSAICO CONTEXTUAL, José Marques de Melo, 448p., 2012.**

Mais um trabalho de fôlego do autor, esta obra tem como meta oferecer mais detalhes aos futuros jornalistas sobre os importantes acontecimentos que alteraram as rotinas de produção deste campo. A perspectiva é que, nas últimas décadas, poucos estudos foram realizados com seriedade e profundidade sobre o assunto, o que mais recentemente foi revertido. A motivação para a publicação do livro decorre da necessidade de apresentar aos leitores três conjuntos

de análises críticas: os processos, as conjunturas e os narradores. Outro aspecto positivo da obra é trazer reflexões sobre os desafios mais importantes atualmente, assim como é notório o esforço do autor em explorar personagens de destaque.

EDITORA: PAULUS, SÃO PAULO, BRASIL.

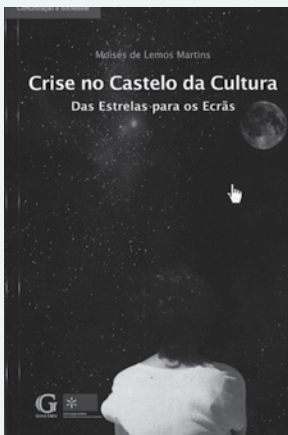


■ **COMUNICAÇÃO IBERO-AMERICANA: SISTEMAS MIDIÁTICOS, DIVERSIDADE CULTURAL, PESQUISA E PÓS-GRADUAÇÃO, Margarida M. Krohling Kunsch e José Marques de Melo (Organizadores), 493 p., 2012.**

Esta obra é resultado dos principais trabalhos apresentados no I Congresso Mundial de Comunicação Ibero-Americana (Confibercom). O principal objetivo do evento foi reunir a comunidade científica da região para debater as questões de maior destaque no campo das Ciências da Comunicação. Do ponto de vista da programação os participantes tiveram acesso a discussões com o tema central “Sistemas de Comunicação

em Tempos de Diversidade Cultural”. A obra traz um conteúdo atualizado que cumpre a expectativa do evento de contribuir para a solidificação da cidadania por meio da disseminação do conhecimento em Comunicação e do fortalecimento das entidades associadas ao congresso.

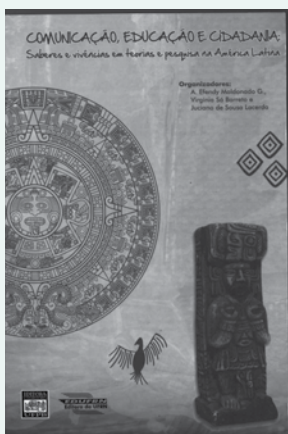
EDITORA: CONFIBERCOM, ECA-USP, SOCICOM, SÃO PAULO, BRASIL.



■ **CRISE NO CASTELO DA CULTURA: DAS ESTRELAS PARA OS ECRÃS, Moisés de Lemos Martins, 230p., 2011.**

Este ensaio aborda o que autor chama de crise da cultura, ao considerar que existe no mundo um movimento de mudança da palavra para o número, do logos para o ícone, da ideia para a emoção, do uno para o múltiplo – ou seja, das estrelas para as telas. A perspectiva é a de analisar o sentido do humano ao defender que a evolução tecnológica mobiliza os indivíduos para o mercado, mas os desestimulam enquanto cidadãos. A obra integra a coleção “Comunicação e Sociedade” do Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade da Universidade do Minho (Portugal).

EDITORIA: GRÁCIO, COIMBRA, PORTUGAL.

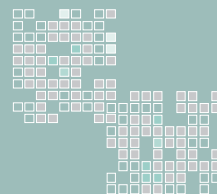


■ **COMUNICAÇÃO, EDUCAÇÃO E CIDADANIA: SABERES E VIVÊNCIAS EM TEORIAS E PESQUISA NA AMÉRICA LATINA, A. Efendy Maldonado G., Virgínia Sá Barreto, Juciano de Sousa Lacerda (Organizadores), 399p., 2011.**

Esta coletânea apresenta-se como resultado das pesquisas realizadas pelos grupos de investigação, centros e institutos associados às universidades que integram a Rede Temática Comunicação, Cidadania, Educação e Integração na América Latina (AMLAT). A produção do presente livro oferece aos leitores novas perspectivas a respeito dos eixos temáticos da rede, tais como Comunicação, Educação e Cidadania – dentro de uma proposta inovadora. São quatro as partes que compõem a obra.

A primeira traz a convergência entre comunicação e educação; a segunda trata de metodologia de pesquisas; a terceira tem como foco a relação entre comunicação e cultura digital; a quarta parte aborda a associação entre comunicação audiovisual e cidadania.

EDITORIA: EDITORA DA UFPB, EDITORA DA UFRN, JOÃO PESSOA, NATAL, 2011.



## PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO E INFORMAÇÃO DA UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL

Miriam de Souza Rossini  
mirianms.rossini@gmail.com

### HISTÓRICO E PERFIL ATUAL DO PROGRAMA

O Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Informação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (PPGCOM/UFRGS), embora relativamente recente, é hoje um curso consolidado e reconhecido pela excelência na formação de seus mestres e doutores, e pela inserção de seus pesquisadores na área da Comunicação e da Informação. Ele ocupa o segundo andar do prédio da Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação (FABICO), que fica junto ao Campus Saúde.

A atual Comissão de Pós-Graduação (Gestão 2011-2012) é composta pelos professores: Miriam de Souza Rossini (Coordenadora), Sonia Elisa Caregnato (Coordenadora Substituta), Márcia Benetti, Rudimar Baldissera, e pelos Representantes Discentes: Ivan Bonfim e Basílio Sartori.

Em seus dezessete anos, o curso já passou por algumas reestruturações a fim de qualificar sua proposta de curso. A mais recente é de 2010, quando as linhas de pesquisa e a grade curricular foram revistas, a fim de atualizar a proposta do programa com o ingresso de novos professores e refinar a articulação entre os projetos de pesquisa, as linhas de pesquisa e as orientações. O resultado dessas mudanças verificou-se na avaliação do curso pela Capes, quando ele retornou a obter a nota cinco.

O PPGCOM/UFRGS é o único programa brasileiro que promove a inter-relação de duas áreas das Ciências Sociais Aplicadas 1: Comunicação e Informação. Ao longo de sua história, procurou-se firmar sua identidade em torno desta perspectiva, que é, também, um desafio de ordem conceitual. Por muitas vezes, foi instado a fazer a separação entre as duas áreas, mas a defesa desse modelo de formação, com o tempo, tornou-se um de seus diferenciais, e pelo qual é reconhecido entre os demais das Ciências Sociais Aplicadas 1.

Criado em 1995, inicialmente, o PPGCOM oferecia apenas o Mestrado, mas desde 2000 passou a oferecer, também, o doutorado, com o objetivo de formar mestres e doutores capacitados a atuar no ensino e na pesquisa dos campos da Comunicação e da Informação. Seu funcionamento está determinado a partir de uma área de concentração (Comunicação e Informação) e quatro linhas de pesquisa: a) Informação, tecnologias e redes sociais, b) Jornalismo e processos editoriais, c) Linguagem e culturas da imagem, d) Mediações e representações culturais e políticas.

Atualmente, o Programa é integrado por 23 professores pesquisadores, sendo 18 permanentes e cinco colaboradores. A distribuição dos professores por linha é determinada pelos projetos de pesquisa e, desse modo, ocorre o debate epistemológico que permite avançar nas abordagens propicia-

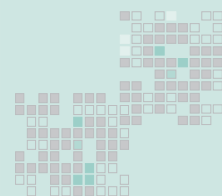
das pelos dois campos. Os professores das linhas são demandados a se reunirem periodicamente para definirem aspectos didáticos e conceituais. O resultado tem sido a titulação de mestres e doutores com uma visão mais ampla em relação aos campos da Comunicação e da Informação, pois existe uma integração planejada de professores nas diferentes linhas de pesquisa, em disciplinas e nos processos de avaliação. Essa integração se dá: nas disciplinas obrigatórias para o Mestrado (Teorias da Comunicação e da Informação e Metodologia da Pesquisa), ministradas por professores que permitam a abordagem interdisciplinar e a orientação comum a todos os projetos de pesquisa; nas disciplinas frequentadas por todos os alunos; nas bancas examinadoras para exames de qualificação e defesa de teses e dissertações; no debate sobre pesquisas; na produção científica.

Um dos grandes compromissos do PPGCOM é com a transparência de suas ações e de suas informações. No site do Programa ([www.ufrgs.br/ppgcom](http://www.ufrgs.br/ppgcom)), é possível encontrar toda a legislação e informação necessárias tanto para professores e alunos, quanto para demais interessados. Desde 2005, o Edital de Seleção é publicado em julho no site após ser aprovado pela Câmara de Pós-Graduação da Universidade. O mesmo é feito com o Edital de Bolsas, que foi adotado em 2008. A seleção dos novos bolsistas é realizada em março por uma comissão designada para esse fim, e o ordenamento tem validade por um ano. Atualmente, todos os alunos de mestrado e de doutorado que têm interesse em ter bolsa, possuem uma.

A realização conjunta de eventos entre os Programas de Pós-Graduação em Comunicação do Rio Grande do Sul e a forte participação dos nossos professores em bancas dessas universidades é um dado importante que demonstra o reconhecimento do Curso no Estado. Como política de aproximação entre os programas, o PPGCOM tem convênios firmados com os Programas de Pós-Graduação da PUCRS e da Unisinos, e está implementando um com a UFSM. Esses convênios permitem que os alunos dessas universidades possam cursar disciplinas entre programas, o que expande o diálogo e a diversificação na formação do corpo discente. Em 2011, recebemos, como alunos especiais, 11 alunos da PUCRS e Unisinos, e 12 alunos de outros Programas da UFRGS. Recebemos, ainda, como alunos especiais, 44 estudantes que não estavam vinculados a nenhuma instituição de ensino superior, mas que possuíam no mínimo Especialização. Em geral, eles buscam conhecer o Programa ou se reaproximar da academia a fim de levar adiante uma seleção para o Mestrado ou Doutorado.

O reconhecimento do PPGCOM pode ser observado, também, pela atração que produz em alunos de diferentes países da América Latina e da África, que vêm fazer mestrado e/ou doutorado conosco, seja através de Editais de Auxílio Externo ou não. Em 2012, temos um aluno de Moçambique fazendo mestrado a partir de Edital do CNPq. Alunos de outros Estados brasileiros também são atraídos pela proposta do Programa e pela excelência na formação que ele proporciona.

Conforme os dados de 2011, tínhamos 92 alunos matriculados, sendo 46 no doutorado e 46 no mestrado. Os 23 doutores titulados pelo PPGCOM até aquele ano estavam lecionando em Instituições de Ensino Superior brasileiras. Dos titulados em 2012, quatro já foram aprovados em concursos públicos federais para docente, em primeiro e segundo lugar.





## CORPO DOCENTE:

O PPGCOM tem crescido, ao longo dos últimos anos, em todos os sentidos: número de vagas oferecidas no Mestrado e no Doutorado, ampliação do corpo docente permanente, reconhecimento da qualidade das teses e dissertações por meio de prêmios de entidades científicas, ampliação significativa do número de bolsas, ampliação do espaço físico, interlocução com outras instituições. A tendência do Programa é o crescimento das relações interinstitucionais. Isso se deve especialmente a um corpo docente que está longe da aposentadoria, portanto comprometido com projetos de longo prazo.

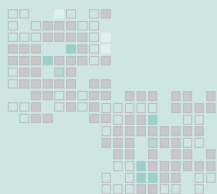
Os professores do PPGCOM/UFRGS estão organizados em quatro linhas de pesquisa. Todos desenvolvem projetos de pesquisa, que abrigam orientandos de Iniciação Científica e de Pós-Graduação. Desde 2010, o ingresso de professores no PPGCOM é feito de acordo com a Resolução 03/2010, que estabelece os critérios de credenciamento de novos docentes no programa. Dispositivos para o acompanhamento do trabalho dos professores-orientadores estão sendo discutidos, como forma de buscar a constante qualificação do nosso corpo docente, que já é reconhecida internacional e nacionalmente, conforme se observa em alguns dados:

a) Embora a grande maioria dos professores do Programa seja relativamente de jovens doutores, que se titularam após 2000, dos 18 professores permanentes, 10 possuem bolsa de Pesquisa em Produtividade do CNPq, sendo dois em nível 1.

b) Muitos dos nossos professores estão envolvidos em projetos de pesquisa e/ou cooperações nacionais e internacionais. No último triênio, podemos destacar:

- ✓ a execução do Projeto de Cooperação Nacional - PROCAD/CAPES entre as universidades UFRGS, UNISINOS, UFMG e UFSC. Participam os professores Marcia Benetti, Virgínia Fonseca e Flávio Porcello e seus respectivos orientandos;
- ✓ a participação da professora Nilda Jacks, juntamente com vários alunos do Programa, no Observatório Ibero-americano de Ficção Televisiva – OBITEL (co-coordenado pela professora Maria Immacolata Vassallo de Lopes, da USP);
- ✓ a participação da professora Karla Müller no Comitê Acadêmico Mercosul e na Associação de Universidades Grupo Montevidéu (AUGM);
- ✓ a participação do professor Rudimar Baldissera como membro fundador da Associação Internacional de Investigadores em Branding – Observatório de Marcas;
- ✓ a participação da professora Miriam de Souza Rossini na Red de Investigadores sobre Cine Latinoamericano – RICiLa;
- ✓ a participação da professora Ida Stumpf no projeto intitulado “Avaliação da Atividade Científica: desenvolvimento conceitual e metodológico e aplicação de indicadores”, realizado em conjunto com a Universidad Carlos III (Espanha);
- ✓ os cursos oferecidos pela professora Nilda Jacks na Universidade Católica do Porto/Portugal e na Universidade Católica Del Uruguay/Montevidéu.

c) Nossos professores têm participação ativa em associações da área e em órgãos de pesquisa da própria Universidade, o que confere visibilidade ao Programa. Essa participação também possui um valor político, demonstrando o comprometimento do PPGCOM com o campo da Comunicação. Nesse sentido, vale destacar em relação ao ano de 2011:





- ✓ Maria Helena Weber: Coordenadora da área de Ciências Sociais Aplicadas I da CAPES; Secretária da COMPOLÍTICA – Associação Nacional dos Pesquisadores em Comunicação Política; e membro do Conselho de Desenvolvimento Econômico e Social do Rio Grande do Sul;
- ✓ Alex Primo: membro do Conselho da ABCiber (Associação Brasileira de Pesquisadores em Ciberultura);
- ✓ Flávio Porcello: Conselheiro da Comissão de Ética do Sindicato dos Jornalistas Profissionais do RS;
- ✓ Ilza M. Tourinho Girardi: Diretora de Comunicação do Núcleo de Ecojornalistas do Rio Grande do Sul;
- ✓ Karla Muller: vice-diretora de Divulgação da Associação Riograndense de Imprensa e Diretora do Instituto de Comunicação, Cultura, Educação e Formação Política Alberto André.
- ✓ Rudimar Baldissera: vice-presidente da ABRAPCORP (Associação Brasileira de Pesquisadores em Comunicação Organizacional e Relações Públicas);
- ✓ Suely Fragoso: open seat da diretoria executiva da AOIR – Association of Internet Researchers – e membro do conselho científico e consultivo da ABCIBER – Associação Brasileira de Pesquisadores em Ciberultura;

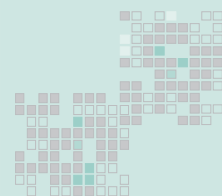
Também é constante a participação de nossos pesquisadores em coordenação e vice-coordenação de GTs em congressos como Compós, Intercom, SBPJor, ENANCIB, ABRACORP e AN-PUH, o que demonstra a inserção dos professores em entidades do campo das Ciências Sociais e das Ciências Humanas.

## CORPO DISCENTE

O corpo discente qualificado é um dos pontos fortes do Programa, resultante do processo seletivo rigoroso e do estímulo à produção científica. Nossos alunos são incentivados a participarem de eventos nacionais e internacionais, e o Programa possui uma política de incentivo à participação discente nesses eventos, regulamentada por resolução interna. A publicação discente, em coautoria com seus orientadores ou não, também é estimulada.

Para que os alunos possam se dedicar integralmente às atividades do Programa, nos últimos anos houve um aumento considerável no número de bolsas concedidas aos alunos, sendo que desde 2011 todos os candidatos habilitados foram beneficiados. Esses alunos também busca sua qualificação através da realização do estágio docente, que pode ser feita através da participação em disciplinas da graduação ou em orientação e coorientação de Trabalhos de Conclusão de Curso dos graduandos. Em 2011, 37 alunos (19 de Doutorado e 18 de Mestrado) realizaram estágio de docência em 47 disciplinas, nos cursos de Jornalismo, Relações Públicas, Publicidade e Propaganda, Arquivologia, Biblioteconomia, Museologia e Design, enquanto 26 alunos de graduação foram coorientados por alunos do PPGCOM.

Esse envolvimento entre pós-graduação e graduação vem apresentando excelentes resultados para todos os níveis de formação. Como resultado dessas ações, constata-se que os alunos e ex-alunos do PPGCOM estão ingressando em diferentes universidades, públicas e privadas, como docentes.







## LINHAS DE PESQUISA

Em 2010, após uma reformulação curricular, foram criadas as novas linhas do Programa, que passaram a dar maior visibilidade às pesquisas realizadas pelo grupo de pesquisadores. Isso ampliou, também, a procura entre os candidatos para mestrado e doutorado. Em 2011, o número de candidatos na seleção foi de 198 inscritos, com um índice de 4 candidatos por vaga no doutorado e 8,4 candidatos por vaga no mestrado. Em 2012, essa alta procura repetiu-se, com uma média de 50 candidatos por linha, entre mestrado e doutorado.

### a) Linha 1- Informação, tecnologias e práticas sociais:

Estudos de cunho teórico, metodológico e aplicado, abordando a produção e o uso da informação para a compreensão de fenômenos sociais mediados pelas tecnologias da informação e comunicação (TIC), a partir dos seguintes enfoques: cibercultura, comunicação científica, interação mediada por computador, redes sociais na internet, imagem enquanto informação e comunicação. Desenvolvimento e aplicação de metodologias quantitativas e qualitativas adequadas aos temas e objetos de pesquisa da linha.

Alex Fernando Teixeira Primo - Doutorado em Educação (UFRGS – 2003),  
Bolsista de Produtividade do CNPq Nível 2.

Ida Regina Stumpf - Doutorado em Comunicação (USP – 1994), Bolsista de  
Produtividade do CNPq Nível 1D.

Sônia Elisa Caregnato - Doutorado em Ciência da Informação (University of Sheffield,  
Inglaterra – 1999), ), Bolsista de Produtividade do CNPq Nível 2.

Suely Dadalt Fragoso - Doutorado em Comunicação (University of Leeds, Inglaterra –  
1998), Bolsista de Produtividade do CNPq Nível 2.

### b) Linha 2 – Jornalismo e Processos Editoriais

Pesquisas sobre jornalismo e processos editoriais nas seguintes abordagens: fundamentação teórica e epistemológica, linguagem e produção de sentidos, identidade, ética e campo profissional, jornalismo especializado, história da edição e do jornalismo, economia política das organizações jornalísticas e editoriais, rotinas de produção, edição e circulação em diferentes meios, imagem, tecnologia e design.

## Docentes Permanentes

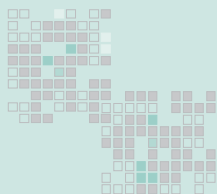
Ana Cláudia Gruszynski - Doutorado em Comunicação Social (PUCRS – 2003),  
Bolsista de Produtividade do CNPq Nível 2.

Cassilda Golin Costa (Cida Golin) - Doutorado em Teoria da Literatura (PUCRS – 1997).

Flávio Antonio Camargo Porcello - Doutorado em Comunicação Social (PUCRS – 2004).

Luciana Pellin Mielniczuk – Doutora em Comunicação e Cultura Contemporâneas  
(UFBA – 2003), Pós-doutorado pela Universidad de Santiago de Compostela.

Marcia Benetti Machado - Doutorado em Comunicação (PUCSP – 2000), Bolsista  
de Produtividade do CNPq Nível 2.



Virginia Pradelina da Silveira Fonseca - Doutorado em Comunicação e Informação (UFRGS – 2005), Pós-doutorado pelo Centro de Pesquisa e Documentação de História Contemporânea do Brasil (CPDOC) da Fundação Getúlio Vargas, Rio de Janeiro, RJ (2008-2009).

### **c) Linha 3 – Linguagem e Culturas da Imagem:**

Pesquisa linguagem e culturas criadas pelos diferentes tipos de imagem. As problemáticas dos suportes e formatos midiáticos e suas estéticas. A imagem enquanto arquivo e patrimônio, e como bem cultural produtor de memória e de imaginários. A constituição semiótica das imagens e seus modos de produção, circulação, armazenamento e consumo. Os meios audiovisuais e as convergências tecnológicas.

### **Docentes Permanentes:**

Alexandre Rocha da Silva - Doutorado em Comunicação (UNISINOS – 2003), Pós-doutorado na Université de Paris III (Sorbonne-Nouvelle) (2005-2006).

Miriam de Souza Rossini - Doutorado em História (UFRGS – 1999) e Doutorado-sanduíche na École des Hautes Études en Sciences Sociales, França, Bolsista de Produtividade do CNPq Nível 2.

Nísia Martins do Rosário - Doutorado em Comunicação Social (PUCRS – 2003), Bolsista de Produtividade do CNPq Nível 2.

### **d) Linha 4 – Mediações e representações culturais e políticas**

Processos de mediação e de representação nos campos da comunicação, da informação e de suas interfaces com a cultura e a política, a partir das seguintes perspectivas: representações sociais, práticas socioculturais, identidades e diversidades culturais, construção de narrativas sociais e memória, cidadania e redes de sociabilidade, comunicação política e políticas de comunicação, comunicação pública, institucional e organizacional. Análise de processos de produção, recepção, circulação, consumo e apropriação de bens culturais e simbólicos relacionados às práticas comunicacionais e informacionais em diferentes meios, suportes, grupos e contextos sociais e políticos.

### **Docentes Permanentes:**

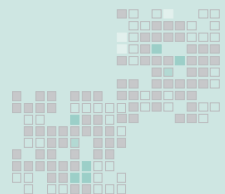
Karla Maria Muller - Doutorado em Comunicação (UNISINOS – 2003).

Maria Helena Weber - Doutorado em Comunicação e Cultura (UFRJ – 1999), Bolsista de Produtividade do CNPq Nível 2.

Nilda Aparecida Jacks - Doutorado em Comunicação (USP – 1993), Pós-doutorado na Universidade de Copenhague (1998-1999), Pós-doutorado na Universidade Nacional da Colômbia (2006), Bolsista de Produtividade do CNPq Nível 1C.

Rudimar Baldissera - Doutorado em Comunicação (PUCRS – 2004).

Valdir José Morigi - Doutorado em Sociologia (USP – 2001).





## INFRAESTRUTURA

O PPGCOM conta, atualmente, com três laboratórios e seis núcleos de pesquisa alojados em salas exclusivas. Nesses espaços, os alunos e professores do Programa dispõem dos equipamentos e recursos necessários às suas atividades de estudo e pesquisa. Alunos de Iniciação Científica e orientandos de graduação também utilizam esses espaços. Em 2011, o PPGCOM investiu na manutenção e atualização dos equipamentos de informática, já que sua infraestrutura encontra-se estabilizada em patamar considerado excelente. Todos os computadores são novos, estão conectados à internet e possuem monitores LCD. Em relação ao software que roda nestas máquinas, além dos aplicativos tradicionais como Microsoft Office e OpenOffice, o PPGCOM tem à disposição licenças para a utilização de versões atualizadas de software para análise qualitativa (NVivo) e quantitativa (SPSS), entre outros.

O PPGCOM também conta com a possibilidade de utilização não exclusiva de outros espaços e recursos de informática, particularmente o Laboratório de Informática da Comunicação (LICO), com 19 computadores conectados à rede, e o Laboratório de Informática da Biblioteconomia e Comunicação (LIBIA), com 22 computadores conectados à rede. Os dois laboratórios acima contam com uma sala de coordenação que oferece aos alunos 2 impressoras laser e 2 impressoras jato de tinta (uma delas em formato A3), além de dois scanners. Em 2011, foi instalada a rede Wi Fi em todo o campus em que se encontra o prédio da Faculdade, o que permitiu acesso facilitado aos alunos e professores que trazem seus equipamentos pessoais de informática.

Outro ponto importante da Infraestrutura é a Biblioteca da FABICO, que faz parte do Sistema de Automação de Bibliotecas (o SABI), implantado na UFRGS em 1989. Em virtude da descentralização do acervo na Universidade, a Biblioteca Setorial de Biblioteconomia e Comunicação localiza-se no mesmo prédio do PPGCOM, o que facilita o acesso dos pesquisadores ao material específico. Sendo uma biblioteca setorial, seu acervo é composto por documentos das seguintes áreas específicas: Jornalismo, Metodologia da Pesquisa, Marketing, Design, Publicidade e Propaganda, Rádio, Televisão, Ciências Sociais, Cultura, Teoria da Comunicação, Relações Públicas, Arquivologia, Ciência da Informação, Biblioteconomia, Cinema, Fotografia e outras áreas afins.

Professores e alunos da UFRGS podem acessar os serviços da Biblioteca, tanto gratuitos quando pagos, a partir dos computadores da Universidade ou remotamente (de casa, por exemplo), com sua senha de identificação. A UFRGS oferece às comunidades interna e externa acesso aos textos digitais gerados no seu âmbito e cuja distribuição tenha sido autorizada pelo detentor dos direitos autorais, por meio de seu Repositório Digital. O Lume ([www.lume.ufrgs.br/](http://www.lume.ufrgs.br/)), como é conhecido, reúne, preserva e divulga documentos digitais na íntegra a partir de um projeto conjunto entre Bibliotecas e Centro de Processamento de Dados da Universidade. O Repositório Lume e a Biblioteca Digital de teses e dissertações incluem as teses e dissertações defendidas no PPGCOM (150 em 2011), assim como parte dos artigos de periódicos e trabalhos apresentados em eventos pelos professores e alunos do PPGCOM. Além da presença na web via Repositório Lume, o PPGCOM também participa do Portal de Periódicos Científicos UFRGS, que inclui hoje 37 periódicos de acesso aberto editados pela Universidade, incluindo a revista InTexto, que é produzida pelo Programa.

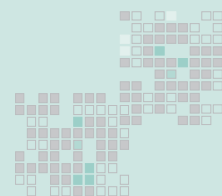
## DISCIPLINAS

A integralização do curso compreende duas disciplinas obrigatórias para os mestrandos, que compõem os Estudos Básicos: Teorias da Comunicação e da Informação, e Metodologias da Pesquisa. Há, ainda, uma grade de disciplinas eletivas vinculadas às linhas e aos interesses de pesquisa dos professores. Também são oferecidos Seminários de Pesquisa por linha, que são ministrados conjuntamente pelos professores para os seus orientandos. Nesses Seminários, o objetivo é fazer avançar os projetos dos discentes. Conforme a necessidade, podem ser oferecidos Seminários Eletivos, criados especialmente para tratar de algum assunto novo ou que não esteja contemplado nas Ementas das demais disciplinas. Além das disciplinas do Curso, como já foi dito, os alunos do PPGCOM/UFRGS podem fazer disciplinas nos demais Programas convencionados e nos demais Programas de Pós-Graduação da UFRGS.

Além dos créditos em disciplinas, mestrandos e doutorandos precisam cumprir créditos em Atividades Dirigidas: estágios de docência na graduação, participação em eventos, publicação, participação em atividades do próprio Programa e em Grupos de Pesquisa de seus orientadores. Isso faz com que todos os alunos obtenham, ao final, uma experiência rica e diversificada de aprendizado acadêmico.

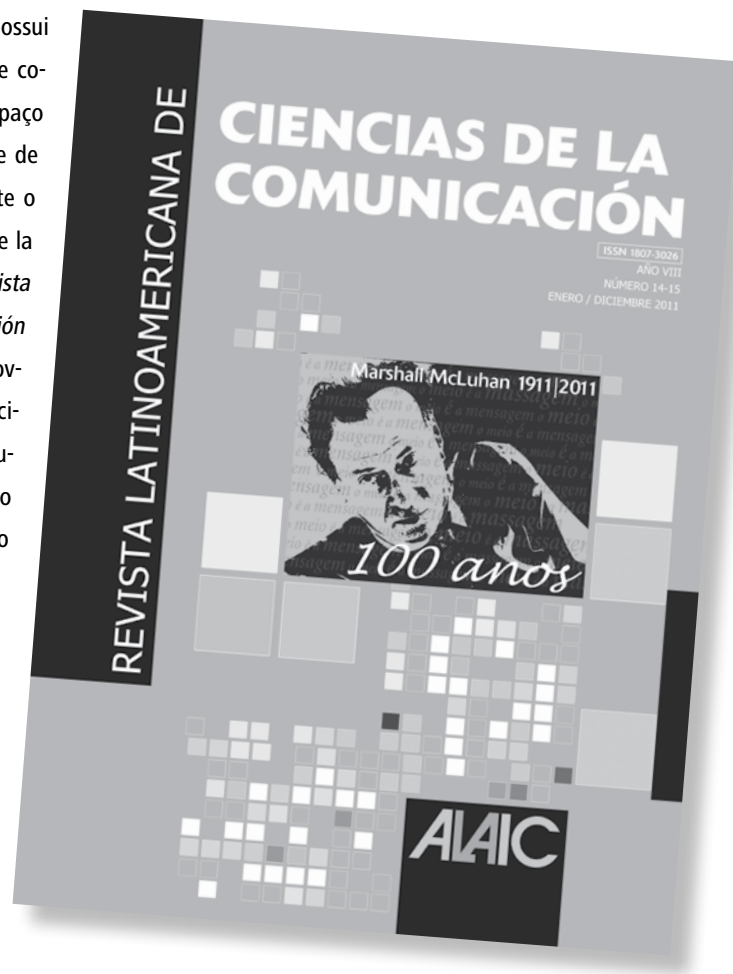
## PUBLICAÇÃO DO PROGRAMA

O Programa produz a revista científica Intexto, que é avaliada como B2 pelo sistema Qualis e se consolidou como um importante instrumento de divulgação científica, da Comunicação e da Informação. A revista é semestral e já foi criada para ser online, em 1997. Todos seus números podem ser acessados pelo site ([www.ufrgs/intexto.br](http://www.ufrgs/intexto.br)). A avaliação dos artigos é cega e realizada por no mínimo dois pareceristas, geralmente do Conselho Editorial, mas ocasionalmente AD HOC. A migração dos dados para a plataforma SEER possibilitou o aprimoramento do sistema de recepção, avaliação e publicação dos textos, assim como a indexação da revista no Latindex e sua incorporação ao Portal de Periódicos da CAPES. A revista recebe apoio da Universidade por meio da concessão de bolsista e suporte técnico.



# CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

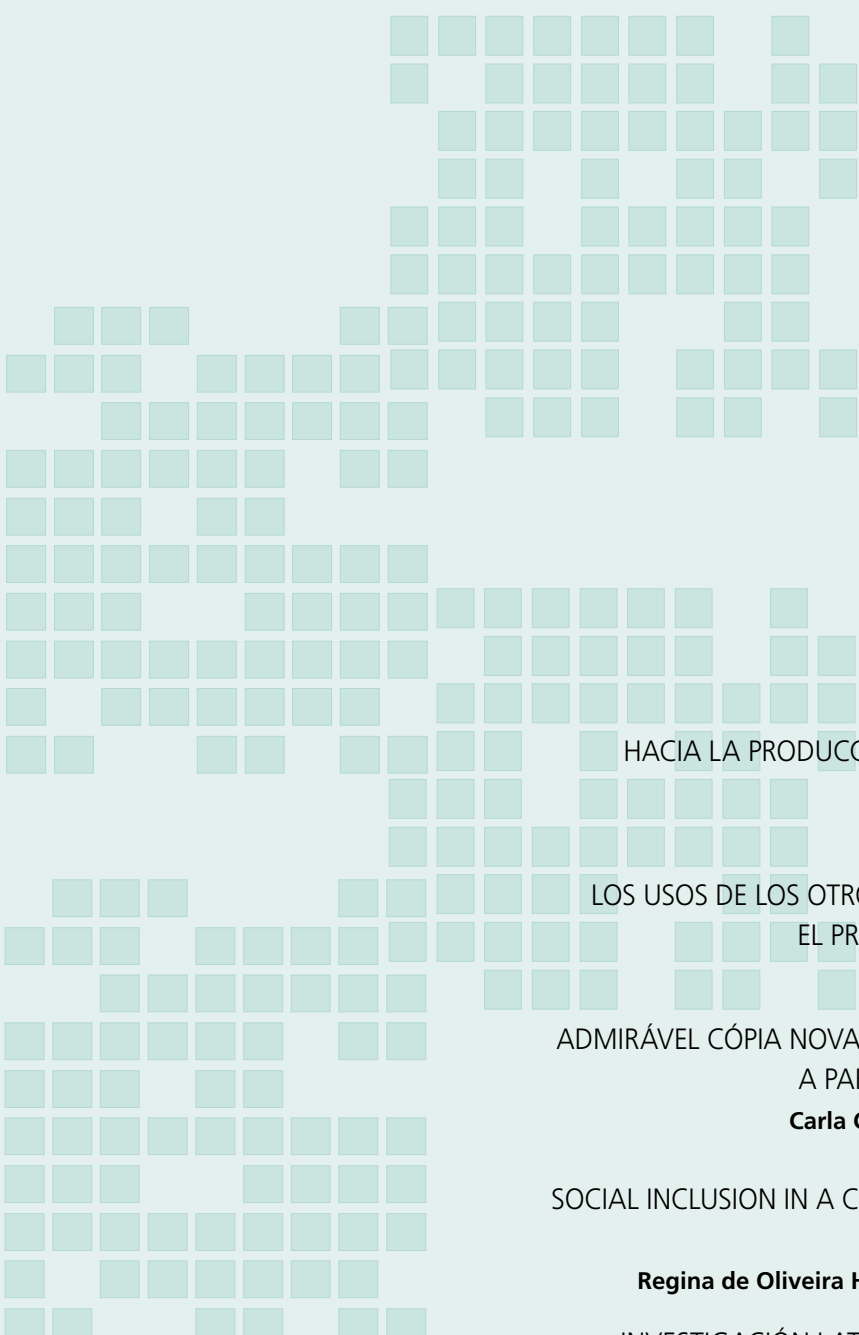
A comunidade científica latino-americana possui extensa e rica produção científica na área de comunicação, que necessita ser divulgada em espaço democrático e possibilite a troca e o debate de idéias. Lançada em outubro de 2004, durante o VII Congresso Latinoamericano de Ciencias de la Comunicación em La Plata, Argentina, a *Revista Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación* propõe-se a atender esta necessidade, promovendo a difusão, democratização e o fortalecimento da Escola Latino-americana de Comunicação, contribuindo para o desenvolvimento integral da sociedade e ampliando o diálogo com a comunidade acadêmica mundial.



## FAÇA SUA ASSINATURA

Para efetuar a assinatura anual da *Revista Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación*, com direito ao recebimento de dois exemplares, basta preencher a ficha de assinatura com seus dados pessoais e enviar para o nosso Tel/FAX. (55 11) 3091-2949. O valor da assinatura é de U\$ 25 (vinte e cinco dólares) mais taxa de postagem (sob consulta). O pagamento da assinatura e da postagem podem ser realizados via depósito bancário para a ALAIC no Banco do Brasil, agência 3559-9, conta corrente 6983-3 e o comprovante de depósito também deve ser enviado por fax para (11) 3091-2949.





HACIA LA PRODUCCIÓN DE CONTENIDOS AUDIOVISUALES  
PARA LA TDT EN ARGENTINA

**Cecilia Labate y Ornela Carboni 108**

LOS USOS DE LOS OTROS COMO CATEGORÍA EMERGENTE EN  
EL PROCESO DE APROPIACIÓN DE INTERNET

**Pedro Reyes Garcia 118**

ADMIRÁVEL CÓPIA NOVA: A REINVENÇÃO DA INFORMALIDADE  
A PARTIR DA PIRATARIA CONTEMPORÂNEA

**Carla Gavilan Carvalho y Ludmila Brandão 128**

SOCIAL INCLUSION IN A CEREBRAL PALSY THEMATIC NETWORK:  
ANALYSIS OF A COLLECTIVE BLOG

**Regina de Oliveira Heidrich y Sandra Portella Montardo 138**

INVESTIGACIÓN LATINOAMERICANA EN COMUNICACIÓN.  
ESTUDIO BIBLIOMÉTRICO DE REVISTAS CIENTÍFICAS

**Antonio Castillo Esparcia, Ana Almansa Martínez y Alejandro Álvarez Nobell 148**

MEDIAÇÃO DO COMUNICADOR ORGANIZACIONAL COM COMUNIDADES:  
EXERCÍCIO PROFISSIONAL SOB UM OLHAR AMPLIADO

**Fabia Pereira Lima, Ivone de Lourdes Oliveira y Luisa Silva Monteiro 160**



# HACIA LA PRODUCCIÓN DE CONTENIDOS AUDIOVISUALES PARA LA TDT EN ARGENTINA

SOBRE A PRODUÇÃO DE CONTEÚDOS AUDIOVISUAIS  
PARA A TDT NA ARGENTINA

*PRODUCTION OF AUDIOVISUAL CONTENT FOR TDT  
IN ARGENTINA*

## Cecilia Labate

■ Es Licenciada en Ciencias de la Comunicación de la Universidad de Buenos Aires (UBA). Mestre en Industrias Culturales: políticas y gestión en la Universidad Nacional de Quilmes (UNQui). Integra el equipo docente de la materia "Políticas y Planificación de la Comunicación" en la Carrera de Ciencias de la Comunicación de la Facultad de Ciencias Sociales de la UBA desde el año 2005. En el terreno de la práctica profesional se desempeña como editora y redactora de diversos medios gráficos de circulación nacional. Asimismo es profesora en Enseñanza Media de la materia "Taller de Estilos Periodísticos" en la modalidad de Bachiller con orientación en Comunicación Social.

■ E-mail: [cecilia.labate@gmail.com](mailto:cecilia.labate@gmail.com)

## Ornela Carboni

■ Es Licenciada en Comunicación Social de la Universidad Nacional de Quilmes y Mestre en "Industrias Culturales: políticas y gestión" (UNQ). Se desempeña como docente instructora en la misma Universidad. Ha participado en el Programa de Investigación "Espacio público y políticas representaciones, prácticas y actores. Argentina a partir de la década del 80", a cargo del Dr. Martín Becerra (2007-2009). Es miembro del Programa de Investigación Espacio público y políticas: representaciones, prácticas y actores. Argentina a partir de la década del 80. Proyecto "Lógicas de producción en industrias culturales en la Argentina del siglo XXI: rutinas y diversidad".

■ E-mail: [ornelacarboni@yahoo.com.ar](mailto:ornelacarboni@yahoo.com.ar); [ocarboni@unq.edu.ar](mailto:ocarboni@unq.edu.ar)







## RESUMEN

La implementación de la Televisión Digital Terrestre (TDT) supone mucho más que un cambio técnico. Se presenta como una herramienta democratizadora de las comunicaciones al ampliar la cantidad de señales disponibles en el universo analógico. En este sentido, la tecnología *per se* resulta insuficiente para generar sociedades más democráticas, por eso la producción de contenidos para la TDT constituye uno de los componentes para ofrecer una televisión más plural e inclusiva. Este artículo da cuenta de las políticas públicas orientadas al fomento de contenidos digitales para la TDT abierta, libre y gratuita, específicamente al desarrollo de polos audiovisuales tecnológicos (PAT).

**PALABRAS CLAVE:** TELEVISIÓN DIGITAL TERRESTRE (TDT); ESTADO; POLÍTICAS DE COMUNICACIÓN; PRODUCCIÓN DE CONTENIDOS AUDIOVISUALES.

## RESUMO

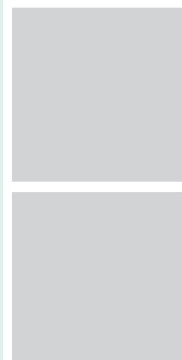
A implementação da Televisão Digital Terrestre (TDT) é muito mais que uma mudança técnica. Apresenta-se como uma ferramenta de democratização das comunicações porque amplia a quantidade dos sinais disponíveis no universo analógico. Neste sentido, a tecnologia *per se* é insuficiente para gerar sociedades mais democráticas, por isso a produção de conteúdos para TDT é um dos componentes para oferecer uma televisão mais plural e inclusiva. Este artigo da conta das políticas públicas orientadas ao fomento de conteúdos digitais para TDT aberta, livre e gratuita, especificamente ao desenvolvimento de pólos audiovisuais tecnológicos (PAT).

**PALAVRAS-CHAVE:** TELEVISÃO DIGITAL TERRESTRE (TDT); ESTADO; POLÍTICAS DE COMUNICAÇÃO; PRODUÇÃO DE CONTEÚDOS AUDIOVISUAIS.

## ABSTRACT

Implementation of Digital Terrestrial Television (DTT) is much more than a technical change. It is presented as a democratization tool of communication to expand the number of signals available in the analog world. In that way, the technology *per se* is not sufficient to generate societies more democratic, so the production of content for DTT is essential to provide programming that is plural and inclusive. This article reports on public policies aimed at promoting the digital content to free and open DIT. It is oriented specifically to the development of audio-visual technology poles (AVTP).

**KEYWORDS:** DIGITAL TERRESTRIAL TELEVISION; STATE ; COMMUNICATION POLICIES; PRODUCTION OF AUDIOVISUAL CONTENT.



## 1. Introducción

El desembarco de la televisión digital modifica los procesos de producción y realización de contenidos, su forma de transmisión y consumo. Por ello, luego de la elección de la norma digital y de la instauración de los planes técnicos, como aspectos insoslayables para iniciar la implementación del nuevo sistema televisivo, el interés de las políticas públicas de comunicación se centró en los productos digitales al considerarlos elementos claves dentro de la cadena de valor de las industrias audiovisuales.

En esta dirección, es preciso señalar que los bienes culturales conllevan un doble rol económico y simbólico. Por un lado, son esenciales para la generación y transmisión de valores y hábitos culturales, y en efecto, para la reproducción ideológica y social y, por el otro, son mercancías que se venden en un mercado de productos simbólicos.

En Argentina, el proceso de adopción de una norma técnica de transmisión digital, específicamente para la Televisión Digital Terrestre (TDT), se basó en evaluar las características de los estándares internacionales<sup>1</sup>. Este debate -iniciado a fines de la década del '90 y aplazado en varias oportunidades por los gobiernos de turno- relegó a un plano secundario el potencial democratizador que existe detrás de la creación de contenidos digitales y aplicaciones interactivas.

En virtud de la elección de la variante brasileña del estándar japonés *Integrated Services Digital Broadcasting* (ISDB-T)<sup>2</sup> en agosto de

2009, las políticas públicas del sector se orientaron principalmente al desarrollo de la infraestructura para la transmisión del servicio y a la distribución de aparatos decodificadores o *set top box* (STB) para la recepción de las nuevas señales.

En materia de políticas de comunicación, el año 2009 se caracterizó por un fuerte dinamismo ya que además de la elección de un estándar de TDT, los debates giraron en torno a la sanción de la ley de Servicios de Comunicación Audiovisual 26.522<sup>3</sup> (LSCA) y, al diseño de medidas ligadas a la producción de contenidos para el modelo tecnológico emergente. Por ello, se debe pensar que la promoción de contenidos adquiere mayor trascendencia a partir de dos cuestiones. Por un lado, las potencialidades del proceso de digitalización -al permitir un uso más eficiente del espectro radioeléctrico- y por el otro, las cuotas de producción nacional que garantiza la LSCA<sup>4</sup> -incluso para el universo analógico-. Ambos hechos suponen el fomento de nuevas propuestas televisivas.

Se identifican como principales políticas públicas para el fomento de la producción de contenidos para la TDT:

1) La creación de nueve polos audiovisuales tecnológicos (PAT) de corte federal para la producción de nuevos contenidos digitales.

2) La transmisión de señales para la TDT en la plataforma pública. En la misma participan los canales administrados por el Estado (como por ejemplo, a través de las señales Paka-Paka y Encuentro) y, aquellos financiados por grupos mediáticos que, tradicionalmente, distribuían sus señales por televisión de pago y que ahora, además, lo hacen por

1 Actualmente, existen cuatro normas: la norteamericana Advanced Television Systems Committee (ATSC) vinculada a la alta definición de la imagen y sonido, la europea Digital Video Broadcasting (DVB-T), utilizada en España ligada a la multiprogramación, la japonesa Integrated Service Digital Broadcasting (ISDB-T) relacionada a la movilidad y, la china Digital Terrestrial Multimedia Broadcast (DTMB) con escasa repercusión internacional debido a la magnitud del mercado interno de ese país.

2 Mediante el Decreto 1148/09 se creó el Sistema Argentino de Televisión Digital Terrestre (SATVD-T), basado en el estándar nipón-brasilero Integrated Services Digital Broadcasting Terrestrial (ISDB-T).

3 La LSCA se sancionó el 10 de octubre de 2009, bajo el mandato presidencial de Cristina Fernández de Kirchner (2007-2011).

4 El art. 65 expresa que los servicios de radiodifusión televisiva abierta: deberán emitir un mínimo del 60 por ciento de producción nacional, un 30 por ciento de producción propia que incluya informativos locales, finalmente fija topes a la producción local independiente de acuerdo a la cantidad de habitantes, la misma varían entre el 10 y el 30 por ciento.



Televisión Digital Abierta (TDA)<sup>5</sup>, más allá de no haber concursado por una licencia “digital”.

3) Los concursos audiovisuales para la producción televisiva propiciados por el Instituto Nacional de Cinematografía y Artes Audiovisuales (INCAA).

En este artículo el trabajo abordará de modo descriptivo y exploratorio el proceso que originó el desarrollo de los PAT. Se considera que el diseño y aplicación de políticas que estimulan la producción audiovisual en Argentina resultan inéditos en la región latinoamericana puesto que las medidas favorecen la realización de contenidos para televisión al propiciar la participación de diversos actores (productoras con “trayectoria”, productoras sin consolidación, las universidades nacionales).

## 2. Nuevas decisiones para ver y hacer televisión

La televisión digital posibilita la evolución de un modelo de radiodifusión, históricamente caracterizado por una cantidad limitada de señales y servicios unidireccionales, hacia otro compuesto por una multiplicidad de señales, aplicaciones personalizadas e interactividad. La transformación de la información en *bits* -permite que los contenidos sean transmitidos por cualquier soporte- optimiza el uso del espectro radioeléctrico al comprimir las imágenes televisivas originales. Además, es posible “multiplexarla”, lo que significa transmitir más de una señal por el mismo canal (Prado, 2010)<sup>6</sup>. Otra ventaja técnica de la digitalización<sup>7</sup> se refiere al desarrollo de la televisión en movimiento y por Internet (IPTV).

La transición hacia la Televisión Digital Abierta (TDA) -aquella que reemplazará a la televisión ana-

lógica libre y gratuita- es un proceso complejo que requiere de políticas de implementación. En este sentido, uno de los aspectos fundamentales consiste en decidir si se aplicará una mera sustitución de tecnologías que otorgue, de manera automática a cada licenciataria existente en el mercado el mismo ancho de banda que usa actualmente en analógico o si, por el contrario, se redefinirá la construcción de un nuevo escenario audiovisual, que habilite la apertura a nuevos operadores. Esto implica pensar si se ampliarán los niveles de acceso y participación a la ciudadanía o si se mantendrá el *statu quo*.

Las investigaciones llevadas a cabo en distintos países europeos que ya han realizado el apagón analógico concluyen que las programaciones digitales funcionan como una réplica fiel de sus antecesoras analógicas.

La proliferación de canales derivados del proceso de digitalización permitiría mejorar la diversidad por un lado, al promover la participación de actores que hasta el momento se han mantenidos “ajenos” al escenario mediático y por el otro lado, propiciaría la innovación de formatos y servicios. No obstante, las investigaciones llevadas a cabo en distintos países europeos que ya han realizado el apagón analógico<sup>8</sup> concluyen que las programaciones digitales funcionan como una réplica fiel de sus antecesoras analógicas (Prado, 2010; Bustamante, 2003). En lo que respecta estrictamente a la pro-

5 A los fines de este trabajo se utilizarán los términos TDT y TDA como equivalentes debido al reciente lanzamiento oficial (junio de 2011) por parte de la presidenta Cristina Fernández del Sistema de la Televisión Digital Abierta (TDA) del país (plan social del Estado anclado en la tecnología de la TDT y DTH).

6 En el canal de 6MHz. por donde se transporta una señal analógica, se podrán transportar de cuatro a seis señales digitales de calidad estándar. Además, existen otras posibilidades de transmisión teniendo en cuenta la calidad de la imagen -definición estándar o alta definición- o las características de recepción -one seg para telefonía móvil.

7 La digitalización corresponde al proceso tecnológico entendido como la conversión de un conjunto de información en un paquete de código binario que es transmitido a través de una red de transporte (terrestre, cable, satélite) hacia un aparato receptor (set top box o televisión digital integrado).

8 Supone el cese de la emisiones en el sistema analógico para operar íntegramente con la tecnología digital.



ducción, la digitalización pone en juego variables políticas, económicas, tecnológicas y culturales, en las que el Estado cumple un rol fundamental.

Otro de los principales desafíos que enfrenta la TDT se concentra en diseñar modelos de financiamiento para los nuevos contenidos, puesto que el incremento del número de señales demanda más producción y al mismo tiempo, aumenta la competencia entre los actores que se disputan una torta publicitaria inelástica.

Por último, la estrategia de los operadores de sostener una oferta “variada” y en algunos casos los costos que representa producir en alta definición, junto con el aumento de actores en el mundo audiovisual, coloca en situación de riesgo económico a operadores que pueden ver afectada su rentabilidad, producto de una disminución de sus ingresos publicitarios y un aumento en los costos de producción.

En consecuencia, hasta el momento existe un escaso interés de los licenciarios que operan en analógico en asignar presupuesto a la producción de contenidos que aún no cuenta con un mercado consolidado. No obstante, están realizando las pruebas experimentales y la consecuente renovación tecnológica. Por esto, en esta primera instancia resulta imprescindible que los Estados establezcan políticas que estimulen la creación de nuevos contenidos en el sector privado (Casero Ripollés, 2008) y al mismo tiempo, aseguren la producción para los operadores emergentes (Bustamante, 2003).

### 3. Generación de contenidos

Como se expresó anteriormente, Argentina escogió la norma nipona-brasilera ISDB-Tb y creó el Sistema Argentino de Televisión Digital Terrestre (SATVD-T) a cargo del Ministerio de Planificación Federal, Inversión Pública y Servicios. Además, mediante la resolución ministerial 1785/09 se enunciaron las actividades del Consejo Asesor del Sistema Argentino de TV Digital Terrestre organismo encargado de la implementación de la tecnología digital. En

experiencias internacionales, el plazo estimado para el pasaje de la tecnología analógica a la digital es de 10 años. Por ello, el apagón analógico está previsto para julio de 2019.

De este modo, la política pública hacia la migración se basa en seis ejes<sup>9</sup>:

- Infraestructura para la transmisión: maximizar la cobertura geográfica mediante la instalación de 47 plantas transmisoras<sup>10</sup>.
- Acceso universal (recepción): acercar la tecnología digital a los sectores con mayor riesgo de exclusión a partir de la distribución gratuita de STB o aparatos decodificadores.
- Producción de contenidos: federalizar la realización de contenidos, promoviendo programas culturales, deportivos, artísticos, educativos, infantiles.
- Producción nacional y generación de empleo: Impulsa la producción de los equipos requeridos para la transmisión y recepción de las señales digitales.
- Desarrollo científico y formación de recursos humanos: capacitar personal en aspectos técnicos y científicos.

Normas y derecho digital: diseñar normativas que favorezcan la implementación de la TDT.

De acuerdo al eje del presente trabajo, centrado en la producción de contenidos, es necesario destacar que el desarrollo del sistema de TDA es concurrente con la sanción de la LSCA, que genera la promoción e inversión de nuevas producciones televisivas, aún para el escenario analógico actual. No obstante, será preciso tener

9 Fuente: Documento del Consejo Asesor SATVD-T: Planificación estratégica para la implementación del SATVD-T. [En línea] <http://www.tvdigitalargentina.gov.ar>.

10 Hasta agosto de 2011 se instalaron 23, con una cobertura potencial que abarca al 55 por ciento de la población. Plantas operativas: Capital Federal y el conurbano, Luján, Baradero, Campana, Cañuelas, San Nicolás, La Plata y Mar del Plata (Buenos Aires); Bariloche (Río Negro), Villa María (Córdoba), Gobernador Gálvez (Rosario), y en las capitales de Tucumán, Formosa, La Rioja, San Juan, Jujuy, Chaco, Córdoba, Entre Ríos, Misiones y Santa Cruz (Krakowiak, 2011).



en cuenta el carácter oligopólico de la televisión abierta argentina y la amplia penetración del sistema de televisión de pago. De acuerdo a las estadísticas, Argentina es el tercer país de América (luego de Canadá y Estados Unidos) con mayor consumo de la televisión por cable<sup>11</sup>.

Históricamente, la producción y distribución de contenidos en la televisión se centró en el área metropolitana (AMBA). Según el Informe de la Autoridad Federal de Servicios de Comunicación Audiovisual (AFSCA) (2010), se reafirma el centralismo del sistema y la alta penetración de los contenidos emitidos por los canales de cabecera, propiedad del Grupo Clarín (Canal 13) y Telefónica (Canal 11).

En síntesis, si bien la digitalización resuelve el problema de la escasez de las frecuencias, el desafío consiste en diseñar nuevas formas para distribuir las nuevas señales disponibles, en el marco de un sistema televisivo comercial, concentrado y con una televisión pública que tradicionalmente se caracterizó por su sesgo gubernamental.

A la vez, la efectiva aplicación de la LSCA al establecer mínimos de producción propia y límites para la retransmisión en red, promueve descentralizar la realización televisiva.

#### 4. Agentes productores de contenidos

La descentralización y federalización de los contenidos es un tema que ha estado en la agenda política desde 2009. Antes de la sanción de la LSCA mediante el decreto 943/09 se autorizó al Sistema Nacional de Medios Públicos (SNMP)<sup>12</sup> a instalar, hacer funcionar y operar un sistema de televisión satelital a nivel nacional con un paquete de señales educativas, culturales e informativas con el objeto de permitir el acceso a este servicio a las regiones menos desarrolladas del país. Posteriormente, en el

11 La penetración promedio es del 50 por ciento en todo el territorio, cifra que alcanza el 60 por ciento en las grandes urbes (Becerra y Mastrini, 2009 y Secretaría de Cultura de la Nación Argentina, 2008).

12 El organismo fue reemplazado por Radio y Televisión Argentina Sociedad del Estado (RTA S.A.) en octubre de 2009, con la sanción de la LSCA.

año 2010 se impulsaron dos medidas que se ligaron tanto al desarrollo de la TDT como a la producción de contenidos: el decreto 364/10 por el cual se declaró de interés público a la Plataforma Nacional de TDT y el decreto 1010/10 que otorgó a Radio y Televisión Argentina (RTA) el permiso para la instalación, funcionamiento y operación del Sistema Experimental de Televisión Abierta Digital. Para Osvaldo Nemirovski, coordinador General del Consejo Asesor, “la obligación del Estado no se agota en las políticas de infraestructura para la transmisión del servicio. La esencia de la televisión son los contenidos y en la producción de los mismos debe trabajar el Estado”<sup>13</sup>.

En este marco se pueden identificar distintos agentes relacionados con la producción de contenidos: a) la televisión pública (Canal 7); b) las señales de carácter público (INCAA TV, Paka-Paka, Encuentro, entre otras); c) la televisión privada y comercial (Canal 11, 13, 9 y 2 en el ámbito de la ciudad de Buenos Aires y el Gran Buenos Aires); d) las universidades nacionales; e) los gobiernos provinciales y municipales; y f) los sectores públicos o privados sin fines de lucro.

Actualmente, se encuentran disponibles diversas señales que aún buscan un modelo de negocio, que permita la sustentabilidad de las mismas, teniendo en cuenta que la torta publicitaria tiene una tendencia hacia la inelasticidad<sup>14</sup>. Sin embargo, la presidenta Cristina Fernández de Kirchner anunció en

13 Exposición realizada en la mesa de debate titulada “TV Digital, desarrollo y mercado” llevada a cabo en el Mercado de industrias culturales argentinas (MICA), junio de 2011.

14 Actualmente (octubre de 2011) emiten 21 señales. En el 22 se emiten Encuentro, INCAA Tv y los infantiles Paka-Paka y Tateti; en el 23 están Canal 7 y Construir, de la UOCRA; en el 24, el deportivo Gol TV, los musicales Vivra y Video Exitos, una señal con programación de países latinoamericanos llamada Suri TV y Turismo Argentina HD; y en el 25 se ubican CN23, C5N, Telesur y el nuevo 360TV. Por fuera de la plataforma estatal, el empresario Daniel Hadad tiene el canal 27, donde repite C5N, y sumó Vespi, una señal de videoclips y trailers de películas. Además, Telefe emite en el 34, Canal 9 en el 35, América TV en el 36 y Canal 13 realiza pruebas de vez en cuando en el 33 (Krakowiak, 2011)



junio de 2011<sup>15</sup>, que se concederán un total de 220 licencias de canales de TDA, un 50 por ciento de ellas destinadas a entidades privadas, y el restante para todas las provincias y universidades públicas, además de organizaciones sin fines de lucro. Julio Bertolotti<sup>16</sup>, secretario de la Red Nacional Audiovisual Universitaria (RENAU), se pregunta si es sustentable la instalación de esta cantidad canales, y si

(...) si bien la digitalización resuelve el problema de la escasez de las frecuencias, el desafío consiste en diseñar nuevas formas para distribuir las nuevas señales disponibles.

es posible garantizar la producción de un 30 por ciento de contenidos locales tal como lo promueve la LSCA (art. 65), sobre todo si éstos deben sostenerse a través de la publicidad, la subvención pública o de modo mixto.

Como se mencionó, se promovieron un conjunto de señales públicas para enriquecer la oferta de la TDA, además de los acuerdos establecidos con los sectores privados. No obstante, estas programaciones son realizadas por los agentes que se vinculan con el universo televisivo analógico y en este sentido resulta interesante abordar la experiencia de los PAT, porque representa un primer paso hacia la inclusión de actores, que hasta el momento se han mantenido ajenos al sistema televisivo nacional, ya sea por carecer de la infraestructura o de la sustentabilidad económica necesaria para producir de forma independiente. Además, la creación de centros federales de realización de contenidos promueve romper con el fuerte centralismo y la concentración en la producción y distribución

de contenidos. A continuación el estudio se detendrá en la creación de los polos audiovisuales que coloca a las universidades nacionales en el centro de la escena.

## 5. El desarrollo de los polos audiovisuales

Las primeras iniciativas comenzaron en julio de 2010, momento en que surgió un vínculo estable entre el Ministerio de Planificación Federal, Inversión Pública y Servicios, por medio del Consejo Asesor para la TDT y el Consejo Interuniversitario Nacional (CIN), a través de la RENAU. Estos acercamientos resultaron en una serie de acuerdos<sup>17</sup>, en los cuales los organismos se comprometieron a impulsar la implementación de la TDT, la producción audiovisual y la consolidación del Polo de Investigación y Perfeccionamiento de Tecnologías Audiovisuales Digitales.

De este modo, el Consejo Asesor definió nueve polos audiovisuales tecnológicos (PAT) en todo el territorio argentino, que se agruparon por provincias, se articularon a través de las universidades nacionales y están integrados por distintos actores locales del sector audiovisual<sup>18</sup>.

Bertolotti explica que “las universidades venían trabajando con el Consejo Asesor en el desarrollo de *hardware* y *software* para la TDT, luego apareció la posibilidad de elaborar contenidos. Una de las

17 Entre los que se destacan: Anexo del Acto Plenario 745/2010 (julio 2010) Carta de Intención entre ambas instituciones. Acta Plenario 772/11 (abril 2011) se estableció el Convenio de Cooperación y asistencia técnica. Acta Plenario 773/2011 (abril 2011) Convenio de Cooperación para el desarrollo de proyectos de fomento y promoción de contenidos audiovisuales digitales. Acta Plenaria N° 775/11 Convenio Marco de Cooperación entre el CIN y el Sindicato Argentino de Televisión, Servicios Audiovisuales, Interactivos y de Datos (SATSAID).

18 Los PAT se componen de las siguientes regiones: Centro (Córdoba, San Luis y La Pampa); Cuyo (San Juan, Mendoza y La Rioja); Litoral (Entre Ríos y Santa Fe); Metropolitana (Ciudad de Buenos Aires y conurbano bonaerense); Noroeste argentino (Misiones, Formosa, Chacho y Corrientes); Norte argentino (Jujuy, Salta, Tucumán, Santiago del Estero y Catamarca); Patagonia norte (Neuquén y Río Negro); Patagonia Sur (Chubut, Santa Cruz y Tierra del Fuego) y; la provincia de Buenos Aires (ciudades del interior de Buenos Aires).

15 La Semana de la TV abierta en Argentina. En AMARC Programa de Legislaciones y Derecho a la Comunicación. Disponible en: <http://legislaciones.item.org.uy/index?q=node/3070>. Consultado: 15 de septiembre de 2011.

16 Entrevista realizada a Julio Bertolotti, secretario de la RENAU, para la ponencia titulada “Políticas públicas para la producción de contenidos en la TDT de Argentina”. Fecha: 11/07/2011.





propuestas fue tomar a las universidades nacionales como ejes de trabajo en todo el país con el fin de promover la producción de contenidos, la actualización tecnológica y la capacitación de los actores, basándose en el despliegue de la TDT<sup>19</sup>.

A la vez se definió que cada polo estableciera una cabecera, representada por una o dos universidades escogidas como sede administrativa y organizativa de cada unidad. Finalmente, la integración con los actores locales<sup>19</sup> se realiza mediante la creación de nodos, coordinados por dichas universidades, establecidas por el Consejo Asesor<sup>20</sup>.

En síntesis, las universidades se constituyen como nexos con la sociedad civil y con las demás instituciones sociales, no exclusivamente para producir sino para que los actores interesados brinden sus opiniones sobre qué tipos de contenidos y temas es necesario abordar.

El desarrollo de los PAT se basa en cuatro planes de acción articulados:

- Plan de investigación y desarrollo: Consiste en un relevamiento de las capacidades instaladas en cada polo, de los recursos humanos existentes y de las necesidades que puedan identificarse.
- Plan de capacitación: Está vinculado a resolver aquellas cuestiones que se detecten como deficiencias en el plan de investigación y desarrollo.
- Plan técnico: Implica la actualización tecnológica y para ello se realizó un relevamiento del equipamiento disponible en todo el país. En este sentido, en el Foro de Telecomunicaciones 2011 Argentina Conectada (desarrollado en abril de ese año) se decidió invertir en Centros de Producción Audiovisuales (CEPAS).
- Plan piloto: Se relaciona con la producción de contenidos, implica la concreción de horas de

producción específicas, a partir de proyectos generados localmente, que son elevados para su evaluación a fin de decidir qué se puede producir.

Con respecto a este último eje, en septiembre de 2010 se firmó un convenio entre el CIN y el Consejo Asesor para la TDT en la provincia de Santa Fe. En aquella reunión plenaria surgió la propuesta de crear un Plan Piloto de Producción de Contenidos. También se acordó que los polos debían producir de manera conjunta un total de 90 horas audiovisuales, en formato televisivo, de género libre. Luis Vitullo, secretario ejecutivo del Consejo Asesor, sostiene que el Estado busca con este emprendimiento “garantizar contenidos televisivos que tengan calidad pero también que resulten atractivos y gratos a todo el público, para crear una nueva televisión que reúna a todos los ciudadanos”<sup>21</sup>. Cada polo organizó el trabajo de manera autónoma, mientras que el desafío consistía en producir contenidos audiovisuales en un lapso de tiempo (julio de 2011).

Por último, se destaca que las producciones que se obtengan del Programa serán de titularidad del Estado nacional y pertenecerán al Banco Audiovisual de Contenidos Universales Argentino (BACUA), para facilitar el acceso a contenidos audiovisuales que aporten a la identidad local, provincial, nacional y regional.

## 6. Palabras finales

El proceso de digitalización de la televisión abierta aparece íntimamente vinculado a un avance tecnológico pero sin dudas, involucra además una serie de factores políticos, económicos, sociales y culturales que convierten a la producción de contenidos en uno de los ejes más relevantes al momento de diseñar políticas de comunicación.

En el contexto de implementación de la TDT, la nueva Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual de Argentina es una herramienta que regula

<sup>19</sup> Pueden ser: institutos educativos especializados, cooperativas de servicios y de trabajo del ámbito audiovisual, ONG's afines al sector, PyMEs audiovisuales, instituciones públicas.

<sup>20</sup> No es preciso que todas las instituciones universitarias se constituyan como nodos, esto dependerá de las distancias geográficas entre las mismas y de los rasgos comunes que presenten. Para julio de 2011, se encontraban en funcionamiento cinco nodos.

<sup>21</sup> Se lanzó el Plan Piloto para producir 90 horas de TV digital. Disponible en: <http://programapolos.blogspot.com>. Consultado el: 30/07/2011.





no sólo sobre los contenidos que se emiten por la pantalla sino también sobre la producción de los mismos. De este modo, el Estado tiene la función de promover por un lado, el desarrollo de la industria televisiva a nivel nacional y por otro lado, la generación de empleo y la capacitación de recursos humanos en el sector. Por ello, la propuesta de los polos audiovisuales genera un flujo de contenidos producidos en distintos lugares del territorio nacional. Más allá del desarrollo de programas televisivos, esta medida implica la realización de actividades en conjunto, entre las universidades públicas en primera instancia y luego, entre ellas y el resto de los actores sociales locales que tienen interés en la producción audiovisual. Así, se podrían detectar las áreas de vacancia en lo que a programación respecta, en cada una de las regiones. Además permitiría relevar las necesidades de infraestructura y equipamiento tecnológico para dotar a las instituciones de los insumos requeridos, garantizando de este modo determinados estándares de calidad en la realización televisiva.

Los polos constituyen una de las medidas que fomentan la generación de contenidos televisivos, también están los concursos INCAA para la televisión<sup>22</sup>, y el desarrollo de señales públicas (Paka-Paka, Encuentro, INCAA TV, entre otras). De continuar esta tendencia, sumando el aporte de los

operadores privados, se conduciría al desarrollo de un modelo televisivo diverso, plural e inclusivo. No obstante, quedan aún algunas cuestiones por resolver que podrían limitar las potencialidades del nuevo sistema y que están vinculadas a la asignación de las frecuencias de 6 MHz.

Es importante mencionar dos cuestiones que exceden este trabajo pero que, de alguna manera, lo atraviesan. Por un lado, preguntarse cuáles serán los modos de financiamiento que sostendrán el universo digital, a los efectos de generar recursos suplementarios que garanticen el desarrollo de una pluralidad de contenidos y, por otro, si bien la televisión digital permite brindar aplicaciones interactivas hasta el momento no se vislumbran políticas orientadas al desarrollo de servicios de valor agregado.

Finalmente, se deberá pensar qué tipo de sinergia existirá entre las producciones de contenidos argentinos y las que se generen en los restantes países de América Latina. La adopción conjunta del patrón ISDB-T en la región<sup>23</sup> abre las puertas a un mercado de bienes simbólicos común que puede reforzar identidades culturales o hacerlas peligrar. En síntesis, que las capacidades de la televisión digital se conviertan en oportunidades o amenazas dependerá, exclusivamente, de las políticas públicas que se diseñen en el sector.

22 El INCAA realizó en 2011 un concurso destinado a financiar la producción de 10 proyectos de contenidos de ficción en alta definición a productoras “con antecedentes”. Es por ello que a partir de septiembre de 2011 se comenzaron a emitir los programas en los canales de aire privados: América TV Canal 2 y Canal 9.

23 Desde el año 2006 hasta 2010, los países que adoptaron ISDB-T fueron Brasil (junio 2006), Perú (abril 2009), Argentina (agosto 2009), Chile (septiembre 2009), Venezuela (octubre 2009), Ecuador (marzo 2010), Paraguay (junio 2010), Bolivia (julio 2010) y Uruguay (diciembre 2010).



## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BECERRA, M. y MASTRINI G. *Los dueños de la palabra*. Buenos Aires: Prometeo Libros, pp. 69-70, 2009.

BULLA, G. *La TV porteña domina las pantallas*. Disponible en: <http://www.pagina12.com.ar/diario/laventana/26-125224-2009-05-20.html>. Consultado el 20 de marzo de 2011, 2009.

BUSTAMANTE, E. *Televisión: globalización de procesos muy nacionales*, In: Bustamante, E. (coord.) *Hacia un nuevo sistema mundial de comunicación*. Las industrias culturales en la era digital, Barcelona: Gedisa Editorial 2003.

BUSTAMANTE, E. *La TDT en España*. Por un sistema televisivo de futuro acorde a una democracia de calidad, In: *Alternativas en los medios de comunicación digital*. Fundación Alternativas, Barcelona: Gedisa Editorial, 2008.

CASERO RIPOLLÉS, A. *La oferta de contenidos y servicios de la TDT*. Análisis de la situación del mercado español, In: *Revista de Economía Política de las Tecnologías de Información y Comunicación*, vol. X, nro. 2, mayo-agosto, 2008.

SECRETARIA DE CULTURA DE LA NACION ARGENTINA *Click*. Boletín informativo del Laboratorio de Industrias culturales. Año 3 N° 12, marzo, 2008.

PRADO, E. “Contenidos y servicios para la televisión digital” en *Revista Telos*, N° 84, julio-septiembre, 2010.

URQUIZA GARCIA, R. *La reforma de la televisión pública en la Europa digital: las reformas de España y el Reino Unido*, In: *La ética y el derecho de la información en los tiempos del postperiodismo*, Fundación COSO de

la Comunidad Valenciana para el Desarrollo de la Comunicación y la Sociedad. pp. 609-618, 2007.

ZALLO, R. *La política de Comunicación Audiovisual del gobierno socialista (2004-2009): un giro neoliberal*, In: *Revista Latina de Comunicación Social*, N° 65, pp. 14 a 29, La Laguna (Tenerife): Universidad de La Laguna, 2010.

### Otras fuentes

AFSCA Informe de Contenidos de TV. [En línea] [http://www.comfer.gov.ar/web/Varios/informes/INFORME\\_TV\\_ABIERTA\\_ANUAL10.pdf](http://www.comfer.gov.ar/web/Varios/informes/INFORME_TV_ABIERTA_ANUAL10.pdf), 2010.

BLOG DEL PROGRAMA POLOS AUDIOVISUALES: <http://programa-polos.blogspot.com>

CONSEJO ASESOR SATVD-T Documento *Planificación estratégica para la implementación del SATVD-T*. [En línea] <http://www.tvdigitallargentina.gov.ar>, 2010.

KRAKOWIAK, F. *Televisión digital y federal*, In: *Diario Página 12* [En línea] <http://www.pagina12.com.ar>. Consultado el: 26/08/2011.

NEMIROVSCI, O. Exposición realizada en la mesa de debate titulada “TV Digital, desarrollo y mercado”, Mercado de industrias culturales argentinas (MICA), junio, 2011.

### Entrevistas

Entrevista realizada a Julio Bertolotti, Secretario de la RENAÚ, para la ponencia titulada *Políticas públicas para la producción de contenidos en la TDT de Argentina*. Fecha: 11/07/2011





# LOS USOS DE LOS OTROS COMO CATEGORÍA EMERGENTE EN EL PROCESO DE APROPIACIÓN DE INTERNET

OS USOS DOS OUTROS COMO CATEGORIA EMERGENTE NO  
PROCESSO DE APROPRIAÇÃO DA INTERNET

*THE USE OF OTHERS AS AN EMERGENT CATEGORY IN THE  
PROCESS OF INTERNET APPROPRIATION*

**Pedro Reyes Garcia**

■ Doctor y master en comunicación de la Universidad de Montreal, Canadá. Periodista de la Universidad de Chile. Ha ejercido como periodista en diversos diarios económicos y como asesor de prensa en el sector público en Chile. Ha trabajado como profesor en Canadá y en Chile, país donde desempeña actualmente en la Universidad Andrés Bello en Santiago y en la Universidad de Talca. Sus áreas de interés y de investigación son la influencia de los medios de comunicación, la integración de tecnologías en la sociedad y la comunicación corporativa.

■ E-mail: [p.reyes.garcia@umontreal.ca](mailto:p.reyes.garcia@umontreal.ca)





## RESUMEN

Este artículo presenta los resultados de un estudio sobre la apropiación de Internet en los centros de acceso comunitario a Internet (telecentros) en Chile. Considerado como un fenómeno complejo, el proceso de apropiación que vive una persona de una tecnología pasa por diferentes momentos, que va desde el acceso hasta la natural incorporación de esta en su vida cotidiana. Nosotros nos detenemos en el momento de *la significación del uso* de la tecnología, considerado como el meollo de dicho proceso. Esta significación muestra la comprensión que el individuo le da al uso, la que se forma, entre otras cosas, gracias a la influencia que tiene la comunidad en la cual vive, pero además, a la evaluación que los mismos usuarios hacen del ‘uso de los otros’. Este artículo se concentra en este último punto, que es presentado como una categoría de análisis emergente del análisis de la apropiación de Internet.

**PALABRAS CLAVE:** USOS; APROPIACIÓN; INTERNET; TELECENTROS.

## RESUMO

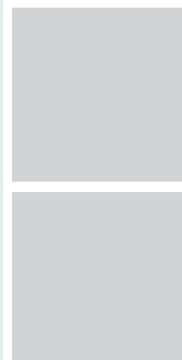
Este artigo apresenta os resultados de um estudo sobre a apropriação da Internet nos centros de acesso comunitário a esta tecnologia (telecentros) no Chile. Considerado um fenômeno complexo, o processo de apropriação de uma tecnologia vivido por uma pessoa passa por diferentes momentos, do acesso até a incorporação natural em sua vida cotidiana. Nós nos concentramos no momento da *significação do uso* da tecnologia, considerado o centro deste processo. Esta significação mostra a compreensão que o indivíduo dá ao uso, a qual se forma, entre outras coisas, graças a influência exercida pela própria comunidade na qual ele vive, mas, além disso, a avaliação que os mesmos usuários fazem do “uso dos outros”. Este artigo se concentra neste último ponto, que é apresentado como uma categoria de análise emergente da apropriação da Internet.

**PALAVRAS-CHAVE:** USOS; APROPRIAÇÃO; INTERNET; TELECENTROS.

## ABSTRACT

This article shows the results of a study about Internet appropriation in Internet Community Access Centers (telecenters) in Chile. Being considered as a complex phenomenon, the appropriation process of a technology has different moments, from the first access to natural integration in his/her life. We investigate carefully the *signification of the use* considered as the most important point of this process. This signification shows the construction of meanings that people give to the use of this technology. This construction is influenced by people of his/her community, and also by the evaluation that these users make of the “uses of others”. This article focuses on this last point, considered as an emergent category in the study of appropriation.

**KEYWORDS:** USES; APPROPRIATION; INTERNET; TELECENTERS.



## Introducción

La instalación de centros de acceso comunitario a Internet fue una política de los gobiernos y las ONG durante la primera década del presente siglo en América Latina que tuvo como objetivo permitir el acceso de esta tecnología a grupos sociales con carencias económicas (Villatoro y Silva, 2005). La importancia de utilizar Internet estaba dada, según las autoridades, por la importancia que esta tecnología tenía en la nueva sociedad en la que estábamos viviendo: la sociedad de la información (Castells, 2001).

Diversos modelos teóricos y metodológicos permiten o proponen la forma de estudiar el uso que las personas le dan a esta tecnología (Frenette y Lajoie, 2002). En nuestro caso, hemos utilizado el modelo de la apropiación que pretende conocer el sentido que los usuarios le dan a la tecnología. La apropiación es un proceso complejo, que hemos intentado reconstruir a través de conversaciones con los usuarios. Mas allá de la experiencia personal, uno de los aspectos que sobresalen, sobre todo porque no estaba previsto, como debe ser una investigación como la nuestra que utiliza la etnografía, es la reflexión que los usuarios hacen de manera espontánea de los usos que las otras personas hacen de Internet.

Así, en las páginas que siguen describimos el proceso de apropiación desde el punto de vista teórico con todos los momentos que él incluye, hacemos referencia a la metodología cualitativa y finalmente presentamos los temas principales a los que se refieren los usuarios de Internet en los telecentros y que realizan 'los otros': el uso de Internet para realizar tareas escolares, el uso productivo de Internet, la falta de control parental y la búsqueda de pareja en línea.

### 1. Uso y apropiación de las tecnologías de la información y comunicación (TIC)

Según diversos autores, la noción de **uso**, recubre múltiples acepciones. Estas acepciones podrían estar distribuidas según un *continuum* que va desde el *empleo* a la *apropiación*, pasando por la *demand*, la *utilización* y la *práctica* (Chambat, 1994). Breton et

Proulx (2002) retoman la reflexión del autor francés y señalan que según los contextos de análisis y los marcos teóricos movilizados, la noción de uso reenvía, efectivamente, a un *continuum* de definición que va desde el polo de la simple *adopción* (compra, consumo, expresión de una demanda social en respuesta a un ofrecimiento industrial), al polo de la *apropiación*. Así, para estos autores, una definición del uso en términos de *adopción*, será privilegiada por la sociología del consumo y de la difusión. Una definición en términos de *utilización* lo será por la ergonomía cognitiva, y finalmente, una definición en términos de *apropiación* será favorecida por la sociología de los usos, interesada entre otras cosas, por las significaciones de los usos. Para Proulx (2006), la 'significación del uso' se refiere a la elaboración que hacen los investigadores de constructos analíticos que se apoyan en el examen de materiales declarativos de los usuarios. Estos últimos, según Proulx (2006), describen al observador las representaciones que se forman de sus prácticas de comunicación en sus relaciones de uso cotidiano con los objetos o los dispositivos técnicos de comunicación.

Es necesario, entonces, considerar el término "uso", en forma genérica, utilizado distintamente dependiendo del modelo teórico. En nuestro caso, nos concentraremos en las propuestas de la Sociología de los usos, vale decir, en la apropiación, concepto y modelo que profundizaremos a continuación.

### El modelo de la apropiación

Según Breton et Proulx (2002), la idea de la apropiación es una de las más utilizadas con respecto a las problemáticas sociales relativas a los usos de las TIC. Para Jouët (2000), los estudios sobre la apropiación de las tecnologías de comunicación refutan el paradigma tecnista, y sus representantes están de acuerdo en criticar el modelo del consumo; los usuarios no son simples consumidores pasivos de productos y servicios que les ofrece el mercado, aunque guardan, evidentemente, su calidad de agentes económicos; el usuario es un actor. Esta



concepción de la apropiación se aleja de la idea según la cual aquella es definida por la simple posesión física del objeto técnico, sino que hace referencia a una construcción también simbólica, a un proceso más complejo (Jouët, 2000).

El modelo de la apropiación consiste en explicar, más que en constatar, las distribuciones desiguales de los equipamientos tecnológicos, fenómeno vinculado al sentido<sup>1</sup> atribuido por los usuarios a los objetos técnicos. Según Chambat (1994), las diferencias en las tasas de equipamiento o de frecuencia de uso no son más que reveladores de las disparidades de significación que revisten las prácticas respectivas por los diferentes grupos sociales. En este mismo sentido, Mallein y Toussaint (1994) señalan que sus trabajos han mostrado que la inserción social de una NTIC y su integración a la vida cotidiana de los usuarios, no depende solo de sus cualidades técnicas ‘intrínsecas’, de sus *performances* o de su sofisticación, sino que de las significaciones de uso proyectados y contruidos por los usuarios sobre el dispositivo técnico que les era propuesto.

Así, según Proulx (2006), el estudio de las **significaciones** de los usos es esencial para estudiar y comprender las prácticas de apropiación de las TIC y la adquisición progresiva por los usuarios de diversas competencias técnicas para dominar los protocolos de comunicación electrónica. La apropiación, resume Jouët (2000), pone en juego procesos de adquisición de saberes, (descubrimiento de la lógica y de las funcionalidades del objeto), de saber hacer (aprendizaje de los códigos y del modo de operar de la máquina), y de habilidades prácticas.

### Las etapas del proceso de apropiación de una tecnología

El proceso de apropiación de una tecnología puede ser descrito a partir de diferentes etapas que deben atravesar los individuos que viven la experiencia. Proulx et al. (2007) hablan de “condiciones” de

apropiación. En el centro del proceso se encuentra la significación que las personas dan al uso de la tecnología. Aunque las etapas sean vividas de manera cronológica, puede haber retornos a medida que la utilización de la tecnología deviene más intensa.

De esta forma, podemos constatar que en primer lugar se encuentra el **acceso a la tecnología**, ensegui-

Mas tarde, y una vez que la tecnología es dominada – aunque sea parcialmente – puede ser utilizada, lo que se manifiesta a través de los usos que las personas realizan.

da el **dominio técnico y cognitivo** de la tecnología que es el resultado de un proceso de aprendizaje. Mas tarde, y una vez que la tecnología es dominada –aunque sea parcialmente - puede ser utilizada, lo que se manifiesta a través de los usos que las personas realizan. Tales usos tienen una **significación** para los usuarios y suponen, al mismo tiempo, **gestos de creación** traducidos principalmente por los cambios que estos usos introducen en las prácticas cotidianas. En las líneas que siguen abordamos con más detalles cada una de las diferentes etapas señaladas.

#### I. El acceso a la tecnología

Así, la primera condición de la apropiación según Proulx et al. (2007) es el **acceso**; ahora bien, se trata de una precondition necesaria pero no suficiente. Aunque parece evidente, el acceso mismo va a determinar el comienzo del proceso de apropiación. En esta investigación el acceso esta dado por la posibilidad que tienen las personas de utilizar Internet en los telecentros.

#### II. El dominio técnico y cognitivo de la tecnología

Según Proulx et al. (2007), la etapa siguiente consiste en el **dominio técnico y cognitivo del artefacto** de parte del usuario, es decir, la necesidad de adquirir las competencias necesarias para la manipulación de las tecnologías y el uso de los protocolos. Estas competencias son normalmente el resultado

<sup>1</sup> Cabe destacar que en este texto consideramos “significación” y “sentido” como sinónimos.



de aprendizajes específicos y de formaciones formales o informales (Proulx et al. 2007).

### ***III. La integración significativa de la tecnología y los gestos de creación***

En tercer lugar, Proulx et al. (2007) se refieren a la **integración significativa** del objeto técnico en las practicas cotidianas, en el trabajo o en otros lugares. Así, según estos autores, este dominio y esta integración de la tecnología deberían ser suficientemente avanzado en el usuario para realizar, de vez en cuando, **gestos de creación**, es decir, acciones que generen una novedad en sus prácticas habituales. Nosotros proponemos integrar ambas condiciones en una, pensamos que son indisolubles.

## **2. Metodología**

El estudio sobre la apropiación en los centros de acceso comunitario a Internet se realizó utilizando un enfoque cualitativo y la etnografía como estrategia de investigación (Denzin y Lincoln, 2005). En cuanto a las herramientas metodológicas, hemos utilizado la entrevista y la observación en la recolección de datos. Si bien existen diversas miradas sobre la etnografía, sobre todo debido a su uso en distintas disciplinas de las ciencias sociales, es necesario señalar que existen puntos de vista en común dentro de dicha diversidad. Así, dicha estrategia se entiende como una investigación empírica en el terreno, a través de la cual se trata de documentar la vida de las personas compartiendo tiempo con ellas. Se trata, a su vez, de comprender un fenómeno a partir del punto de vista de la población local, por lo que es necesaria actuar en un marco natural (o lo más natural posible) para obtener los datos de primera fuente.

Así, según Hammersley y Atkinson (1995) la etnografía respondería a las siguientes preguntas: ¿Qué sucede en el terreno? ¿Cómo la gente con la cual trabajamos ven sus propias acciones? ¿Cómo se puede describir el contexto en el cual sucede la acción? En suma, y según los mismos autores, la etnografía permite la exploración de un fenómeno

social sin utilizar hipótesis, tiene la tendencia a trabajar con un conjunto de datos no estructurados, es decir que la recolección de datos no pretende responder a categorías de análisis definidas con anterioridad, se utiliza una cantidad restringida de casos y el análisis de datos supone una interpretación de la significación de las acciones humanas.

Nuestro terreno se realizó en distintos periodos entre 2004 y 2008, años en que visitamos distintos telecentros en distintos puntos del país. Sin embargo, fue durante 12 semanas seguidas entre octubre de 2006 y enero de 2007 que realizamos la mayor parte de las entrevistas en el terreno. En dicha oportunidad visitamos 5 telecentros en 4 ciudades de Chile: Villarrica: telecentro de la Red Redes y de la Red Biblioredes; San Rosendo, Red Redes; Talca telecentro Red Maule Activa y en Santiago en el barrio Lo Hermida, telecentro de la Fundación El Encuentro. En total realizamos 28 entrevistas en profundidad de las cuales 16 fueron a usuarios y 12 a responsables de redes y de telecentros.

## **3. Análisis: la significación del uso**

Como hemos visto en el marco teórico, el proceso de apropiación de una tecnología se inicia con el acceso a ésta. En el corazón de este proceso se encuentra la significación del uso, que como señalamos es en lo que se concentra el modelo de la apropiación. Así, dicha significación del uso de Internet puede ser estudiada (interpretada) a partir de tres esferas: **personal**, **profesional** y **social** (Frenette y Johnsson-Smaragdi, 2005). La **esfera personal** se refiere al contexto inmediato de los individuos: la organización de la vida cotidiana, la expresión de intereses personales, las relaciones con su familia y sus amigos y su vida familiar propiamente tal. En la **esfera profesional**, hacemos referencia a los estudios, a la formación profesional y al medio laboral. Y en la **esfera social** abordaremos todo lo que se refiere a su contexto de vida comunitario y en la sociedad en su sentido más amplio. Es en esta esfera en la que se concentra este artículo.





## Una de las críticas más persistentes de parte de los usuarios de telecentros es aquella que se refiere a la utilización de Internet que realizan los niños para realizar sus tareas.

Una vez realizado nuestro terreno, y confeccionada nuestra pauta de categorías de análisis, es cuando aparece una categoría emergente que no habíamos previsto: la importancia de los usos de los otros en el proceso de apropiación individual de la tecnología. Así, hemos constatado que frecuentemente además de explicar su experiencia de apropiación, los entrevistados hacían referencia naturalmente al *uso de los otros*.

### La mirada normativa sobre los usos de los otros

Como ya lo hemos señalado, a medida que realizábamos nuestro análisis constatamos que los usuarios de Internet en los telecentros analizaban de manera muy frecuente los usos que otras personas realizan de Internet (familia, amigos, compañeros de trabajo, de infancia, etc.), ya sea en los mismo telecentros o en sus hogares. Pensamos que esta evaluación hecha por las personas puede comprenderse como una mirada normativa sobre las actividades realizadas con Internet. Se trata en general de una crítica de los usos de otras personas que ellos consideran como principalmente negativos. Situamos este juicio en la **esfera social** de la significación del uso dado que se trata de una mirada realizada sobre las personas que los rodean y no sobre ellos mismos. En esta sección, hacemos referencia a lo que hemos llamados ‘los usos de los otros’ (Reyes García, 2011).

Estas referencias a lo que *los otros* hacen con Internet creemos que expresan un juicio de valor sobre los usos. Se trata de un aspecto que consideramos muy significativo dentro del proceso de apropiación ya que revela cómo la construcción del uso traspasa la experiencia personal inmediata con la tecnología. Este aspecto ya lo hemos considerado en otros estudios (importancia de los operadores de los telecentros), pero siempre los comentarios estaban vinculados a la experiencia personal. En

este caso, es una interpretación del uso del otro independientemente que lo ayude o no en el proceso de apropiación, como era el caso de los operadores de los telecentros que participan en el proceso de aprendizaje del funcionamiento de la tecnología de los nuevos usuarios. Así, reiteramos, la apropiación, y los procesos internos de construcción de significación que llevan a ella no es un acto que se asocia exclusivamente a una experiencia individual; nosotros vemos en esta reflexión crítica de las personas con respecto al uso de los otros una suerte de confirmación de su uso personal. Y lo que es aún mas interesante, es que ciertas evaluaciones sobre el *uso de los otros* son obtenidas a partir de un imaginario; de lo que han escuchado decir y no necesariamente de una experiencia personal inmediata.

Entre los aspectos que vamos a considerar aquí, podemos citar los comentarios sobre los usos de Internet en el medio escolar, la falta de control de la parte de los padres hacia los jóvenes, los usos improductivos de Internet, en particular en los cibercafé y finalmente sobre el no-uso de ciertas funcionalidades que permite la tecnología. En las líneas que siguen descubriremos los aspectos señalados con la ayuda de citas de los entrevistados.

### Tareas escolares e Internet

Una de las críticas más persistentes de parte de los usuarios de telecentros es aquella que se refiere a la utilización de Internet que realizan los niños para realizar sus tareas: según varios entrevistados, los estudiantes copian y pegan sin tratar la información encontrada en línea, costumbre que no facilita, según ellos, la adquisición de conocimientos ni la forma de aprender. Esta constatación no es realizada sólo por los entrevistados que son padres, sino también por algunos jóvenes que ayudan a



los escolares a realizar sus tareas. Esta situación es igualmente señalada en el caso de los estudiantes secundarios, es decir que, según nuestros entrevistados, se trataría de un comportamiento bastante extendido entre los jóvenes estudiantes.

Rosalía, por ejemplo, del telecentro de Biblioredes de Villarrica, critica el comportamiento de sus compañeros del liceo. Según ella, hay estudiantes que copian textualmente la información que encuentran en Internet para hacer los trabajos, están satisfechos solo con imprimir, dice. Ella juzga negativamente este comportamiento y se apura en señalar que se trata de algo que ella no hace, aunque conozca los recursos para hacerlo como “el rincón del vago”.

Por su parte, Catalina, de Talca, también critica la manera de utilizar Internet de los estudiantes para hacer sus trabajos escolares. Según ella, los niños, compañeros de sus hijas, son capaces de imprimir la información directamente de los sitios Web sin tratarla, lo que no es siempre corregido por los profesores responsables de los cursos.

*Ahora para las tareas de los niños te dan las páginas de Internet, no es como antes que uno se metía a la biblioteca, buscabas información si no tenías enciclopedia en tu casa. Ahora no, entonces las niñas te dice ‘tengo que ir al ciber porque tengo que hacer tareas... En la básica también...Entonces los profesores, le piden a los niños que copien la información encontrada a mano. ¿Por qué?, porque los cabros van, buscan páginas, lo imprimen y ya está listo el trabajo (Catalina, Talca).*

Se trata de una crítica no solo a los niños, sino que también hacia los profesores que no corrigen la situación transformándose en cómplices de prácticas equivocadas por parte de los escolares.

*Yo creo que a los profesores que les interesa enseñar de verdad son los que piden un poco más, pero el que quiere hacer sólo su trabajo no está interesado en corregir la situación...y los cabros no van a trabajar extra por iniciativa propia, si no les dicen lo van a entregar así no más (Catalina, Talca).*

Catalina duda también del interés de los niños de profundizar en sus investigaciones con la ayuda de Internet. A partir de estas declaraciones podemos suponer que a pesar de las críticas de los usos, Catalina le otorga mucha importancia a las potencialidades que da Internet.

*Ahora, los niños tampoco les sacan el partido que debieran a Internet, buscan lo que les piden y punto, no van más allá, es raro que los niños busquen más información o que les llame la atención leer un libro, la verdad es que a los cabros les interesa jugar y chatear (Catalina, Talca).*

Otra entrevistada, Lucia, del telecentro El Encuentro de Lo Hermida en Santiago, se declara alarmada por que los jóvenes no elaboran la información que encuentran en Internet. Según ella copian y pegan, y duda si van a elaborar más tarde. Agrega que actualmente los estudiantes han eliminado la utilización de los libros de sus hábitos para hacer los trabajos.

*El fin de semana yo me doy cuenta, yo estoy de operadora y llegan todos los estudiantes y dicen ‘tía necesito buscar esta información’ y yo les pregunto, ‘¿y en los libros?’, y me responden ‘¡Ah no! En los libros es como buscar, buscar y buscar’, y en Internet ellos ponen la palabra y les sale inmediatamente la información. Entonces yo creo que para los estudiantes el tema de los libros ya se eliminó completamente (Lucia, Lo Hermida, Santiago).*

Juliana del mismo telecentro concuerda con Lucia señalando que los jóvenes no van a las biblioteca, desde su punto de vista ya ‘no utilizan la cabeza’, lo que los vuelve mas flojos. Según ella, los jóvenes no entienden lo que leen, y como ya señalamos que lo dicen otros entrevistados, buscan e imprimen.

*A mi no me gusta que se hagan las cosas tan fáciles...para eso uno fue al colegio, para eso le enseñaron otros tipos de herramientas antes que llegara el computador ¡La gente es más floja ahora! Antes iba a una biblioteca, buscaba la información*



*ón, tenía que escribir, ahora no, ahora tu aprietas una tecla y puedes imprimir y sacar todo tipo de información (Juliana, El Encuentro).*

Ante a esta situación, señalada por adultos que se refieren al uso de Internet en las tareas escolares, podríamos preguntarnos si estamos frente a una fase de transición que forma parte del proceso de aprendizaje de la tecnología y en consecuencia de su apropiación por parte de los estudiantes. Los jóvenes que hacen sus tareas de esta manera van a aprender, probablemente, muy poco de los contenidos mismos, pero tal vez más sobre la manera de buscar la información. No se puede olvidar, tampoco, que ellos pueden ser muy hábiles en otros usos de la tecnología y que esta falta de motivación con respecto a sus deberes es un problema más amplio que puede estar vinculado al sistema mismo de educación. Finalmente, y esta idea de ‘usar menos la cabeza’, pensamos que podría tratarse de una mirada mas bien tradicional sobre el aprendizaje ‘serio’, que se vincula principalmente al uso de libros y a la visita a las bibliotecas.

### Falta de control paterno

Siempre con respecto a los jóvenes, ciertos adultos, y sobre todo las mujeres adultas, critican la falta de control de los padres hacia sus hijos en el uso de Internet. Según ellos, los padres son sobrepasados por los menores en lo que concierne los usos como tales y los horarios en los que pueden usar Internet, lo que demuestra un debilitamiento de la autoridad de los padres hacia los niños en el dominio específico del uso de la informática.

Es el caso de señora Rosa, en el telecentro de Talca de la Corporación Maule Activa, quien señala que los niños se pasan información entre ellos y en las noches, una vez que los padres se duermen, se conectan y miran todo lo que ellos quieren. La misma idea es ratificada por Catalina, También de Talca.

*En la casa de mi hermana, por ejemplo, tienen dos computadores, entonces mi sobrino está chateando*

*de repente y los otros están jugando, o llega el amigo y los dos están jugando cada uno con su juego. Están toda la tarde ahí y de repente hasta las cinco de la mañana y jugando...Ahora eso va también por el dueño de casa, claro, pero todo tiene su límite también, porque si yo veo que están hasta las 5 de la mañana y tienen que ir al colegio, se desconectan no más (Catalina, Talca).*

### Los “usos productivos”

En la mente de algunas personas, existe también una tentativa de promover un cierto tipo de usos. Esta reflexión viene normalmente de usuarios más avanzados o de los responsables de los centros que han comenzado en los mismos centros como usuarios. Cristian, del telecentro El Karro en San Rosendo (administrado por Redes), es una de las personas que ha definido el concepto de ‘uso productivo’. Es necesario señalar que dicho concepto esta vinculado al espíritu de la organización de San Rosendo, que tiene como objetivo realizar actividades que tengan consecuencias positivas en el desarrollo personal de los visitantes así como en su comunidad. Reconocemos que los jóvenes entrevistados que son miembros de la organización están de acuerdo con estos principios, pero no podemos suponer que todos los visitantes (que no son todos miembros) lo estén, es decir, que se consagren principalmente a usos productivos como lo señala Cristian, el fundador del centro.

En el mismo tema de los usos productivos, ciertas personas del centro critican los usos de los visitantes de los cibercafé del pueblo (centros de acceso a Internet con fines de lucro), ya que no se parecen a los usos hechos o deseados por los dirigentes o participantes de El Karro. Concretamente, Mauricio se refiere al cibercafé del pueblo y lo critica a partir del uso que hacen sus visitantes: mirar pornografía y chatear. El enjuicia este comportamiento y lo compara con que hacen las personas en El Karro: actividades productivas. Y aunque reconoce haber mirado pornografía no encuentra que sea algo productivo.



*Yo noto una diferencia entre nosotros (el telecentro) y el cibercafé. Yo voy al ciber y la mayoría esta viendo pornografía o esta chateando, pero no produciendo como aquí. Para mi producir es... No sé... Buscar información, trabajar, ya sea uno estudiante o trabajador. Para mi eso es un telecentro, pero estar mirando pornografía no sé...o sea igual he mirado pornografía alguna vez, pero no sé...eso no produce nada, yo me aburro (Mauricio, San Rosendo).*

Valeria piensa en los buenos usos, ‘productivos’, como dice Mauricio, pueden contribuir al éxito de los usuarios en los proyectos que inicien, Valeria da como ejemplo los usos potenciales que podrían hacer los otros:

*En el tema profesional, una persona que lo usa de buena forma lo más probable es que sea una herramienta muy útil para poder, por ejemplo, rendir con éxito la PSU (examen de acceso a la universidad), no así aquel que uso el Internet solo para juegos, para Chat, Messenger o pornografía, esa es una diferencia...(Viviana, San Rosendo).*

Cristián también se refiere al potencial de Internet y constata que existe una subutilización por parte de los vecinos y los mismos participantes del El Karro.

*Yo creo que cada uno de nosotros está llamado a superarse siempre... Yo con Internet puedo hacer de todo, si no sé computación lo puedo aprender, puedo estar acompañado de algún tutor y puedo llegar a ser el profesor de todos los que vengan para acá en el mismo tema. A lo mejor yo soy demasiado ambicioso en eso, pero yo lo practico en mi vida diaria, o sea si a mi me falta un conocimiento lo busco en Internet, yo he visto el desarrollo en mi...(Cristian, San Rosendo).*

Y continúa con su propuesta, dando ejemplos concretos:

*O sea, una vecina podría venir aquí a aprender a utilizar solamente el office y a mandar corre-*

*os y a trabajar para una empresa, a trabajar sus documentos y mandar las propuestas; un vecino podría venir a aprender aquí de mecánica, toda la teoría, y podría practicarla en un vehículo, o yo podría aprender a hacer un taller de autoestima a través de Internet y lo podría después ejecutar en los territorios donde yo trabajo...(Cristian, San Rosendo).*

Dentro de los “usos productivos”, hemos incluido una crítica a lo que las personas no hacen con ayuda de Internet, principalmente ciertos trámites administrativos. Y aunque en este caso la persona puede hablar de un uso que no se realiza, ella está de todas formas expresando una reflexión normativa en el sentido de lo que las personas podrían o deberían hacer con Internet.

*Los trámites por Internet a más de alguien “se le ha ido en collera”, entonces prefieren ir personalmente. Pero sólo es cosas de acostumbrarse... En realidad, al final Internet está haciendo el trabajo que hacían la personas a través de una ventanilla, pero algunos todavía prefieren ir y que les entreguen directamente los documentos...(Valeria, San Rosendo).*

## Conclusión

El modelo de la apropiación, así como la investigación cualitativa que pretende estudiar los fenómenos en el lugar donde ocurren, parece útil para observar este tipo de temas donde las investigaciones cuantitativas no alcanzan a recorrer las reflexiones más recónditas y espontáneas de los usuarios. Creemos que este tipo de investigaciones pueden ser necesarias pues permiten ir más allá de los estudios tradicionales que miden sobretudo la penetración de Internet; una alta penetración no asegura necesariamente la apropiación donde el individuo es dueño de una forma simbólica e íntima del uso que le está dando a esta herramienta.

En este estudio hemos presentado un aspecto (o parte) del proceso de apropiación que se re-



fiere a la significación que las personas otorgan al uso de una tecnología. Este sentido otorgado a la tecnología permite o explica el uso de ella. En este caso, hemos visto de qué forma el **uso que los otros** hacen, ya sea observado o imaginado o alimentado por creencias de lo que los otros hacen, justifica el uso y más aún el uso específico que ellos le están dando a la tecnología. En otras palabras, esta reflexión sobre los otros confirma lo que hay que hacer con la tecnología (ejemplo, los ‘usos productivos’) y lo que no hay que hacer con ella (ejemplo, buscar información en Internet y presentarla como propia en las tareas escolares sin tratarla). Debemos reconocer, sin embargo, que algunas de las respuestas pueden verse influenciadas por un cierto interés de responder de manera socialmente deseable, de lo que se espera que la gente haga con una tecnología.

Así, podemos decir que la apropiación no es un fenómeno personal donde la influencia está dada

solo por quienes han facilitado el aprendizaje o el acceso, es un proceso en el cual las personas miran a su alrededor para confirmar sus usos y criticar los de otros. Este pequeño aspecto de la apropiación nos parece significativo a la hora de comprender el proceso.

Finalmente, podemos decir que las reflexiones presentadas en este artículo pueden ser una fuente de motivación para volver una vez más sobre el uso de las TIC en el aula y por los estudiantes, ya sean de educación primaria o secundaria. Considerando esto como uno de los temas relevantes que hemos abordado en este artículo, parece necesario revisarlo, sobre todo en momentos en que el acceso parece ser una problemática en retirada. No obstante, la inclusión real de estas tecnologías en el proceso de aprendizaje, pese a los años transcurridos desde su inicio, presentaba hasta hace poco, y en esta muestra restringida, atisbos de necesitar mejoras sustanciales.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BRETON, P. et PROULX, S. *L'explosion de la communication à l'aube du XXI<sup>e</sup> siècle*, Montréal : Boréal ; Paris: La Découverte, 2002.

CHAMBAT, P. *Usages des Technologies de l'information et de la communication (TIC) : évolution des problématiques*, In: *Technologies de l'information et société*, 6 (3), p. 249 – 270, 1994.

CASTELLS, M. *La société en réseaux: l'ère de l'information*, Vol. 1, Paris: Fayard. 2001.

DENZIN, N. et LINCOLN, Y. *The SAGE handbook of qualitative research*, Thousand Oaks: Sage Publications, 2005.

FRENETTE, M. et LAJOIE, J. L'appropriation d'Internet par les étudiants universitaires: émergence de nouveaux codes de conduite?, *Actes de 2001 bogues – Globalisme et pluralisme*, Montréal, avril 2002.

FRENETTE, M. et JOHNSON-SMARAGDI, U. *A cross-national study: university students' experiences with the Internet*, dans Usluata, A. et Rosebaum, J. (Éds.) *Shaping the future of communication research in Europe*, Istanbul, Turkey : Yeditepe University Press, p. 73 – 78, 2005.

HAMMERSLEY, M. et ATKINSON, P. *Ethnography. Principles in practice*, Second Edition, London: Routledge, 1995.

JOUËT, J. Retour critique sur la sociologie des usages, dans *Réseaux*, 18 (100), p. 487 – 521, 2000.

MALLEIN, P. et TOUSSAINT, Y. L'intégration sociale des technologies de l'information et de la communication : une sociologie des usages, *Technologies de l'information et Société*, 6 (4), p. 315 – 335, 1994.

PROULX, S. Pour comprendre l'usage des objets communicationnels. (Re)penser le constructivisme. *Degrés. Revue de synthèse à orientation sémiologique*. Publication internationale trimestrielle. Trente-quatrième année, 126 – 127, été-automne, 2006.

PROULX, S., RUEFF, J. et LECOMPTE, N. *Une appropriation communautaire des technologies numériques de l'information*. Notes de recherche. Centre interuniversitaire de recherche sur la science et la technologie, CIRST, 2007.

REYES GARCÍA, P. L'appropriation d'Internet chez les visiteurs des télécentres au Chili, *Thèse de doctorat*, Université de Montréal, Québec, Canada, Disponible en: [https://papyrus.bib.umontreal.ca/jspui/bitstream/1866/4635/2/ReyesGarcia\\_Pedro\\_2010\\_These.pdf](https://papyrus.bib.umontreal.ca/jspui/bitstream/1866/4635/2/ReyesGarcia_Pedro_2010_These.pdf), 2011

VILLATORO, P. et SILVA, A. Estrategias, programas y experiencias de superación de la brecha digital y universalización del acceso a las nuevas tecnologías de información y comunicación (TIC). Un panorama regional. *Serie Políticas Sociales (101)*, Santiago, Chile: Cepal, División de desarrollo social, 2005.





# ADMIRÁVEL CÓPIA NOVA: A REINVENÇÃO DA INFORMALIDADE A PARTIR DA PIRATARIA CONTEMPORÂNEA

ADMIRABLE COPIA NUEVA: LA REINVENCIÓN DE LA INFORMALIDAD A PARTIR DE LA PIRATERÍA CONTEMPORÁNEA

*ADMIRABLE NEW COPY: THE REINVENTION OF INFORMALITY FROM CONTEMPORARY PIRACY*

## Carla Gavilan Carvalho

■ Docente do PPGCom Linguagem Jornalística (Universidade Anhanguera-MS), mestra em Estudos de Cultura Contemporânea (ECCO/UFMT), integrante do projeto de pesquisa Artes da Cópia: noções, poéticas e práticas (Núcleo de Estudos do Contemporâneo - CNPq/UFMT), colaboradora do projeto História do Campo da Comunicação no Brasil (SOCICOM/Rede ALCAR).

■ E-mail: [carlagavi@gmail.com](mailto:carlagavi@gmail.com)

## Ludmila Brandão

■ Arquiteta e historiadora, pós-doutorado em Crítica da Cultura (Ottawa/Canadá). Professora PPG Estudos de Cultura Contemporânea (ECCO/UFMT). Coordenadora em Rede Centro Oeste de Ensino e Pesquisa em Arte, Cultura e Tecnologias Contemporâneas (CO3) e Núcleo de Estudos do Contemporâneo (UFMT/CNPq). Autora de *A casa subjetiva: matérias, afectos e espaços domésticos* (Perspectiva, 2008). (65) 3663.1330.

■ E-mail: [ludbran@terra.com.br](mailto:ludbran@terra.com.br)





## RESUMO

Este artigo apoia-se em uma análise documental e em um estudo de campo, com viés etnográfico, que pretende analisar o impacto de certos avanços tecnológicos utilizados na produção de mercadorias piratas no comércio informal. A discussão aborda a informalidade como um fenômeno que se reinventa cultural e economicamente a partir dos processos de reprodução. É apresentada uma análise comparativa entre a prática de consumo de produtos femininos falsificados nas classes subalternas e produtos femininos igualmente falsificados, mas considerados *de luxo*, por se tratar especificamente de marcas luxuosas, sendo a principal mercadoria pesquisada as bolsas femininas de grifes famosas, trazidas de São Paulo/SP e comercializadas em Cuiabá/MT.

**PALAVRAS-CHAVE:** CÓPIA; PIRATARIA; INFORMALIDADE; BOLSAS DE LUXO.

## RESUMEN

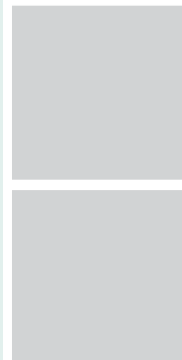
Este artículo se basa en un análisis documental y estudio de campo, con un sesgo etnográfico, que pretende analizar el impacto de ciertos avances tecnológicos utilizados en la fabricación de productos pirateados en el comercio informal. La discusión aborda la informalidad como un fenómeno que se reinventa cultural y económicamente a desde los procesos de reproducción. Se presenta un análisis comparativo entre la práctica de consumo de productos femeninos falsificados en las clases subalternas y productos femeninos igualmente falsificados, pero considerados *de lujo*, porque son de marcas opulentas, siendo el principal producto investigado las bolsas de mano femeninas de marcas de lujo famosas, traídas de São Paulo y comercializadas en Cuiabá.

**PALABRAS CLAVE:** COPIA; LA PIRATERÍA; LA INFORMALIDAD; BOLSAS DE MANO DE LUJO.

## ABSTRACT

This article is based on a documental analysis and on a field study, ethnographically based, which aims to analyze the impact of certain technological advances used in the manufacture of pirated goods in the informal economy. The discussion addresses informality as a phenomenon that reinvents itself culturally and economically from the process of reproduction. It presents a comparative analysis between the practice of female consumption of counterfeit goods in the lower classes and equally counterfeit products, but considered luxury brands because they are famous. The main product being investigated are women's handbags famous luxury brands, brought from São Paulo/SP and marketed in Cuiaba / MT.

**KEYWORDS:** COPY; PIRACY; INFORMALITY; LUXURY HANDBAGS.





## 1. Introdução

*(...) faz parte da estratégia para conter a pirataria, que tirou do longa, nas contas da produção, 9 milhões de espectadores oficiais (2,5 milhões de pessoas assistiram na telona; o restante, em DVDs piratas). (...). ‘Vamos montar o filme dentro do caveirão’, brincou o produtor Marcos Prado, durante entrevista convocada para falar do início da produção, ontem, no Rio. ‘A ilha de edição será quase um bunker. Temos orçamento e equipe só para isso’. Caveirão é o veículo blindado da Polícia Militar do Rio, usado em operações arriscadas. Padilha lembrou que a primeira cópia pirata de Tropa surgiu na empresa de legendagem; desta vez, o número de funcionários que terão contato com a matriz será reduzido.<sup>1</sup>*

Não há exemplo mais pertinente para começarmos a falar de pirataria quanto a produção do filme brasileiro “Tropa de Elite 2”, do diretor José Padilha. Conforme informa a reportagem que traz o trecho acima, a direção da obra viabilizou, inclusive, um recurso financeiro específico para que todo o aparato de segurança jamais visto antes nas produções brasileiras não corresse risco algum de cair na “rede”, como popularmente chamamos o acesso a filmes, livros e vídeos disponibilizados pela internet. A precaução dos diretores baseia-se na experiência do que ocorreu com a primeira versão do filme, no ano de 2007, quando, por meio da pirataria, “Tropa de Elite” foi assistido por milhões de brasileiros antes mesmo de chegar às salas de cinema e, assim, provocar uma das discussões mais polêmicas sobre a produção e o consumo de produtos falsificados no país.

A *cópia*, que ainda no dicionário tem como um dos seus sinônimos o termo *abundância*, condenada pela modernidade que privilegia o “original” e o “autêntico”, transformou-se em prática generalizada nas sociedades contemporâneas e em um dos maio-

res problemas para suas políticas. Ter controle sobre a comercialização de mercadorias contrabandeadas é uma proposta antiga de muitos governos e países. Com a intensificação dos fluxos de produção e circulação global de produtos industrializados, limitar a prática da cópia tornou-se uma utopia. Nos dias de hoje é quase impossível encontrar algo que, ironicamente, a tecnologia não tenha conseguido *falsificar, imitar, copiar, replicar, piratear*. Tais recursos são responsáveis também por promoverem atualmente uma nova mudança de valores e *status* sociais em relação ao consumo e indústria de pirataria. Quando analisamos algumas pesquisas sobre o consumo de produtos piratas no Brasil percebemos o quanto é incoerente afirmarmos a existência de uma aversão expressiva às cópias por parte dos consumidores. Ano após ano esses levantamentos evidenciam, em números e comparações, que até pode existir resistência a esse tipo de consumo, mas está cada vez mais difícil esquivar-se dele. É também por meio do consumo que notamos o quanto os bens falsificados tem se distanciado progressivamente dos discursos condenatórios que os perseguem.

Um dos estudos mais completos e respeitados é o realizado pela Federação do Comércio do Rio de Janeiro. A edição de 2010 é intitulada em “O consumo de produtos piratas no Brasil”<sup>2</sup> e tem como principal manchete o fato de ter aumentado nos últimos cinco anos o percentual de brasileiros que consome mercadorias falsificadas. Declararam-se como “consumidores de pirataria” 70,2 milhões de pessoas em todo país, 13,8 milhões de pessoas a mais do total que compravam esses produtos no ano de 2006. A pesquisa, que visitou mil domicílios em 70 cidades brasileiras, aponta o aumento na parcela de brasileiros que não apresentam restrição a nenhum tipo de produto pirata, afirmando que comprariam qualquer mercadoria, assim como a quantidade cada vez menor de consumidores de pirataria convencidos de que a prática provoca de-

<sup>1</sup> “Diretor de ‘Tropa de Elite 2’ tem estratégia contra pirataria”. Agência Estado. São Paulo, jan. 2010. Seção Arte e Lazer. Disponível em <http://tinyurl.com/ycyj2l6>.

<sup>2</sup> “O consumo de Produtos Piratas no Brasil”. Pesquisa organizada pela da Fecomércio-RJ/Ipsos. Disponível em <http://tinyurl.com/26drv4w>.



semprego. São 56% em 2010 contra 64% registrado quatro anos antes. Sobre as classes sociais consumidoras de pirataria no Brasil, o estudo estima que somente as classes A e B devem ter gastado, no ano da pesquisa, uma quantia próxima a R\$ 590 bilhões. Com esse balanço, não é por menos que a direção do levantamento declara, enfim, que, mesmo sendo a classe “C” a que mais impulsiona o consumo de produtos falsificados, a prática “se alastra por todas as classes sociais e faixas etárias”.

Como é possível observar, a pirataria que explodiu no Brasil na década de 1990, até pouco tempo era basicamente para o consumo das classes populares. Mas a situação se modificou e tem como principal causa a tecnologia. Ainda que sejam destinadas a classes menos favorecidas e comercializadas a preços acessíveis em relação a um produto original, o processo de fabricação de um *made in China* acompanha a passos largos as novidades do mercado tecnológico, lado a lado com a produção de um original.

## 2. A informalidade como extensão da cópia

Um setor que abarcou a difusão de produtos pirateados no Brasil é o do comércio “informal”, conhecido entre nós como “camelô”, cujas barracas se distribuem em diversos pontos da cidade com grande circulação de pedestres. A explosão dessa prática de comercialização data dos anos 90, período marcado tanto pelo contingente de desempregados, principal reflexo da recessão econômica pelo qual o país enfrentou, na década de 80, no âmbito da crise da dívida externa, quanto pelas alterações na dinâmica da população brasileira, com os processos de urbanização. Conforme analisa Gilberto Dupas, em virtude das transformações provocadas pelo padrão tecnológico no campo e das migrações, “as cidades brasileiras passaram de 12 milhões para 138 milhões de pessoas, constituindo-se em um dos mais maciços processos de deslocamento populacional da história mundial” (Dupas, 2001, p.63). Este é o quadro nacional de pessoas que passam

a constituir o setor da informalidade ou, segundo nomeado pela economia, trabalho “flexível”. Uma grande massa da população formada por homens, mulheres, jovens e idosos que, diante do furacão da estagnação econômica e consequente deterioração social registrados no Brasil, encontra na produção globalizada de objetos *made in China* uma forma de retornar ao mercado de trabalho.

O que era esparramado pelas cidades e que já tinha a característica de vender de tudo um pouco, hoje se concentra em espaços determinados, muitos chamados de “camelódromo”, “paraguaiódromo” ou “shopping popular”. A tentativa de disciplinar a atividade informal e em franca expansão “não pôs fim a ocupação dos espaços livres”, mas é um fato que esses estabelecimentos consolidaram-se “como espaço de compra para as populações subalternas” (Brandão, 2008). Em um camelódromo encontra-se de tudo: eletroeletrônicos, materiais escolares, roupas, calçados, brinquedos e, mais que oferecer acesso às populações de baixa renda, esses centros populares nos propõe outras faces para compreender e discutir o consumo na sociedade contemporânea.

Comercializar um produto pirata, ou seja, uma cópia não autorizada de um produto original, todavia, não é especialidade somente dos camelôs. Com 51,1% da força de trabalho concentrada na informalidade<sup>3</sup>, o Brasil, assim como outros países da América Latina, exhibe um catálogo variado de profissões desprovidas de qualquer amparo trabalhista. Pelas ruas, praças, avenidas e até nas próprias residências eles seguem espalhados afim de ‘fazer valer’ seus corpos que não participam dos oitenta anos da Carteira de Trabalho brasileira, excluídos de um programa de aposentadoria, acusados de não terem *docilidade* (Foucault, 2009) alguma para o tradicional mercado de trabalho. O que, de fato, irá incomodar o governo, além de chamar atenção da imprensa, instituições privadas e dos economistas.

3 Dados da Organização para a Cooperação e o Desenvolvimento Econômico (OCDE); 2009. Ver: Site Inverta. Disponível em <http://tinyurl.com/7vmf62r>.



Ter mais da metade da força de trabalho concentrada na informalidade significa, para o Estado, deixar de arrecadar valores consideráveis para os cofres públicos, já que trabalhadores informais não pagam impostos. Para órgãos privados, o comércio da pirataria implica também uma questão financeira devido à comercialização de produtos falsificados não ter de repassar os lucros assegurados por acordos entre esses órgãos e artistas, empresas e autores; circunstância que afeta os meios de comunicação por estes estarem, historicamente, muito “dependentes” dessas instituições, tanto públicas quanto privadas. Tendo seus lucros lesados por uma economia paralela, esses órgãos, comumente, pressionam os veículos de comunicação, praticamente a grande maioria existente no país, que delas se mantêm. É a partir dessa corrente contra a informalidade, promovida por fontes oficiais, que o trabalho informal vem sendo, nas últimas décadas, associado, junto à pirataria, a um problema social. Algo a que estado e mídia devem combater, apoiados nas explicações de economistas, administradores, cientistas sociais e toda a gama de intelectuais que leem o fenômeno da informalidade como um péssimo retrato da economia brasileira. Sobre o trabalho informal, Cacciamali (2000) analisa:

*A lógica de sua atuação no mercado prende-se à sobrevivência, à obtenção de um montante de renda que lhes permita sua reprodução e de sua família, não tendo como meta explícita a acumulação ou a obtenção de uma rentabilidade de mercado, inclusive porque não possuem nem capitalização nem organização do trabalho que lhes deem sustentação para tais fins* (Cacciamali, 2000, p.167).

Sobre o constante aumento da informalidade no Brasil e o baixo dinamismo ocupacional formal da classe média nos últimos vinte anos, o economista Waldir Quadros (2007) destaca: “Seguramente, este desempenho tem um efeito fortemente corrosivo nas estruturas sociais, instalando e exacerbando, entre outras patologias, o mais completo ‘vale tudo’

na luta por um lugar ao sol” (Quadros, 2007, p. 11). Tais considerações sobre a informalidade são pautadas a partir de uma ótica do mercado de trabalho, política, cultura e economia unilateral que ainda insiste em avaliar conceitos, comportamentos e práticas sociais separados, cada um na sua seção, conforme a cartilha da modernidade, ignorando as interações e diálogos estabelecidos nessas relações entre pessoas, mercadorias e valores.

### 3. A reinvenção dos informais

A informação de que o contingente de pessoas que atuam profissionalmente no mercado informal significa mais de metade da força de trabalho brasileira nos obriga, no mínimo, a desconfiar de afirmações como as citadas acima. Essa grande quantidade de pessoas seria mesmo desorganizada? Sem horários a cumprir, noção do que vendem e compram? Estariam tantos chefes de família, homem ou mulher, sem ambição de lucro, não desejando acumular rentabilidade? É tão alheio assim a esses trabalhadores investimentos como casa própria, poupança, plano de saúde, lazer, escola particular aos filhos? Como observaremos em nosso estudo de campo, essas afirmações sobre o trabalho informal ignoram lógicas que o regem e revelam preconceito, já que organização e ambição estão entre as características que mais se destacam no cotidiano dessas pessoas. Conclusões que rejeitam a necessidade imposta pela nova economia global em “ser interpretada como uma ordem disjuntiva, superposta e complexa”, conforme afirma Appadurai (1999), que tem muito mais a ver com as relações estabelecidas entre “a economia, a cultura e a política” (Appadurai, 1999, p. 312) do que com os modelos limitados e parciais preconcebidos por uma parte irrisória da sociedade. No estudo sobre o relacionamento entre as cinco dimensões do fluxo da cultura global<sup>4</sup>, Appadurai nos auxilia a ter um

4 Essas dimensões são classificadas por Appadurai como: (a) *ethnoscapes*; (b) *tecnoscapes*; (c) *mediascapes*; (d) *finanscapes*; (e) *ideoscapes*. (1999: 312).

(...) ousamos repensar a informalidade a partir dos dispositivos de uma tecnologia sem fronteiras, que possibilita tanto a modernização dos processos de reprodução, quanto a reinvenção do trabalho.

entendimento menos preconceituoso em relação à informalidade. Ao classificar como dimensão *tecnopanorama* a configuração global e fluida da tecnologia e o fato de que a mesma, superior ou inferior, mecânica e informal, se movimenta em velocidade até pouco tempo inatingível, Appadurai pontua:

*A distribuição avulsa de tecnologias, e, da mesma forma, das peculiaridades desses tecnopanos, é cada vez mais dirigida não por economias óbvias de escala, de controle político ou de racionalidade de mercado, mas por relações cada vez mais complexas entre o fluxo do dinheiro, as possibilidades políticas e a disponibilidade tanto do trabalho de baixa como de alta qualidade* (Appadurai, 1999, p.314).

É com essa contribuição que ousamos repensar a informalidade a partir dos dispositivos de uma tecnologia sem fronteiras que possibilita tanto a modernização dos processos de reprodução quanto à reinvenção do trabalho. Um setor informal pensado não como uma das falhas do capitalismo vigente, um problema, vergonha e calamidade, mas sim como um dos principais fenômenos que tem sustentado a ordem desse sistema globalizado da força de trabalho e do consumo que há muitos anos, e cada vez mais, não comporta a massa de trabalhadores disponíveis. É pensar que por meio desse caminho “paralelo” milhares de pessoas descartadas do mercado de trabalho, seja por causa das máquinas, idade, etnia ou escolaridade, encontraram e encontram, ocupação, salário, profissão e alternativas para se manterem como cidadãos e consumidores. Outro trabalho interessante que busca novas reflexões sobre a informalidade é de Néstor Garcia Canclini (2003). Tendo como objeto de estudo a reinvenção das cidades e megalópoles, através dos meios de co-

municação e processos visuais, o autor reflete:

*Aqueles que moram em Buenos Aires, Caracas, Lima, México e São Paulo vivenciaram, nas últimas décadas, acelerados processos de despedaçamento do tecido social, associados ao predomínio de táticas informais de sobrevivência sobre o controle estratégico das cidades. Nestas cidades, e em muitas outras, o enorme peso do informal, ou seja, do que não está contido na ordem histórica, do que transborda e desafia as regras hegemônicas, está gerando novas representações do urbano, distintas das que nutriram suas fundações e seu desenvolvimento* (Canclini, 2003, p.3)<sup>5</sup>.

Indagando o que significa para a cidade ter a informalidade como um dos principais recursos de sobrevivência, Canclini sugere sair do dualismo das perspectivas *modernizadora* e *populista*, que são frequentemente abordadas pelos meios de comunicação, artes e ciências sociais. A primeira se ocupa em classificar a informalidade como algo que contradiz a modernidade exigida pelas cidades, sendo necessário, por isso, eliminá-la ou ao menos reduzir sua importância econômica e seus efeitos sociais destrutivos. A segunda é caracterizada por celebrar a criatividade social e a imaginação cotidiana advindas da informalidade, sem deixar de ressaltar sua utilidade para a sobrevivência dos setores populares

5 Tradução livre do original em espanhol: “¿Cuáles son las condiciones sociales en las que se produce la desconstrucción o degradación de las ciudades en América Latina? Podemos sintetizarlas en una palabra: informalidad. Quiénes habitamos Buenos Aires, Caracas, Lima, México y Sao Paulo experimentamos en las últimas décadas acelerados procesos de despedazamiento del tejido social, asociados al predominio de tácticas informales de sobrevivencia sobre la regulación estratégica de las ciudades. En estas urbes, y en muchas otras, el enorme peso de lo informal o sea lo que no está contenido en el orden histórico, lo que desborda y desafía las reglas hegemónicas, está generando nuevas representaciones de lo urbano, distintas de las que nutrieron sus fundaciones y su desarrollo”.



(...) mesmo com a característica de ser fundamentalmente subalterno, no que se refere a produtos de valores “menores”, é possível considerar que, em parte, nossa pesquisa também dialoga com os fluxos marginais, quando destacamos o movimento de objetos, pessoas e valores.

excluídos. Sem nos estender nas demais reflexões dessa pesquisa, o que nos interessa analisar é a alternativa de pensar a informalidade a partir de um viés cultural que atende muito mais a processos de inclusão do que a exclusão social. Seja em um estabelecimento fixo ou pelas calçadas da cidade, este tipo de comércio possibilita atualmente a articulação de diferentes fluxos de pessoas, mercadorias e valores em escala global. “Esses fluxos compõem a cidade real. Portanto, os camelôs e os fluxos que eles viabilizam no espaço urbano não são um ‘problema’ urbano, são um fenômeno do mundo e das cidades reais contemporâneas. (Brandão, 2009, p. 26).

Ao pesquisar especificamente os fluxos globais subalternos Brandão identifica quatro tipos de fluxos: contrafluxos, fluxos minoritários, fluxos clandestinos e fluxos marginais. Dessa classificação os dois últimos fluxos globais<sup>6</sup> subalternos aqui são pertinentes para avançarmos na próxima etapa desse estudo: o trabalho de campo. Os fluxos clandestinos são definidos como aqueles que, tendo a condição de ilegais ou condenados do ponto de vista moral, funcionam apenas clandestinamente. Como exemplos são citados as redes de pornografia, o contrabando, as comunidades anônimas de preferências inconfessas (redes de pedofilia, comunidades que cultivam a anorexia/bulimia, etc.). Já os fluxos marginais, não são necessariamente ilegais, nem exata-

mente minoritários do ponto de vista político, mas colocam em movimento objetos, pessoas e valores “menores”, secundários, se comparados aos que se deslocam nos fluxos de primeira linha.

A comercialização e o consumo de bolsas de luxo piratas, falsificadas se identificam com os fluxos clandestinos, uma vez que o comércio de mercadorias falsificadas, luxuosas ou não, é ilegal e condenado moralmente. Mesmo com a característica de ser fundamentalmente subalterno, no que se refere a produtos de valores “menores”, é possível considerar que, em parte, nossa pesquisa também dialoga com os fluxos marginais, quando destacamos o movimento de objetos, pessoas e valores. Se comparadas às bolsas originais, as peças reproduzidas promovem montantes menores, mas diante de peças falsificadas confeccionadas em processos de tecnologia inferior, os preços já são maiores. Situação que localiza o consumo, circulação e distribuição de bolsas piratas de marcas luxuosas em um interstício entre essas duas formas de produção, original e de baixa qualidade, como veremos a seguir.

#### 4. No Box de Célia

A rotina de trabalho de Célia começa todas as manhãs quando chega ao box que aluga há cinco anos, em sociedade com a cunhada, no *shopping* popular de Cuiabá. O espaço que não atinge nove metros quadrados é otimizado com as quatro prateleiras que já foram abarrotadas de brinquedos, guarda-chuva, guarda-sol, capas para celular, maquiagem infantil, de adulto, cosméticos entre outros tipos de mercadorias e que atualmente guardam apenas bolsas e carteiras femininas. A opção em especializar a barraca com somente esses produtos foi diante da maior procura pelos artigos.

6 Os dois primeiros fluxos globais subalternos são explicados pela autora como: *contrafluxos* são a exata inversão dos fluxos hegemônicos, como os fluxos de latinização dos EUA, de circulação de produtos “orgânicos” que dão suporte aos modos de vida “alternativos”, os diferentes fluxos constituídos no interior dos movimentos antiglobalização, etc. *Fluxos minoritários* não são necessariamente (ou explicitamente) contestadores de um determinado fenômeno ou estado de coisas, existem em circuitos menores, muitas vezes invisíveis. (Brandão, 2009, p. 9).



*No começo era bom ter de tudo, produtos variados. Mas como tem muita coisa que é sazonal, tem mês que sai e outros que não saem determinados produtos, sempre ocorria da gente ficar no prejuízo. Então selecionamos o que mais dava para lucrar e qual era nossa demanda. Desde o começo tivemos uma venda maior de bolsas e carteiras, aí ficamos só com elas, afirma a comerciante.*

No espaço é possível adquirir tanto uma bolsa para o dia-a-dia quanto para ocasiões requintadas. Os preços variam entre R\$10 e R\$60, valores que são alterados conforme a “pechincha” do cliente e a necessidade da comerciante. Por exemplo, bolsas que estão na loja por muito tempo, com frequência, sofrem queda no preço no momento da venda. De acordo com Célia, as viagens a São Paulo, de onde traz as mercadorias, são feitas em um prazo de até sessenta dias, por isso o capital investido precisa “girar”, para que novas compras sejam feitas. A freqüesia na barraca, que é uma das quatrocentas do camelódromo que funciona há quatorze anos no bairro Dom Aquino, inclui algumas “madames” – forma como a comerciante se refere às mulheres com poder aquisitivo alto – identificadas pelo vestuário da cliente, pelo calçado que usa, as marcas que pede e, principalmente, pela quantidade de peças que compra. Mas de acordo com Célia, esse não é seu público principal. O maior consumo é de mulheres de classes baixa e média, que procuram bolsas que estão “na moda”, para uso no trabalho e em festas, mas com preços inferiores à daquelas encontradas em lojas do *shopping* ou no centro da capital. A cada viagem a São Paulo, as sócias trazem uma média de cinquenta bolsas. A escolha dos modelos, cores, tamanhos e do tipo de material acontece durante a compra, de acordo com as opções oferecidas. Todavia, também ocorre de já viajarem sabendo qual é a tendência do momento, o que direciona sua procura. Célia nos diz que possui consumidoras antigas que fazem questão de comprar em seu box, mas mesmo assim, raramente as

comerciantes trazem encomendas específicas, por meio de pedidos.

*Já fizemos muito isso, mas hoje é uma vez ou outra, porque já aconteceu de trazer e a pessoa não vir buscar ou então afirmar que não era bem aquilo que queria. Então não compensa. Trazemos o que está na moda, o que mais tem de novidade nas distribuidoras de São Paulo (Braz e 25 de março) que geralmente agradam várias mulheres, nunca sabemos quem vai passar por aqui, parar e comprar, conta Célia.*

## 5. Na casa de Marcos

As bolsas femininas também se tornaram negócio para Marcos, que já foi gerente de vendas em uma concessionária de motocicletas em Cuiabá. O trabalho como autônomo começou há menos de quatro anos e resultou do desemprego. De acordo com vendedor, a empresa passou a ter muitas exigências profissionais e, num momento sem disposição a retornar aos estudos, em um curso de graduação, foi substituído na empresa por alguém mais novo e mais instruído. A tentativa em retornar ao mercado formal durou seis meses, período em que se submeteu a várias entrevistas e alguns dias de experiência, mas, tendo apenas o ensino médio, as ofertas de salário eram incompatíveis com o custo de vida que possuía. Foi então que optou pelo trabalho informal. Os primeiros produtos comercializados, trazidos por Marcos de São Paulo, foram roupas, em seguida bijuterias, bolsas e calçados. “Eu vendia de tudo: relógio, chaveiro, brinquedos, eletrônicos, calçados, para homem, mulher, crianças, jovens. Era o tradicional sacoleiro”, conta Marcos. Trabalhar com mercadorias de luxo foi uma “sacada”, como ele mesmo afirma, após um período de experiência com as viagens. Com um ano de trabalho, um segmento no setor cópias, chamou a atenção de Marcos: as bolsas de luxo. Não que essa categoria não estivesse disponível antes, mas, de acordo com o vendedor, as réplicas começaram a aparecer cada vez mais “caprichadas” e fiéis às originais.





*Reparei que a oferta dessas peças aumentava cada vez que ia buscar mercadoria em São Paulo. Seguia a indicação de outros ambulantes, mais experientes, que sabiam de lugares bons para fechar esse tipo de negócio, porque não era qualquer loja que tinha. Mas depois, visitando as outras barracas, percebia que era geral, que as bolsas de luxo de boa qualidade estavam dominando. Foi quando começou a ficar difícil ter um distribuidor fixo, porque todos vendiam boas mercadorias, explica o vendedor.*

Tomando a cópia como um meio e não como um fim, temos a oportunidade de investigar sua capacidade de legitimação cultural em uma época em que copiar é aprovar, verificar suas extensões no trabalho informal, que mais reintegra do que exclui.

No momento da venda, em Cuiabá, um dos argumentos mais forte que utiliza diz respeito aos zíperes que agora também têm gravado o nome da marca. Detalhes como o acabamento das alças, a costura firme, a utilização de cola resistente, forros no interior da bolsa, tecido cada vez mais semelhante ao couro é o que hoje conquista a clientela de Marcos. *“Aqui eu tenho uma peça completa que vale o preço que eu peço”*, comenta o vendedor ao exibir uma Dolce e Gabbana. O fato de serem cópias em momento algum desmerece a marca e muito menos o bolso do comerciante. Com produtos cada vez mais verossimilhantes aos originais, Marcos mantém uma clientela *vip* disposta a pagar valores acima do que é comumente comercializado em produtos piratas. Entre os preços, a cliente tem a opção de comprar uma bolsa Gucci por R\$150,00, assim como uma Louis Vuitton por R\$650,00. O vendedor afirma ainda não trabalhar com cartão de crédito e dificilmente parcela

as vendas em mais de duas vezes. Entre as consumidoras destacamos profissionais como dentistas, médicas, jornalistas, professoras universitárias e advogadas. A renda mensal atinge uma média de R\$ 4 mil reais. O dinheiro das bolsas é comprometido com as despesas pessoais, dos pais idosos, de sua única filha, com os investimentos mensais do negócio próprio e, recentemente, com sua previdência privada.

## 6. Considerações finais

A descrição preliminar das duas formas de comercializar bolsas de marcas famosas falsificadas mostra-nos que, além de se diferenciarem nas práticas de vendas influenciadas pelas categorias subalterno e de luxo, locais e tipo de abordagem, os dois casos implicam na formação de consumidores distintos provenientes de classes sociais que variam desde a baixa renda até as mais abastadas. O complexo universo da pirataria de luxo apresenta ainda outras estratégias e rituais a serem avaliados, como as ressignificações produzidas por essas práticas de consumo na sociedade contemporânea. Tomando a cópia como um meio e não como um fim, temos a oportunidade de investigar sua capacidade de legitimação cultural em uma época que copiar é aprovar, verificar suas extensões no trabalho informal, que mais reintegra do que exclui, e também sua potência enquanto “brecha” de um sistema que há muito não suporta a pressão de suas próprias regras, extremas e falidas. Em uma sociedade que tem, por excelência, a constante transformação de valores, padrões e opiniões, a manutenção de conceitos rígidos e unilaterais estará sempre sob ameaça de desintegração. O produto original que delimita e separa, as dinâmicas de comercialização de produtos falsificados ampliam, desdobram.

Tomamos aqui a pirataria como um deslocamento do sistema tradicional de consumo que re-significa práticas dominantes de compra, venda, distribuição, comercialização, economia e nos incita a repensar questões como a ética, classes so-





ciais, política e informalidade. Nenhuma peça está tão *fechada* a ponto dessas formas de consumo não poder transformá-la em *aberta*. A condição da cópia é cada vez mais o meio, e não o fim, servindo constantemente como “ponte”, jamais como “cerca” (Douglas; Isherwood, 2006), promove mais a

soma do que o fracionamento, viabiliza a aproximação – de coisas, pessoas, relações e universos – e não a distância. Um processo que promove muito mais inclusão social, reinvenção do consumo e novas práticas de comercialização do que exclusão, crime e imoralidade.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

APPADURAI, Arjun. Disjunção e diferença na economia global. In: Cultura Global: nacionalismo, globalização e modernidade. Mike Featherstone (org.) 3 ed. Petrópolis, Editora Vozes, 1999. Págs. 311-327.

BRANDÃO, Ludmila. *Circuitos Subalternos de Consumo: sobre cópias baratas, falsificações e quinquilharias*. Revista Comunicação, Mídia e Consumo. São Paulo, Vol. 4, N. 10, Jul. 2007.

\_\_\_\_\_. *Da tradição barroca ao shopping center: os arranjos mestiços das bancas de camelô*. In: 8avas Jornadas Andinas de Literatura Latino-americana - JALLA 2008: Latino americanismo y globalización. Santiago de Chile : CECLA - Universidade de Chile, 2008. p. 01-15.

\_\_\_\_\_. *O camelódromo e a cidade*. Revista do Programa de Pós-Graduação em Arquitetura e Urbanismo da FAUUSP, São Paulo, Vol. 16, Nº 25, 2009.

CANCLINI, N. G. *Megalópolis desconstruídas y reinventadas*. Conferência proferida no Simpósio “A invenção das cidades na América Latina”, Brasília, 2003. Cópia em Word.

CACCIAMALI, M. C. *Globalização e Processos de Informalidade*. Revista Economia e Sociedade. Campinas, V. 14, pp. 153-174, jun. 2000. Disponível em <http://tinyurl.com/6nmuny5>. Acesso em: 14 de agosto de 2009.

DOUGLAS, Mary; ISHERWOOD, Baron. *O mundo dos bens: para uma antropologia do consumo*. Trad. Plínio Dentzien. Coleção: Etnologia. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2006.

DUPAS, Gilberto. *Economia global e exclusão social*. São Paulo: Editora Paz e Terra, 2001.

FOUCAULT, Michel. *Vigiar e Punir: história da violência nas prisões*. Petrópolis, Vozes: 2009.

QUADROS, Waldir. *O encolhimento da classe média brasileira*. Carta Social e do Trabalho. Campinas, SP, n 5, pp. 6-13, setembro de 2006 – abril de 2007. Disponível em <http://tinyurl.com/c8qmkmx>.

### Referências eletrônicas

*Diretor de Tropa de Elite 2 tem estratégia contra pirataria*. Agência Estado, jan/2010. Seção Arte e Lazer. Disponível em <http://tinyurl.com/ycyj2l6>. Acesso em 10.mai.2010.

Dados da Organização para a Cooperação e o Desenvolvimento Econômico (OCDE); Site Inverta: 2009. Disponível: <http://tinyurl.com/7vmf62r>. Acesso em 05.abr.2010.

*O consumo de Produtos Piratas no Brasil*. Fecomércio-RJ/Ipsos. Disponível em: <http://tinyurl.com/26drv4w>. Acesso em: 03.dez.2010.





# SOCIAL INCLUSION IN A CEREBRAL PALSY THEMATIC NETWORK: ANALYSIS OF A COLLECTIVE BLOG

INCLUSÃO SOCIAL EM UMA REDE TEMÁTICA SOBRE PARALISIA CEREBRAL: ANÁLISE DE UM BLOG COLETIVO.

*INCLUSIÓN SOCIAL EN UNA RED TEMÁTICA SOBRE PARÁLISIS CEREBRAL: ANÁLISIS DE UN BLOG COLECTIVO*

## Regina de Oliveira Heidrich

■ Docente na Universidade Feevale, mestrado em Desenho Industrial pela Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho (1998) e doutorado em Informática na Educação pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul (2004). Coordenadora do curso de Design de 1998 a 2005. Atua como docente no mestrado de Inclusão Social e Acessibilidade. Tem experiência na área de Educação, com ênfase em Design inclusivo.

■ E-mail: [rheidrich@feevale.br](mailto:rheidrich@feevale.br)

## Sandra Portella Montardo

■ É doutora em Comunicação Social pela Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (2004). Fez Estágio de Doutorado na Université René Descartes, Paris V, Sorbonne, em Paris (2003-2004). Atualmente é professora e pesquisadora da Universidade Feevale, nos cursos de Publicidade e Propaganda, no MBA em Comunicação Estratégica e Branding, no Mestrado em Inclusão Digital e Acessibilidade e no Mestrado em Processos e Manifestações Culturais, sendo que neste último é líder da Linha de Pesquisa Linguagens e Processos Comunicacionais. É membro do Conselho Científico Deliberativo da Associação Brasileira de Pesquisadores em Cibercultura (ABCiber).

■ E-mail: [sandramontardo@feevale.br](mailto:sandramontardo@feevale.br)



## ABSTRACT

The study investigated a thematic network about cerebral palsy (CP) in a collective blog. The goal was to identify the process of social inclusion by means of online interactions. Previous studies suggest the existence of blog and photoblog networks with different types of interaction, inspired by the characteristics of the disabilities of the participants themselves. These interactions are found to promote online socialization. The study investigated online social interactions about CP in a collective blog and the consequences in terms of social inclusion. We applied the method of netnography to select and collect blog data. Social Network Analysis (SNA) was applied to analyze online interactions. The study suggests there is evidence of strong and weak social interactions in the blog.

**KEYWORDS:** SOCIAL INCLUSION; DIGITAL INCLUSION; THEMATIC NETWORK; CEREBRAL PALSY; COLLECTIVE BLOG.

## RESUMO

O estudo pesquisou uma rede temática sobre a paralisia cerebral em um blog coletivo. O objetivo foi identificar o processo de inclusão social através das interações digitais. Estudos anteriores sugerem a existência de redes de blogs e fotoblogs com diferentes tipos de interação, inspirados nas características das deficiências dos próprios participantes. Essas interações visam promover a socialização virtual. O estudo investigou as interações sociais virtuais em um blog coletivo sobre paralisia cerebral e suas consequências em termos de inclusão social. Aplicou-se o método da netnografia para selecionar e recopilar os dados do blog. A Análise de Redes Sociais foi aplicada para analisar as interações virtuais. O estudo sugere que existem evidências de interações sociais fortes e fracas no blog.

**PALAVRAS-CHAVE:** INCLUSÃO SOCIAL; INCLUSÃO DIGITAL; REDE TEMÁTICA; PARALISIA CEREBRAL; BLOG COLETIVO

## RESUMEN

El estudio investigó una red temática sobre la parálisis cerebral (PC) en un blog colectivo. El objetivo fue identificar el proceso de inclusión social a través de las interacciones en línea. El estudio investigó las interacciones sociales en línea acerca de CP en un blog colectivo y sus consecuencias en términos de inclusión social. Se aplicó el método de netnografía para seleccionar y recopilar los datos del blog. El Análisis de Redes Sociales (ARS) se aplicó para analizar las interacciones en línea. El estudio sugiere que hay evidencias de interacciones sociales fuertes y débiles en el blog.

**PALABRAS CLAVE:** INCLUSIÓN SOCIAL; INCLUSIÓN DIGITAL; RED TEMÁTICA; PARÁLISIS CEREBRAL; BLOG COLECTIVO.



## Introduction

The present study analyzed a thematic network about cerebral palsy (CP). The data for the thematic network was drawn from comments posted on a blog about CP. Projects such as the “Social inclusion via online socialization of people with special needs” assess the promotion of social inclusion (SI) of people with disabilities<sup>1</sup> and of their families in online social networks. The project aimed to identify the patterns of socialization that emerge from these networks. The achievement of social inclusion by means of digital inclusion (DI) was addressed in a study that reviewed different concepts of social inclusion and their relation with digital inclusion (Montardo & Passerino, 2007). Social inclusion is the promotion of autonomy for individuals who are at a disadvantage in relation to other social groups (Azevedo & Barros, 2004; Ladeira & Amaral, 1999; Sposati, 2006). Social inclusion is a permanent, though not necessarily continuous, process. It is a process in which people may be simultaneously included in some situations and excluded in others. Digital inclusion, in this context, may be understood as a component of social inclusion (Warschauer, 2006). It helps to promote the autonomy of its users in their search for financial independence, human development, equality, and quality of life (Sposati, 2006).

Previous studies carried out by our group analyzed thematic networks to identify processes of social inclusion of people with different types of disabilities and of their families. Montardo and Passerino (2010a) investigated online interactions associated with autism and Asperger syndrome. The authors defined three types of user interac-

tions: interactions promoting social inclusion (users who post and comment); interactions benefiting from social inclusion (readers); and interactions that were a combination of both. The blogs formed an extension of the Parents Association. Montardo (2008) investigated a social network of parents of children with Down syndrome; the interactions between the parents occurred primarily in photoblogs. The author found that pictures posted on the blog helped reveal characteristics of the disability and helped people who had met in person recognize each other. The study suggested the photoblog assisted the promotion of social inclusion of people with Down syndrome and their families. Yet another study investigated a network of blogs about hearing impairment. The blogs were managed by people with hearing impairment and by professionals who worked in the field (Montardo, 2010b). For people with disabilities, the use of information technology promotes equality with their peers; the technology can help to overcome motor and communication impairments (Heidrich, 2004).

In the present study the interactions in a blog about cerebral palsy were analyzed according to the following questions: (1) What are the patterns of socialization observed among CP patients and professionals? (2) Are the blog interactions suitable to support online socialization between users and readers? And (3) is it possible to identify a thematic network in the social network?

### 1. Cerebral palsy (CP)

The words *cerebral* and *palsy* are used to describe a health condition, a physical disability; however, for a long period of time people with CP were associated with *invalids* (Andrade as cited in Heidrich, 2004). Cerebral palsy is associated with a form of brain damage, and is characterized by difficulty in control of voluntary muscles and of movement of the body. The word *cerebral* in *cerebral palsy* refers to the brain (central nervous sys-

<sup>1</sup> According to the Brazilian Office for the Integration of People with Disabilities (Coordenadoria Nacional para Integração da Pessoa Portadora de Deficiência - CORDE), the term to be used is “person with disability”, and not “person with special needs” or “person with deficiency” because of a petition issued by people with disabilities themselves. However, the term “people with special needs” in the title of the project also refers to the elderly, which justifies its use.

Cerebral palsy is the result of a nonprogressive lesion or poor brain development that exists since childhood (...) CP is still mistaken for mental retardation despite the marked differences between the two conditions.

tem, CNS), and the word *palsy* refers to disorders of body movement. Cerebral palsy is not a disease. It is a unique medical condition that affects mostly children. Cerebral palsy may be a prenatal condition or affect children during or after birth. Most cases of cerebral palsy are caused by lack of oxygen to the brain. CP is caused by brain lesions or trauma before, during or after childbirth or, in rare cases, in the early years of childhood. According to Andrade (2006), CP is an umbrella term for several types of physical disabilities associated with body movement. A child's ability to walk and to control posture and body balance is affected by problems in the connections and communication between the brain and the muscles. CP affects only the brain but is associated with sequelae that may result in additional problems during childhood (depending on the area of the brain that is affected, and the extension and location of the lesion).

Cerebral palsy is the result of a nonprogressive lesion or poor brain development that exists since childhood. The motor dysfunction is characterized by unusual posture and movements resulting from an abnormal muscle tone. The lesion that affects the brain when it is still immature interferes with the normal motor development of the child. (Bobath, 1989, p.11).

According to Santos (2004), the incidence of cerebral palsy in developed countries is 1.5 to 2.5 per 1,000 live births. However, there are studies reporting an incidence as high as 7.0 per 100 (including all forms of CP). There is no conclusive, reliable study about the incidence of CP in Brazil. The incidence rates reported vary according to the diagnostic criteria in each study. However, it is hypothesized that Brazil has a high incidence rate of CP because of poor prenatal care services.

In early childhood, motor development is extremely accelerated. Typically-developing children quickly learn to roll on the floor, crawl, walk, run, feed themselves, and dress and undress themselves. These motor tasks require the development of manual skills and of balance. The same is true for children with CP. However, their pace of development is slower. The severity of CP may completely hinder the development of specific motor skills. CP may be associated not only with delay in motor skill development but also with severe impairment in motor development, depending on the type of brain lesion. As children with CP become more active, abnormal posture and body movement become more frequent. Motor impairment in children varies according to the type of CP. The most well-known types of CP are: quadriplegia, spastic diplegia, hemiplegia and athetosis (Bobath, 1989).

CP is still mistaken for mental retardation despite the marked differences between the two conditions. Children with cerebral palsy may present cognitive impairment and learning disabilities as a consequence of CP (Werneck, 1997). Mental retardation, however, is characterized by difficulties in social interaction; patients with moderate to severe mental retardation have learning disabilities and limitations in communication, and are often unaware of their surroundings.

Andrade (2006) described some of the impairments and disorders that result from brain damage in CP. They vary according to the severity of the lesion. Below is a brief description of the most frequent impairments and disorders that may manifest in CP:

- **Epilepsy:** Seizure or epileptic discharge of variable intensity in patients with CP; different forms of



epilepsy may occur. Epilepsy is more common during preschool years. The prognosis for CP patients indicates development of additional problems.

- **Mental retardation:** Associated with selected cases of CP. Frequently leads to misconceptions and prejudice about the potential of CP patients. It is critical to diagnose the different degrees of mental retardation in each child and to seek adequate, specialized medical follow-up.

- **Visual impairment:** In CP patients it is associated with poor eyesight, strabismus, and refraction disorders. Impairment with optimistic prognosis if diagnosed and treated at an early stage.

- **Learning impairment:** Children with CP may present learning difficulties. This does not mean that they will not be able to learn. Special education, social inclusion in regular schools, technological resources (such as computers and other electronic devices that serve as stimuli), and innovative means of communication and learning should be made available to patients.

- **Speech and eating difficulties:** As a result of brain damage, CP patients present difficulties with verbal communication and difficulties to feed themselves.

## 2. Material and methods

### Netnography applied to a collective blog

Jorn Barger coined the term “weblog” in 1997 to describe a set of Internet sites that collected and published interesting web links (Blood, 2000). Starting in 1999, the development and improvement of online publication tools have increased the popularity of weblogs and made it easier to publish and maintain sites. Knowledge of the HTML language is no longer necessary to publish and maintain Internet sites. As a result, blogs were increasingly adopted by several users, and adapted for several types of use. The tool that allows users to post comments was added some time later. Posting comments is one of the distinctive characteristics of blogs. It enables interaction between

readers and authors (Amaral, Montardo, & Recuero, 2009).

Blogs may be described as: (1) Structural blog: describes its structure, including posts and comments; (2) Functional: focuses on communicative and social functions; and (3) Cultural: focuses on the use of blogs as live storage space of human experience (Amaral et al., 2009). Blogs may be used as means to different ends. Nonetheless, blogs share the characteristic that posts and comments enable socialization between writers and readers (Bruns & Jacobs, 2007; Amaral et al., 2009).

### 3. Use of netnography to analyze blogs

Goetz and Lecompte (1988) defined ethnography as an analytical reconstruction of scenarios and cultural groups that takes into consideration the beliefs, practices, artifacts and knowledge shared by a particular culture. Ethnography delves into the subject investigated and group of study. Batzán (1995) underscores the descriptive feature of ethnographic studies, which aim to achieve a global understanding of the culture being investigated. Hine (2005) defines ethnography as systematic organization of data collected from the experience of face-to-face observation and that captures “community performance.” Goetz and Lecompte (1988) write that the recreation of the scenario and the choice of method are fundamental for the study. Anthropologist Lévi-Strauss (1975) distinguished between three stages of anthropological studies. Ethnography is the empirical instance, the first stages of research (observation, description, and field work), is followed by ethnology, which is the preliminary synthesis of data. Both ethnography and ethnology are subsumed in anthropology.

According to Hine (2005), the Internet may be understood both as a cultural context and a cultural artifact. This understanding supports the utilization of virtual ethnography to study the groups formed online. In this same vein, Schnei-



Schneider and Foot (2005) believe that the Internet is a technical stage for online actions, which have social, political and economic implications.

der and Foot (2005) believe that the Internet is a technical stage for online actions, which have social, political and economic implications.

Kozinets (2002) suggested an adaptation of ethnography, called netnography. The author also proposed the caveats and research opportunities that follow, since web groups are usually analyzed from a distance. The application of netnography methods to the study of blogs (Montardo & Passerino, 2006) in combination with social network analysis (SNA) (Montardo & Passerino, 2010a) is described elsewhere. Below is a description of the method based on netnography and SNA.

Netnography is a necessary step in the early stages of the study. It defines sample selection and data collection for the thematic network. Our search for online social networks maintained by patients with CP allowed for the discovery of communities in the Orkut social network, and of blogs. Considering that others have investigated online interactions about CP in Orkut communities (Politi, 2009), the present study investigated a collective blog. To our knowledge, blogs have not yet been investigated as an online resource for interactions about CP. This type of blog is owned by more than one person. (More than one user has administrative access.) In general, there is a common theme under discussion, which is shared by each of the bloggers. The present study investigated a blog with a thematic network about CP, and whose participants are either CP patients or knowledgeable about CP.

The blog originated from a community in the Orkut social network. The purpose of the Orkut group was to organize discussions and information about CP, and make the discussions and the information available to other people. The blog

successfully provides posts that include videos, photos, links to other sites, and tags that characterize the posts. (These tags identify testimonies from parents, teenagers, and adults with CP). The tags were a novelty, they were not found in the previous analyses of thematic networks.

The researcher posted a comment on the blog to explain the purposes of the study, and to request permission to carry out observations of the blog. A link was added which lead to our University's website and to the curricula vitae of the people involved in the project. Bloggers who gave their consent to participant in the study were emailed a copy of the study's consent to disclosure of information form.

#### 4. Results and discussion

Between December 2006 and January 2009 the blog had 36 posts and 427 comments (mean = 11.9 comments per post; maximum 25 comments for any single post). The blog is owned and maintained by 23 parents of patients with CP and four patients with CP. In our opinion, the blog shows a high level of activity due to the common interest between writers and readers.

Data was organized into posts, comments, social links, and social capital. The posts and comments were from CP patients or their parents. These posts contained personal accounts of the cause of CP in the patient. Medical malpractice during delivery was the most frequently reported cause of CP, both in Brazil and abroad. Other posts included information and suggestions about the treatments available for some of the consequences of CP (cognitive and social capital), and manifestations of sympathy and support about issues associated with CP (relational and social capital).





## The question that arises is whether the presence of a link between two blogs necessarily represents the creation of a tie?

### And if yes, what type of tie is it?

The four adults with CP who contribute to the blog wrote mostly about their social and professional lives. The discussion about social inclusion in schools is also highly frequent.

To identify online social interactions of people with CT and their families the first step was to analyze the structure of the blog. We searched for software that would allow for representation of a thematic network about autism and Asperger syndrome in the light of a perspective of social inclusion. The search results yielded systems that only identify quantitative aspects of the networks (Benkenstein, Montardo, & Passerino, 2007). These systems did not meet the needs of our study. Therefore, we investigated the origin of this type of software and assessed the limitations of theories of social network analysis (SNA) in relation to the representation and analysis of thematic networks.

Recuero (2005) evaluated the shortcomings of systems of quantitative analyses and proposed an Internet SNA model with three major components: Organization, Structure, and Dynamics. Organization is associated with the social interactions in a group. Structure relates to the results of the interactions in the group, in terms of social ties and social capital. Dynamics addresses the changes in a thematic network over time. The present study focused on the component "Structure." The evaluation of this component presupposes the analysis of social ties and social capital, since our goal was to establish a representation of the thematic networks and the types of connections that constitute them.

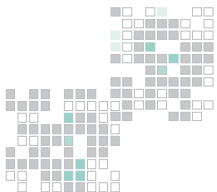
Social ties are social interactions (Recuero, 2005). These interactions may be relational (voluntary) or associative (involuntary, associated

with belonging). To investigate the process of finding employment, Granovetter (1973) recommended "The strength of the weak ties" (1973), which Barabási (2003) named one of the most influential texts about networks ever published in sociology. Granovetter showed that what happens at the macro level of sociology is associated with what happens at a micro level (individuals). Acquaintances, and not friends, were the ones who made new job recommendations.

Barabási (2003) identified in Granovetter's theory (1974) a vision of society that was constituted of small groups within which everyone knows each other. Society is formed by several connections between people within a cluster of groups of role players with strong connections between them, and these groups have weaker connections to other clusters. These weaker ties are the bridges to the outside world. In new, strange places people often obtain information from different sources instead of their closest friends (Barabási, 2003).

Granovetter (1974) defines strong ties as those that show a linear relation between time, emotional intensity, intimacy (mutual trust) and reciprocity of services for role players in the same cluster. Weaker ties are characterized by irregular interactions in terms of frequency and intensity. Weaker ties represent a strong alternative source of information and, therefore, represent an opportunity of mobility within a society.

Granovetter (1974) did not investigate online social networks. The question that arises is whether the presence of a link between two blogs necessarily represents the creation of a tie? And if yes, what type of tie is it? Drawing on Granovetter (1974), are links in a thematic network enough to characterize the relation between two blogs as



a strong tie? Since the ties between blogs may be established by more than one link between just two role players (in blogroll, in posts, and in comments), is it possible to have strong and weaker ties between the same two players in a thematic network? How to identify Granovetter's (1974) characteristics of time, emotional intensity, intensity (mutual trust) and reciprocity of services, in a thematic network?

The questions about content may be analyzed in the light of social capital, one of the areas of SNA, and a category in the model proposed by Recuero (2005). Social capital is related to connections, and is based on reciprocity and trust (Recuero, 2005). A comparison of the definitions by Putnam (2000) and Bourdieu (1983) suggested that social capital is a set of resources of a certain group, and it is acquired by sharing individual resources. Social capital may be utilized by all members of the group even if individually, and it is based on reciprocity (Recuero, 2005). The contents of messages should thus be taken into consideration.

Bertolini and Bravo (2004), as cited in Recuero (2005), defined five types of social capital: relational, normative, cognitive, trustworthy (social environment), and institutional. The types of social capital may also be grouped into first-level (relations, norms and rules, and knowledge) and second-level (trust in the social environment and presence of institutions) social capital.

In this model, social ties and social capital are part of the network structure. Latter studies by the same author investigated social capital in online social networks of different types (software, blogs, and photoblogs). Social ties, however, were not investigated. This may be due to the fact that the networks analyzed did not have a specific, common theme.

Due to the characteristic of a thematic network there are necessary adaptations in order to analyze characteristics of social inclusion (Recuero (2003) suggested that thematic networks may originate

from blogs, that is, a relationship between bloggers may be established using the tools for comments and posts in their blogs). Consequently, the investigation of a network of blogs of people with disabilities and their families presupposes identification of the context, in addition to the analysis of the content of posts and comments. That was the premise of the present study.

Following analyses of the social capital of role players in the network (posts and comments), we identified the type of social ties in the network. Our results suggested there were strong and weak ties in the network (Granovetter, 1973; 1983). The characteristics of the ties were analyzed together with the type of social capital.

We found that strong ties are established when a blog post finds resonance in the comments of others for that post. In other words, if a blogger's posts focuses on providing information (cognitive, social capital), and the feedback for the post is of the same type, there is a strong tie between blogger post and feedback. In turn, if the replies for this type of post (cognitive, social capital) are actually requests of or offers for support (relational, social capital), there is a weak tie. The opposite is also true. Posts that focus on relational, social capital and whose replies focus on the same type of information represent strong ties; if the replies focus on cognitive, social capital, there is a weak tie.

It was our hypothesis that strong ties would define social interactions that support social inclusion in the blog. However, we found that weaker ties were just as important as the strong ties. The difference lies in who is the agent of social inclusion in a thematic network (by means of posts or comments in their own blogs), and in who is the beneficiary (reader comments). These characteristics are not mutually exclusive. Relational, social capital was found predominantly in the posts by parents of people with CP. These users were also responsible for most occurrences. However, we also found instances of allocation of cognitive,



social capital; particularly in posts by people with CP. Posts with relational characteristics were predominantly about the struggle of overcoming social stigma and seeking social inclusion. The bloggers reported achievements in different fields of social life.

Our study suggests there were strong social ties in the network, which resulted from finding resonance between posts and comments. It also suggests there was some overlap between relational (voluntary) and affiliation (belonging) ties in the blog. This finding may be explained by the fact that the blog was maintained by voluntary work. The owners of the blog have the time and energy to update it, and they identify with the topics. These characteristics allow them belong to a group associated with a specific condition. The analysis of second-level social capital suggested there is trust in the social environment. This may be because the blog encouraged collective participation and comments by authors and other readers.

## Conclusions

The CP thematic network extends beyond the object of the study and is part of a larger social network (Orkut). It is possible that blogs reach more people than social networks because blogs are listed in and may be found through search engines, and do not require readers to have usernames and passwords. Consequently, a collective blog has greater potential for social inclusion. This is corroborated by finding constant updates and blogs receiving a greater number of comments. We conclude that the blog represents a thematic network since the topic of posts and comments was limited to topics associated with CP. We did not identify social stigma in the blog, but there was reference to this type of social situation. These instances were invariably followed by testimonies suggesting ways to overcome prejudice. In conclusion, blog users, by means of strong or weak ties, promoted and enjoyed social inclusion via instances of relational and cognitive social capital.

## BIBLIOGRAPHY

- ANDRADE, J. Site Defnet. Disponível na Internet em [www.defnet.org.br](http://www.defnet.org.br), capturado em outubro de 2001.
- AMARAL, A.; MONTARDO, S. P.; RECUERO, R. *Blogs.com: estudos sobre blogs e comunicação*. São Paulo: Momento Editorial, 2009.
- BARABÁSI, A.-L. *Linked*. How everything is connected to everything else and what it means for Business, Science, and everyday life. Cambridge: Plume, 2003.
- BAZTÁN, A. *Etnografía: metodología cualitativa en la investigación sociocultural*. Barcelona: Boixareu Universitária, 1995.
- BENKENSTEIN, A.; MONTARDO, S. P.; PASSERINO, L. Análise das redes sociais em Blogs de Pessoas com Necessidades Especiais (PNE). *Revista Novas Tecnologias na Educação (RENOTE)*. Porto Alegre: UFRGS, v. 5, n. 2, dez. 2007. Disponível em: <<http://www.cinted.ufrgs.br/renote/dez2007/artigos/6hLilianaPasserino.pdf>>. Acesso em: 5 out. 2008.
- BERTOLINI, S.; BRAVO, G. *Social capital, a multidimensional concept*. [S.l.], 2004. Disponível em <<http://www.ex.ac.uk/shipss/politics/research/socialcapital/other/bertolini.pdf>>. Acesso em: 10 out. 2008.

- BLOOD, R. *The weblog handbook*. Cambridge, MA: Perseus Publishing, 2002.
- BOURDIEU, P. *The forms of capital*. Goettingen: Otto Schartz & Co., 1983.
- BOBATH, Berta e BOBATH, Karel. *Desenvolvimento motor nos diferentes tipos de paralisia cerebral*. Editora Manole, 1989.
- BOBATH, Berta e BOBATH, Karel. *A deficiência motora em pacientes com paralisia cerebral*. Editora Manole, 1989.
- BOBATH, Berta. *Atividade postural reflexa anormal causada por lesões cerebrais*. 2. ed. São Paulo, SP: Manole, 1978. 132 p.
- BREIGER, R. The Duality of Persons and Groups. In: *Social Forces*, vol 53, n. 2, p.181- 190, dez. 1974.
- BRUNS, A.; JACOBS, J. *Uses of blogs*. New York: Peter Lang, 2007.
- CORIAT, Lydia. *Escritos da Criança*. In: Revista do Centro Lydia Coriat. Porto Alegre, nº 4, 1996. 96p.
- GOETZ, J. P.; LECOMPTE, M. *Etnografía y diseño cualitativo en investigación educativa*. Madri: Morata, 1988.
- GRANOVETTER, M. The strenght of weak ties: a network theory revis-

ited. In: *Sociological Theory*, New Jersey, v. 1, p. 201-233, 1983.

\_\_\_\_\_. *La fuerza de los vínculos débiles* (1974). Disponível em: <<http://www.ucm.es/info/pecar/Articulos/GRANOVETTER2.pdf>>. Acesso em: 12 jan. 2008.

\_\_\_\_\_. The strenght of weak ties. *American Journal of Sociology*, Chicago, v. 78, n. 6, p. 1360-1380, 1973.

HEIDRICH, Regina O. *Análise de processo de inclusão escolar de alunos com paralisia cerebral utilizando as tecnologias de informação e comunicação*. Porto Alegre: UFRGS, 2004. Tese (Doutorado em Informática na Educação), Faculdade de Educação, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, 2004.

HINE, C. (Ed.). *Virtual methods: issues in social research on the internet*. Oxford: Berg, 2005.

KOZINETZ, R. *The field behind the screen: using Netnography for marketing research in online communities*. [S.l.], 2002. Disponível em: <<http://www.marketingpower.com/content18255.php>>. Acesso em: 09 out. 2008.

Kuban K, Leviton A. Cerebral palsy. *The New England Journal of Medicine*. 1994; 330:188-195

LIMA, A. L. C.; FONSECA, F. L. *Paralisia Cerebral*. Belo Horizonte: Guanabara Koogan, 2004.

Lévi-Strauss, C. *Antropologia estrutural I*. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1975.

LEVITT, Sophie. *O tratamento da paralisia cerebral e do retardo motor*. 3ª edição, 2001. Ed. Manole.

MONTARDO, Sandra Portella; PASSERINO, Liliana Maria. Implicações de Redes Temáticas em blogs na Análise de Redes Sociais (ARS): estudo de caso de blogs sobre Autismo e Síndrome de Asperger. *Revista Interface. Comunicação, Saúde, Educação*. Botucatu, vol. 14, no. 35, p. 921-931, dez. 2010a. Disponível em: <<http://www.interface.org.br>>. Acesso em: 18 dez. 2010.

MONTARDO, Sandra Portella. Redes temáticas na web e biossociabilidade on-line. *Revista FAMECOS*. Porto Alegre, vol. 18, no. 3, p. 295-303, set/dez.2010b. Disponível em: <http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/article/viewFile/8197/5886>. Acesso em: 05 jan. 2011.

MONTARDO, Sandra Portella. Fotos que fazem falar. Desafios metodológicos para análise de redes temáticas em fotologs. Dossiê ABCiber. *Revista FAMECOS*. Porto Alegre, vol. 3, no. 37, p. 75-84, dez, 2008. Disponível em: <<http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/article/viewFile/4803/3607>>. Acesso em: 18 dez. 2010.

MONTARDO, Sandra Portella; PASSERINO, Liliana. Inclusão social via acessibilidade digital: proposta de inclusão digital para Pessoas com Necessidades Especiais (PNE). *e-compós*-Revista eletrônica da COMPÓS - Associação Brasileira de Pesquisadores em Ciberultura, Brasília, COMPÓS, v. 8, abr. 2007. Disponível em: <[http://www.compos.org.br/ecompos/adm/documentos/ecompos08\\_abril2007\\_passerino\\_montardo.pdf](http://www.compos.org.br/ecompos/adm/documentos/ecompos08_abril2007_passerino_montardo.pdf)>. Acesso em: 10 out. 2008.

MONTARDO, Sandra Portella; PASSERINO, Liliana. Estudo dos blogs a partir da netnografia: possibilidades e limitações. *Revista Novas Tecnologias na Educação (RENOTE)*. Porto Alegre, UFRGS, v. 4, n. 2, dez. 2006. Disponível em: <<http://www.cinted.ufrgs.br/renote/dez2006/artigosrenote/25065.pdf>>. Acesso em: 10 out. 2008.

Nelson KB, Leviton A. *How much of neonatal encephalopathy is due to birth asphyxia?* Am J Dis Child. 1994;145(11):1325-1331

POLITI, Beatriz Helena Laranja. Sociabilidade de Pessoas com Paralisia Cerebral Através da Comunicação Mediada por Computador. Porto Alegre: UFRGS, 2009. *Trabalho de Conclusão de Curso*, Especialização em Tecnologias da Informação para Educadores do Programa de Pós-Graduação do Centro Interdisciplinar de Novas Tecnologias da Educação, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, 2009.

PUTNAM, R. D. *Bowling alone*. The collapse and revival of American community. New York: Simon and Schuster, 2000.

RECUERO, Raquel. Comunidades virtuais em redes sociais: uma proposta de estudo. *e-compós*-Revista eletrônica da COMPÓS - Associação Brasileira de Pesquisadores em Ciberultura, Brasília: COMPÓS, v. 4, dez. 2005. Disponível em: <http://www.compos.org.br/seer/index.php/ecompos/article/viewFile/57/57>. Acesso em: 05 out. 2008.

\_\_\_\_\_. Weblogs, webrings e comunidades virtuais (2003). Disponível em <http://www.pontomidia.com.br/raquel>. Acesso em 25 out. 2007.

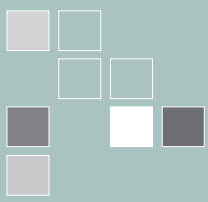
SANTOS, G. C. *Programa de atividades psicomotoras de percepção corporal em crianças com hemiplegia na APAE de uma cidade da Serra Gaúcha*. Novo Hamburgo: 2004. Monografia do Curso de Fisioterapia, APAE de Caxias do Sul.

SCHNEIDER, S.; FOOT, K. In: HINE, C. (Org.). *Web sphere analysis: An approach to studying online action*. *Virtual methods*. Issues in social research on the internet. Oxford: Berg, 2005.

TILLEY, Alvin R. Henry Drefuss Associates. *As medidas do homem e da mulher* - fatores humanos em design. São Paulo: Editora Bookman, 2005.

WERNECK, Claudia. *Ninguém mais vai ser bonzinho, na sociedade inclusiva*. Rio de Janeiro: WVA, 1997.





# INVESTIGACIÓN LATINOAMERICANA EN COMUNICACIÓN. ESTUDIO BIBLIOMÉ- TRICO DE REVISTAS CIENTÍFICAS

*PESQUISA LATINO-AMERICANA EM COMUNICAÇÃO: ESTUDO  
BIBLIOMÉTRICO DE REVISTAS CIENTÍFICAS*

LATIN-AMERICAN RESEARCH IN COMMUNICATION. BIBLIOME-  
TRIC STUDY OF SCIENTIFIC JOURNALS

## Antonio Castillo Esparcia

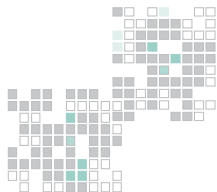
■ Doctor en Comunicación por la Universidad Autónoma de Barcelona, España. Profesor en la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de Málaga, España. Director del Máster Oficial Gestión Estratégica e Innovación en Comunicación. Director del Instituto de Investigación en Relaciones Públicas. Presidente de la Asociación de Investigadores en Relaciones Públicas. ■ E-mail: [acastilloe@uma.es](mailto:acastilloe@uma.es)

## Ana Almansa Martínez

■ Doctora en Comunicación y profesora en la Facultad de Ciencias de la Comunicación e la Universida de Málaga, España. Su línea de investigación son los gabinetes de comunicación, la comunicación política y la aplicación de las nuevas tecnologías a la comunicación. Autora de libros, capítulos de libros y diversos artículos para periódicos científicos. ■ E-mail: [anaalmansa@uma.es](mailto:anaalmansa@uma.es)

## Alejandro Álvarez Nobell

■ Doctorando en Dirección Estratégica de la Comunicación. Máster en Gestión Estratégica e Innovación en Comunicación (Málaga, España). Docente e Investigador de la Universidad San Jorge (Zaragoza, España). Profesor de Posgrado en Universidades de Málaga, Cádiz y Córdoba (Argentina). Integrante de redes académicas y profesionales en comunicación (RAIC, SLCS, AE-IC; FISEC, CPRP, IIRP) y coordinador del Observatorio Universitario de Medios UOM (Argentina). ■ E-mail: [aalvareznobell@gmail.com](mailto:aalvareznobell@gmail.com)





## RESUMEN

Los científicos necesitan de la difusión de sus investigaciones para poder informar de los resultados de sus estudios a la sociedad y a la propia comunidad científica. Para ello se recurre a reuniones científicas (congresos o reuniones de investigadores) y a las revistas científicas. Este trabajo va analizar las principales revistas de comunicación de América latina, España y Portugal a partir de una selección de las publicaciones incluidas en el sistema Latindex que mayor número de indicadores cumplen. Se han analizado los años 2009 y 2010 con el estudio de las variables números autores por artículo y género de los autores. El resultado han sido 466 artículos analizados de un total de 11 revistas de comunicación.

**PALABRAS CLAVE:** BIBLIOMETRÍA; REVISTAS CIENTÍFICAS; INVESTIGACIÓN.

## RESUMO

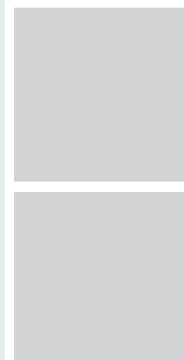
Os cientistas precisam da difusão de suas pesquisa para poder informar os resultados de seus estudos à sociedade e à própria comunidade científica. Para isso, recorre-se a reuniões científicas (congressos ou reuniões de pesquisadores) e às revistas científicas. Este trabalho busca analisar as principais revistas de Comunicação da América Latina, Espanha e Portugal, a partir de uma seleção das publicações incluídas no sistema Latindex, que cumprem o maior número de indicadores. O estudo foi realizado nos anos de 2009 e 2010, com a análise das variáveis de números de autores por artigo e gênero dos autores. Foram analisados 466 artigos de um total de 11 revistas de Comunicação.

**PALAVRAS-CHAVE:** BIBLIOMETRIA; REVISTAS CIENTÍFICAS; PESQUISA.

## ABSTRACT

Scientists need to disseminate their research and report the results of their studies to society and to the scientific community. This happens in scientific meetings (conferences or meetings of scholars) and scientific journals. This paper analyzes the major scientific journals of Communication in Latin America, Spain and Portugal, from a selection of publications which meet the greatest number of indicators in the Latindex system. We analyzed the years 2009 and 2010. The variables were the number of authors per article and the gender of the authors. 466 articles were analyzed out of a total of 11 Communication scientific journals.

**KEYWORDS:** BIBLIOMETRICS; SCIENTIFIC JOURNAL; RESEARCH.



## Introducción

Las primeras apelaciones a realizar estudios sobre el impacto de las revistas como consecuencia de la importancia que le confieren por propios investigadores datan de los años 20. Son postulados que pretenden introducir determinados conceptos como son la relevancia de los artículos, la influencia de los textos entre los investigadores o la mejora del conocimiento de una disciplina. Así Gross y Gross (1927) señalaron la necesidad de que los artículos científicos podían medir su influencia a partir de las citas de otros autores. Y eso suponía un criterio inicial de calidad científica que era otorgado por los propios pares al considerar que la investigación era relevante para una disciplina y que mejoraba su conocimiento.

Sin embargo, la génesis de las revistas científicas tiene lugar en el siglo XVII como consecuencia de la elaboración de publicaciones periódicas sobre las aportaciones científicas de los investigadores a raíz de la consolidación de las academias científicas (Castillo y Carretón, 2010, p.293-295).

Las principales leyes bibliométricas son:

1. Ley de crecimiento exponencial. La pregunta de investigación de De Solla Price consistía en conocer la naturaleza de los artículos científicos en el ámbito mundial. Desde la perspectiva de los autores, De Solla Price (1965, p.515) señala que las publicaciones científicas se centran en unos pocos cientos de hombres (“from a study of the citations or journals by journals i come to the conclusion that most of these strips correspond to the work, of, at most, a few hundred men at any one time”). Para De Solla Price se produce una multiplicación cada 10-15 años

2. Ley de productividad de los autores. Lotka señaló que la relación entre trabajos e investigadores se desarrollan de una manera constante. Trata de localizar los autores más productivos. Ya en la década de los años 20, Lotka se planteaba esta cuestión al señalar que “it would be of interest to determine, if possible, the part which men of different calibre

contribute to the progress os scienc” (1926, p.317). Este estudio se realizó sobre las publicaciones en Resúmenes Químicos (“Chemical abstracts”) en el período 1907-1916. Se constata que a medida que aumenta el número de trabajo disminuye el número de autores.

3. Ley de dispersión de la literatura científica. Formulada por Bradford establece que si consultamos literatura especializada sobre un tema determinado, encontramos que la mayor parte de trabajos sobre él se encuentran publicados en un pequeño número de revistas, denominado núcleo.

## El factor de impacto

El principal instrumento de estructuración de las revistas y de la repercusión entre los investigadores es el factor de impacto. Según Garfield (2003, p.363) el factor de impacto y otros índices bibliométricos son utilizados en la actualidad, en la mayoría de los países, para evaluar la investigación científica: proyectos de investigación, revistas, artículos, investigadores e instituciones.

Sin embargo, los conflictos bélicos condicionaron sobremanera la expansión de los estudios al respecto. De ahí, que hasta mediados de los años 50 no se comience a realizar de una manera sistemática estudios bibliométricos. Esta disciplina se basa en la necesidad de que los investigadores reconozcan la labor investigadora de otras personas por lo que el aspecto esencial de la bibliometría es la citación, entendido como el reconocimiento intelectual de una investigación no sólo realizada sino publicada. Este es un elemento caudal para poder entender el panorama actual de la investigación ya que no sólo es importante realizar investigaciones sino que éstas deben estar a disposición de la comunidad científica, es decir, debe ser publicada. Eso ha llevado a que se establezcan mecanismos de conocimiento de las investigaciones mediante libro o revistas. La investigación se centra esencialmente en las revistas por lo que se establecen un listado de revistas que son más relevantes en un determinado campo





(...) una revista que sea citada por sus cartas al director, editoriales o recensiones aumentará en mayor proporción su índice de impacto y eso favorece a las principales revistas.

de conocimiento. Por tanto, un primer aspecto que debe tenerse presente en la investigación son las bases de datos que se encuentran a disposición de los investigadores. Las bases son numerosas y sería pertinente establecer una jerarquía entre ellas porque numerosas factores determinan su presencia intelectual entre los investigadores como pueden ser:

- política científica de los países al primar unos índices frente a otros
- la política editorial que se inserta las grandes bases de datos de revistas
- la preponderancia de bases de datos de determinados ámbitos geográficos frente a otros
- la escasa presencia de determinados idiomas en algunas bases de datos
- la escasa actividad e iniciativa de revistas para ser incluidas en las bases de datos

El JCR señala que su función es diseñar herramientas cuantitativas para clasificar, evaluar, categorizar y comparara revistas científicas. Una de esas herramientas es el factor de impacto que mide “the frequency with which the “average article” in a journal has been cited in a particular year or period”. The annual *JCR* impact factor is a ratio between citations and recent citable items published. Thus, the impact factor of a journal is calculated by dividing the number of current year citations to the source items published in that journal during the previous two years”. El factor de impacto de una revista determinada se calcula cada año (ej., 2008). Para ello se cuentan las citas que reciben durante dicho año (2008) todos los documentos publicados en la revista en los dos años anteriores (ej. 2007 y 2006). El número total de citas es el numerador. Acto seguido, se cuentan todos los “ítems citables”

publicados en la revista en dichos años (2007 y 2006) y ya tenemos el denominador. El factor de impacto se calcula dividiendo el numerador entre el denominador.

$$\text{Factor de impacto (2008)} = \frac{\text{Citas en 2008 a documentos publicados en 2007 y 2006}}{\text{Ítems citables publicados en 2007 y 2006}}$$

Un aspecto importante es que el numerador cuantifica todas las citas que reciben los documentos publicados en las revistas (artículos, cartas al director, recensiones, editoriales) y el denominador incluye exclusivamente los artículos y las revisiones. Por tanto, una revista que sea citada por sus cartas al director, editoriales o recensiones aumentará en mayor proporción su índice de impacto y eso favorece a las principales revistas. Por otra parte, para el cálculo del factor de impacto se cuentan tanto las citas que provienen de otras revistas como las que aparecen en artículos publicados en la propia revista (autocitas de la revista). Igualmente, se cuentan las citas que realizan los investigadores a sus propios artículos (autocitas). A su vez, los editores de las revistas se sirven de determinadas acciones para incrementar el factor de impacto. Las más usuales son:

- publicación de revisiones
  - publicar artículos polémicos o debates científicos que atraigan a los investigadores
  - publicar notas breve o investigaciones cortas que no sean contemplados por el ISI en el denominador
  - que los revisores recomienden determinadas publicaciones personales o de revistas en las revisiones de los artículos
  - los editores recomiendan que se cite los artículos de sus revistas en otras publicaciones internacionales.
- Los más usuales indicadores bibliométricos son:



a) Indicadores de producción. Se centran en el recuento de las publicaciones. Miden el número de revistas, la productividad científica (de autores, de países, de instituciones. Puede medir el índice de producción (cantidad de autores que son responsables del 50% de los trabajos) y el índice de transitoriedad (número de trabajos que tienen un solo autor).

b) Indicadores de circulación. Su función es la de medir la presencia de trabajos científicos en bases de datos bibliográficas. Los principales indicadores son: número de trabajos circulantes (cantidad de trabajos indexados), índice de circulación (cociente del número de trabajos circulantes y la totalidad de los trabajos publicados por una revista en un periodo de tiempo) e índice de productividad circulante (logaritmo del número de trabajos circulantes).

c) Indicadores de visibilidad e impacto. Estrictamente se basa en el recuento de las citas que recibe un trabajo científico durante un periodo de tiempo o a partir de una revista.

d) Indicadores de colaboración. Intenta analizar el grado de colaboración entre los investigadores y se centra en las autorías. Para ello se ha recurrido al número de investigadores, el género y la procedencia de los investigadores (académica/profesional). Fernández Quijada (2008, p.3), citando a Masip, señala que la procedencia de los autores que publicaron entre 1994 y 2004 en las 35 revistas incluidas en la sección de comunicación del JCR era estadounidense en un 66,89%.

e) De la lengua que se utilizan en las revistas seleccionadas. El uso del idioma español ha sido muy escaso en las revistas del ISI lo que se haya planteado desde la década de los 80 que sea un sistema válido de evaluación de la actividad científica. Según un estudio de Rudolfodegil (1996, p.272) en 1994 se registraron en el SCI 963 publicaciones en español contenidas en un total de 12 revistas y en el SSCI 279 publicaciones contenidas en 23. No es sólo una cuestión del espa-

ñol sino que otras lenguas también tienen dificultades frente a la hegemonía del inglés<sup>1</sup>. Van Leeuwen et al. (2001, p. 345), señalan que una parte significativa de los textos contienen publicaciones de su propio idioma, especialmente en publicaciones de Alemania, Francia y Suiza. Garfield ha señalado que el idioma científico de nuestra época es el inglés “Publishing in English is an indicator that the publisher recognizes that the maximum number of readers can be reached with English” (2003, p. 368), ya que “At this stage in history English has become the lingua franca of science and commerce. At another time it was German or Latin (2003, p. 369).

Para Castillo y Carretón la bibliometría se ha insertado plenamente en el quehacer de los investigadores en comunicación y desempeña un apartado que afecta a diversos ámbitos de las publicaciones científicas:

*(...)los estudios bibliométricos permiten conocer los ámbitos en los que se desarrollan las temáticas de un campo científico, conocer las tendencias de las investigaciones, identificar a los grupos de investigación (investigadores) que están trabajando, verificar el grado de interconexiones internacionales entre investigaciones<sup>4</sup>, la relación entre género, entre investigadores, los sistemas de citas de otras publicaciones, las autocitas de las publicaciones, las autocitas de los investigadores, los centros de investigación en los que se realizan (educativos, profesionales, investigadores). Es decir, todo un conjunto de parámetros que permiten establecer un panorama del estudio de la investigación en un campo concreto (Castillo y Corretón, 2010, p.293).*

<sup>1</sup> Según Yitzhaki (1998: 253) “English language scholars tend to cite English language sources almost exclusively”. Park y Leydesdorff (2008: 1) han remarcado el centralismo del foco norteamericano en los journals (“US-centric focus”) incluso afirman la dificultad de que las revistas norteamericanas citen artículos de revistas europeas.

## El Sistema Latindex

El sistema de publicaciones científicas en el contexto latinoamericano encontró un espacio propio en Latindex cuya idea surgió en 1995 en la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM) y se convirtió en una red de cooperación regional a partir de 1997.

Esa gran preponderancia de bases de datos y de revistas científicas del contexto anglosajón incitó a la elaboración de espacios científicos de revistas seriadas para encontrar un acomodo a aquellas publicaciones y países con subrepresentación. El propio documento Fundacional de 1995 de Latindex planteaba los siguientes argumentos para su creación:

Las publicaciones científicas producidas en América Latina son poco conocidas y escasamente consultadas, a pesar de la relevancia que puedan tener los trabajos publicados en ellas.

- Las publicaciones científicas latinoamericanas, en particular las escritas en español y portugués, están subrepresentadas en los índices y bancos de datos internacionales producidos en los países desarrollados, y en tiempos recientes esta representación ha disminuido aún más.

- Las publicaciones científicas latinoamericanas son de baja circulación, prácticamente no llegan a las bibliotecas de países fuera de la región y la mayoría no están compiladas en ningún sistema de información, por lo que son de difícil acceso.

- Se ha extendido la práctica de evaluar las revistas científicas por su inclusión en los índices y específicamente por su 'factor de impacto' definido por el SCI en base a las citas recibidas, al margen de otros indicadores de calidad.

- Existen en América Latina una diversidad de bases de datos bibliográficas parciales, de carácter nacional o sub-regional, que en algunos casos implican lagunas o redundancias.

En el sistema Latindex, las principales revistas en comunicación, según grado de cumplimiento de los indicadores establecidos por el sistema, se centran en dos países como Brasil y España (v. tabla 1). Siguien-

do el grado de cumplimiento nos encontramos con que las revistas que son referencia para los autores determinan un núcleo de 46 revistas.

Si atendemos a la procedencia de la revista los principales países son España y Brasil que cuentan con 17 y 15 revistas respectivamente. Eso significa que conjuntamente entre los dos países reúnen al 69% de las revistas que mayor número de indicadores cumplen (España un 36,95% y Brasil un 32.6%).

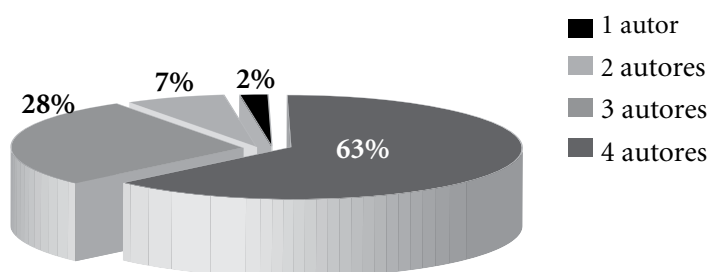
## Metodología

Se ha realizado una investigación centrada en los indicadores de producción de una selección de revistas de Latindex que cumplen con el mayor grado de indicadores. La muestra se componen de 11 revistas y la técnica ha sido el análisis de contenido a partir de una serie de variables de tipo cuantitativo y cualitativo. En este congreso se van a presentar los resultados del análisis de dos variables como son el número de autores por artículo y el género de los autores.

Se han analizado un total de 466 artículos entre todas las revistas correspondientes a los años 2009 (252 artículos) y 2010 (214 artículos). Todo ello nos va a permitir avanzar en el panorama de la investigación en comunicación en América Latina, España y Portugal.

En el año 2009 las revistas analizadas nos muestran una media de autores baja que oscilan entre un número máximo de 2 autores (Revista Quórum y Revista Informação & Sociedade) y un mínimo de 1 autor por artículo (matrizes, Fisec-estrategias). Para el conjunto de las revistas analizadas en el año 2009 se nos muestra una media de 1,45 autores por artículo en las revistas analizadas.

GRAFICO 1- NÚMERO DE AUTORES 2009



**TABLA 1 - PRINCIPALES REVISTAS DE COMUNICACIÓN (LATINDEX)**

| NOMBRE                                                                                                     | PAÍS        | INDICADORES CUMPLIDOS |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------|-----------------------|
| Revista Latina de Comunicación Social                                                                      | España      | 36                    |
| Hologramática (Lomas de Zamora)                                                                            | Argentina   | 35                    |
| Informação & Sociedade                                                                                     | Brasil      | 34                    |
| Cuadernos de información - Facultad de Comunicaciones. Pontificia Universidad Católica de Chile (En línea) | Chile       | 34                    |
| Fisec – estrategias                                                                                        | Argentina   | 34                    |
| Comunicación y Sociedad                                                                                    | España      | 33                    |
| Intercom - Revista Brasileira de Ciências da Comunicação (Online)                                          | Brasil      | 33                    |
| Estudios sobre el mensaje periodístico                                                                     | España      | 33                    |
| Comunicar. Revista Científica Iberoamericana de Comunicación y Educación                                   | España      | 33                    |
| Cuadernos de información - Facultad de Comunicaciones. Pontificia Universidad Católica de Chile (Impresa)  | Chile       | 33                    |
| Matrizes (Impreso)                                                                                         | Brasil      | 33                    |
| Matrizes (Online)                                                                                          | Brasil      | 33                    |
| Quórum Académico. Revista especializada en temas de la comunicación y la información                       | Venezuela   | 32                    |
| Intercom - Revista Brasileira de Ciências da Comunicação (Impreso)                                         | Brasil      | 32                    |
| Revista FAMECOS: mídia, cultura e tecnologia (Impreso)                                                     | Brasil      | 32                    |
| Doxa Comunicación                                                                                          | España      | 32                    |
| Comunicação & Sociedade (Online)                                                                           | Brasil      | 32                    |
| CIC. Cuadernos de información y comunicación                                                               | España      | 32                    |
| Brazilian Journal of Information Science                                                                   | Brasil      | 32                    |
| Analisi. Quaderns de Comunicacio i Cultura                                                                 | España      | 31                    |
| ZER. Revista de estudios de comunicación                                                                   | España      | 31                    |
| Revista FAMECOS : mídia, cultura e tecnologia (Online)                                                     | Brasil      | 31                    |
| Perspectivas em Ciência da Informação (Online)                                                             | Brasil      | 31                    |
| Pensar la publicidad. Revista internacional de investigaciones publicitarias                               | España      | 31                    |
| Revista de Comunicación (Piura)                                                                            | Perú        | 31                    |
| Questiones publicitarias. Revista internacional de comunicación y publicidad                               | España      | 31                    |
| Brazilian Journalism Research                                                                              | Brasil      | 30                    |
| Cenários da Comunicação (Impreso)                                                                          | Brasil      | 30                    |
| Razón y palabra                                                                                            | México      | 30                    |
| Ciência da Informação (Online)                                                                             | Brasil      | 30                    |
| Historia y comunicación social                                                                             | España      | 30                    |
| Comunicação, Mídia e Consumo (Impreso)                                                                     | Brasil      | 29                    |
| Temas de Comunicación                                                                                      | Venezuela   | 29                    |
| Vivat Academia                                                                                             | España      | 29                    |
| La trama de la comunicación                                                                                | Argentina   | 28                    |
| Icono 14                                                                                                   | España      | 28                    |
| Global media journal en español                                                                            | México      | 28                    |
| Simbiosis: Revista electrónica de ciencias de la información                                               | Puerto Rico | 28                    |
| Ámbitos. Revista Internacional de Comunicación                                                             | España      | 28                    |
| Revista Internacional de Folkcomunicação                                                                   | Brasil      | 28                    |
| F@ro (Valparaíso. En línea)                                                                                | Chile       | 27                    |
| Apertura (Impresa)                                                                                         | México      | 27                    |
| Telos                                                                                                      | España      | 27                    |
| I/C. Información y Documentación                                                                           | España      | 26                    |
| Comunicação e Sociedade                                                                                    | Portugal    | 26                    |
| Trípodos                                                                                                   | España      | 25                    |



Por lo que respecta a los porcentajes encontramos que el 63% de los artículos analizados están escritos por un autor, el 28% están escritos por dos autores, un 7% por tres autores y un 2% por cuatro autores. Eso implica que el trabajo de los investigadores que publican en las revistas de comunicación analizadas se basa en estudios realizados en una actividad individual con un escasísimo grado de colaboración.

En el año 2010 las revistas analizadas mantienen la media del número de autores en comparación con el año anterior. La revista que cuenta con un mayor incremento del número de autores es Comunicar que pasa de una media de 1,5 autores en el año 2009 a una media de 2,34 autores en el año 2010. Con relación a la media del conjunto de revistas encontramos una media de 1,61 autores por artículo frente al 1,45 autores del año 2009.

Cuando entre los indicadores bibliométricos se incluye en análisis de los autores se están extrayendo una serie de datos que influyen en determinados ámbitos como puede ser el contexto de colaboración entre los investigadores y el grado de estudios conjuntos para valorar el peso específico de las respectivas revistas en la aportación de los investigadores:

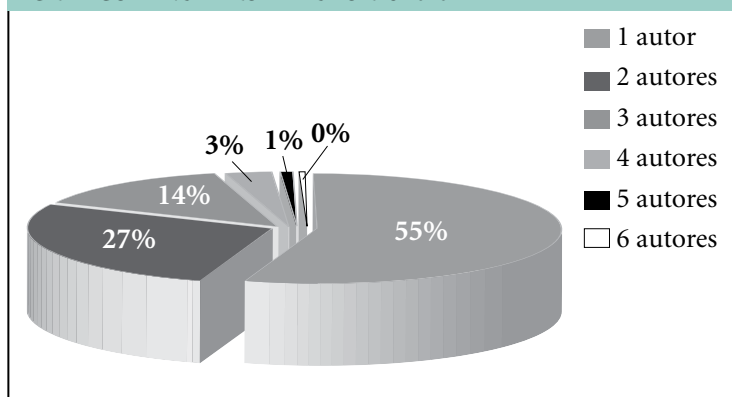
- El contexto de colaboración es un elemento esencial para conocer el grado de apertura entre los investigadores en un campo de conocimiento. La realización de investigaciones individuales es un aspecto cada vez menor frecuente y los textos científicos colaborativos marcan la tendencia en los ámbitos de las publicaciones científicas. La colaboración se puede producir entre investigadores de un mismo centro, entre investigadores de un mismo país y entre investigadores de varios países.
- Por lo que respecta al peso específico del número de investigadores sobre la valoración de los autores en los textos científicos cabe señalar que

es un número significativo puesto que determinado el número medio de investigadores en una publicación o en un campo científico. Todo lo que sea exceder esa media conlleva que el mérito se debe distribuir entre todos los investigadores. En este sentido, los criterios de valoración que realizan organismos de evaluación a partir de la aportación de los investigadores infravaloren a aquellas investigaciones que poseen una media de autores por encima de la media de la revista o del campo científico. Así, a modo de ejemplo, en el análisis de las revistas de comunicación analizadas la interpretación supondría que aquellos artículos en los que participan los investigadores y que se encuentren en la media (1,45 en 2009 y 1,61 autores en 2010) pueden obtener la

**TABLA 2 - REVISTAS ANALIZADAS**

|                                                                          | PAÍS      | INDICADORES LATINDEX CUMPLIDOS |
|--------------------------------------------------------------------------|-----------|--------------------------------|
| Revista Latina de Comunicación Social                                    | ESPAÑA    | 36                             |
| Informação & Sociedade                                                   | BRASIL    | 34                             |
| Fisec – estrategias                                                      | ARGENTINA | 34                             |
| Matrizes                                                                 | BRASIL    | 33                             |
| Estudios sobre el mensaje periodístico                                   | ESPAÑA    | 33                             |
| Cuadernos de información                                                 | CHILE     | 33                             |
| Comunicar. Revista Científica Iberoamericana de Comunicación y Educación | ESPAÑA    | 33                             |
| Revista FAMECOS                                                          | BRASIL    | 32                             |
| Quórum Académico                                                         | VENEZUELA | 32                             |
| Intercom - Revista Brasileira de Ciências da Comunicação                 | BRASIL    | 32                             |
| Doxa Comunicación                                                        | ESPAÑA    | 32                             |

**GRAFICO 2 - NÚMERO DE AUTORES 2010**



**TABLA 3 - NÚMERO DE AUTORES (2009)**

| Nº DE AUTORES                                                            | 1  | 2  | 3 | 4 | MEDIA |
|--------------------------------------------------------------------------|----|----|---|---|-------|
| Revista Latina de Comunicación Social                                    | 46 | 21 | 9 | 2 | 1,57  |
| Revista FAMECOS                                                          | 27 | 22 | 1 | 0 | 1,48  |
| Quórum Académico                                                         | 2  | 0  | 0 | 1 | 2     |
| Matrizes                                                                 | 12 | 0  | 0 | 0 | 1     |
| Intercom - Revista Brasileira de Ciências da Comunicação                 | 8  | 3  | 0 | 1 | 1,5   |
| Informação & Sociedade                                                   | 3  | 5  | 3 | 0 | 2     |
| Fisec – estratégias                                                      | 8  | 0  | 0 | 0 | 1     |
| Estudios sobre el mensaje periodístico                                   | 26 | 3  | 0 | 0 | 1,1   |
| Doxa Comunicación                                                        | 7  | 7  | 1 | 1 | 1,43  |
| Cuadernos de información                                                 | 8  | 7  | 0 | 0 | 1,46  |
| Comunicar. Revista Científica Iberoamericana de Comunicación y Educación | 12 | 3  | 3 | 0 | 1,5   |

máxima puntuación. Por el contrario, los textos que cuentan con medias de investigadores por encima de esa cifra (por ejemplo a partir de cuatro autores) verán ese mérito reducido en valoración por la concurrencia de excesivos investigadores.

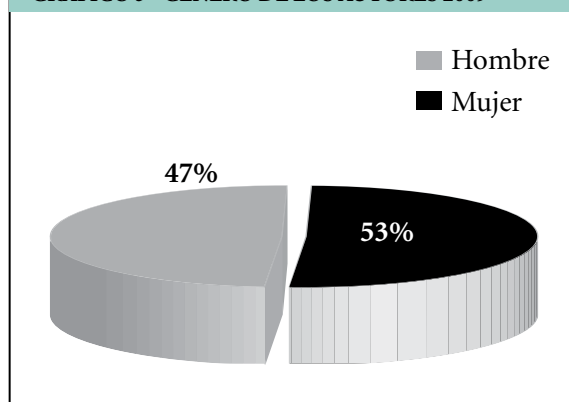
Cuando observamos el número de autores de los números de las revistas analizadas en el año 2010 podemos señalar que el porcentaje de textos individuales se ha reducido en ocho puntos respecto del año anterior (de 63% a 55%). Por el contrario el porcentaje de textos con dos autores se mantiene y au-

mento el porcentaje de artículos con tres autores que pasa del 7% en 2009 al 14% en 2010.

### El género de los autores

Una de las variables de esta investigación consiste en conocer el grado de presencia de hombres y mujeres en los artículos científicos. Tal como se observa en la Tabla 5 aparecen más investigadoras que investigadores en las revistas Famecos (+4), Intercom (+2), Informação & Sociedade (+8), Doxa Comunicación (+4) y Comunicar (+5).

**GRAFICO 3 - GÉNERO DE LOS AUTORES 2009**



**TABLA 4 - NÚMERO DE AUTORES (2010)**

| Nº DE AUTORES                                                            | 1  | 2  | 3  | 4 | 5 | 6 | MEDIA |
|--------------------------------------------------------------------------|----|----|----|---|---|---|-------|
| Revista Latina de Comunicación Social                                    | 23 | 10 | 8  | 2 | 0 | 0 | 1,74  |
| Revista FAMECOS                                                          | 9  | 13 | 1  | 1 | 0 | 0 | 1,75  |
| Quórum Académico                                                         | 3  | 3  | 1  | 0 | 0 | 0 | 1,42  |
| Matrizes                                                                 | 11 | 1  | 0  | 0 | 0 | 0 | 1,08  |
| Intercom - Revista Brasileira de Ciências da Comunicação                 | 19 | 3  | 1  | 0 | 0 | 1 | 1,41  |
| Informação & Sociedade                                                   | 3  | 4  | 1  | 1 | 0 | 0 | 2     |
| Fisec – estratégias                                                      | 16 | 5  | 1  | 2 | 2 | 0 | 1,8   |
| Estudios sobre el mensaje periodístico                                   | 16 | 5  | 3  | 1 | 0 | 0 | 1,56  |
| Doxa Comunicación                                                        | 7  | 4  | 2  | 0 | 0 | 0 | 1,38  |
| Cuadernos de información                                                 | 7  | 1  | 0  | 0 | 0 | 0 | 1,28  |
| Comunicar. Revista Científica Iberoamericana de Comunicación y Educación | 3  | 9  | 11 | 0 | 0 | 0 | 2,34  |

Siguiendo el análisis del año 2009 por porcentajes, los hombres suponen el 53% de los investigadores que han participado en los artículos analizados (grafico 3).

Por lo que respecta al año 2010, las mujeres participan más en Famecos (+6), Quórum Académico (+4), Informação & Sociedade (+8), Fisec-Estrategias (+16) y Comunicar (+2) (tabla 6).

Sobre el porcentaje de participación se ha invertido el orden entre hombres y mujeres. Así las mujeres suponen un porcenta-



GRAFICO 4 - GÉNERO DE LOS AUTORES 2010

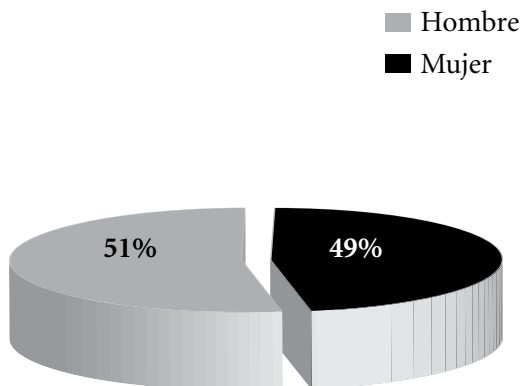


TABLA 5 - GÉNERO DE LOS AUTORES (2009)

|                                                                          | Hombre | Mujer |
|--------------------------------------------------------------------------|--------|-------|
| Revista Latina de Comunicación Social                                    | 69     | 54    |
| Revista FAMECOS                                                          | 35     | 39    |
| Quórum Académico                                                         | 4      | 2     |
| Matrizes                                                                 | 11     | 1     |
| Intercom - Revista Brasileira de Ciências da Comunicação                 | 8      | 10    |
| Informação & Sociedade                                                   | 7      | 15    |
| Fisec – estratégias                                                      | 4      | 4     |
| Estudios sobre el mensaje periodístico                                   | 25     | 7     |
| Doxa Comunicación                                                        | 12     | 16    |
| Cuadernos de información                                                 | 13     | 9     |
| Comunicar. Revista Científica Iberoamericana de Comunicación y Educación | 11     | 16    |

je del 51% de los autores lo que supone un incremento de cuatro puntos porcentuales respecto del año 2009 (grafico 4).

Sería conveniente que en posteriores estudios se confirmase esta tendencia en la mayor participación de las mujeres en el número total de investigadores en las publicaciones científicas.

## Conclusiones

En el marco de las revistas científicas integradas en el Catálogo de Latinex imperan las revistas editadas desde España y Brasil. Entre los dos países reúnen el 69% de las mejores publicaciones en el contexto hispano-portugués en el campo de la comunicación.

El aspecto colaborativo de los investigadores en comunicación es una tarea pendiente debido a que la mayoría de los artículos científicos han sido realizados por un único investigador. Eso rompe con la tendencia a la colaboración, con la realización de estudios interdisciplinarios y con el poco aprovechamiento de una comunidad científica cada vez más globalizada. En este sentido,

TABLA 6 - GÉNERO DE LOS AUTORES (2010)

|                                                                          | Hombre | Mujer |
|--------------------------------------------------------------------------|--------|-------|
| Revista Latina de Comunicación Social                                    | 38     | 37    |
| Revista FAMECOS                                                          | 18     | 24    |
| Quórum Académico                                                         | 4      | 8     |
| Matrizes                                                                 | 7      | 6     |
| Intercom - Revista Brasileira de Ciências da Comunicação                 | 22     | 12    |
| Informação & Sociedade                                                   | 5      | 13    |
| Fisec – estratégias                                                      | 15     | 31    |
| Estudios sobre el mensaje periodístico                                   | 22     | 18    |
| Doxa Comunicación                                                        | 14     | 7     |
| Cuadernos de información                                                 | 6      | 3     |
| Comunicar. Revista Científica Iberoamericana de Comunicación y Educación | 26     | 28    |

en las revistas analizadas en el año 2009, el 63% de los artículos estaban firmados por un solo autor y en el año 2010 ese porcentaje bajaba al 55% de los textos. Habrá que estudiar si es un hecho pasajero o es una tendencia en la investigación. En este sentido, para Castillo y Carretón (2010, p.296) existe una marcada presencia de textos individuales en las revistas científicas.

Por lo que respecta al género de los investigadores se observa una marcada bipolaridad entre hombres y mujeres con una tendencia al incremento de la participación de las mujeres en las investigaciones.





## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- CASTILLO, A. y Carretón, M.C.: *Investigación en comunicación*. Estudio bibliométrico de las revistas de comunicación en España, In: *Revista Comunicación y Sociedad*, Vol. XXIII, Núm. 2, 2010: 289-327.
- DE SOLLA PRICE, D.J., *Networks of Scientific Papers*. The pattern of bibliographic references indicates the nature of the scientific research front, In: *Science*, 149, July, 30, 1965: 510-515.
- FERNÁNDEZ QUIJADA, D.: *Revistas científicas e índices de impacto*. A propósito de "Hacer saber", In: *Revista Área Abierta* nº 20. Universitat Autònoma de Barcelona, 2008: 1-10.
- GARFIELD, E.: *The Agony and the Ecstasy*. The History and Meaning of the Journal Impact Factor, International Congress on Peer Review And Biomedical Publication, Chicago, 16 September 2005.
- GARFIELD E.: *Long-term vs short-term journal impact: does it matter?* In: *Scientist*, 1998, 12:10-12.
- GARFIELD, E.: *How can impact factors be improved?* In: *British Medical Journal*, 1996, 313: 411-413.
- GARFIELD, Eugene: *The meaning of the Impact Factor*, In: *Revista Internacional de Psicología Clínica y de la Salud/International Journal of Clinical and Health Psychology*, 2003, Vol. 3, No 2: 363-369.
- GROSS PLK, GROSS EM.: *College libraries and chemical education*. In: *Science* 1927, 66: 385-389.
- LOTKA, A., *The frequency distribution of scientific productivity*, In: *Journal of the Washington Academy of Sciences*, vol. 16, nº 12, 19 junio, 1926: 317-323.
- PRITCHARD, A. (1969): *Statistical Bibliography or Bibliometrics?* In: *Journal of Documentation*, 1969, vol. 25, n.º 4: 348-349.
- PARK, H. W., & LEYDESDORF, L. (2008): *Knowledge linkage structures in communication studies using citation analysis among communication journals*, In: *Scientometrics*, 2008, Vol. 75, No. 3: 439-462
- VAN LEEUWEN, T y al.: *Language biases in the coverage of the Science Citation Index and its consequences for international comparisons of national research performance*, In: *Scientometrics*, Vol. 51, No. 1 (2001) 335-346.
- YITZHAKI, M.: *The 'language preference' in sociology*: Measures of 'language self-citation,' 'relative own-language preference indicator,' and 'mutual use of languages', In: *Scientometrics*, 1998, 41(1-2): 243-254



# CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN



A comunidade científica latino-americana possui extensa e rica produção científica na área de comunicação, que necessita ser divulgada em espaço democrático e possibilite a troca e o debate de idéias. Lançada em outubro de 2004, durante o VII Congresso Latinoamericano de Ciencias de la Comunicación em La Plata, Argentina, a *Revista Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación* propõe-se a atender esta necessidade, promovendo a difusão, democratização e o fortalecimento da Escola Latino-americana de Comunicação, contribuindo para o desenvolvimento integral da sociedade e ampliando o diálogo com a comunidade acadêmica mundial.

Os exemplares estão disponíveis online no site:  
<http://alaic.net/revistaalaic/>





# MEDIAÇÃO DO COMUNICADOR ORGANIZACIONAL COM COMUNIDADES: EXERCÍCIO PROFISSIONAL SOB UM OLHAR AMPLIADO

LA MEDIACIÓN DEL COMUNICADOR ORGANIZACIONAL CON LA COMUNIDADE: LA PRÁCTICA SOB UNA MIRADA EXTENDIDA

*MEDIATION OF AN ORGANIZATIONAL COMMUNICATION PROFESSIONAL WITH COMMUNITIES: PROFESSIONAL ACTIVITY IN A BROAD PERSPECTIVE*

## Fabia Pereira Lima

■ Professora do Departamento de Comunicação Social da UFMG. Doutoranda em Ciências da Comunicação na ECA-USP. Pesquisadora do grupo de pesquisa “Comunicação no contexto organizacional: aspectos teórico-conceituais” (PUC-Minas/CNPq). Publicou capítulos em obras de comunicação organizacional e verbetes na Enciclopédia Intercom de Comunicação.

■ E-mail: [fabialima@gmail.com](mailto:fabialima@gmail.com)

## Ivone de Lourdes Oliveira

■ Professora do Mestrado da Faculdade de Comunicação e Artes da PUC/MG. Doutora em Comunicação e Cultura (UFRJ). Publicações: O que é comunicação estratégica nas organizações? (coautora) Interfaces e tendências da comunicação no contexto das organizações e Propostas Conceituais para a Comunicação no Contexto Organizacional (coorganizadora).

■ E-mail: [ivonedelourdeso@yahoo.com.br](mailto:ivonedelourdeso@yahoo.com.br)

## Luisa Silva Monteiro

■ Mestranda em Comunicação Social no programa Interações Midiáticas da PUC Minas. Trabalha com educação a distância há cinco anos, atuando como tutora de cursos de especialização em comunicação da PUC Minas Virtual e também como produtora do Grupo de Teatro Maria Cutia.

■ E-mail: [luisacomunicacao@gmail.com](mailto:luisacomunicacao@gmail.com)





## RESUMO

O artigo traz reflexões sobre a mediação promovida pelo profissional de comunicação de uma organização quando atua na relação com comunidades. A partir da análise de dados de pesquisa empírica sobre a relação entre uma grande empresa do setor de mineração e duas comunidades no Brasil, o texto aponta os limites impostos pela dinâmica de seu trabalho, bem como defende uma abordagem em que são valorizados aspectos subjetivos que podem reconfigurar sua atuação, exigindo transformações, portanto, no que se refere também ao ensino da comunicação organizacional.

**PALAVRAS-CHAVE:** MEDIAÇÃO; COMUNICADOR ORGANIZACIONAL; ANÁLISE CRÍTICA DO DISCURSO.

## RESUMEN

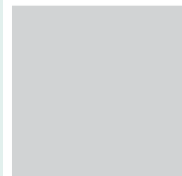
El texto presenta reflexiones sobre la mediación realizada por profesionales de comunicación social en el interior de una empresa en contextos de su interacción con la comunidad. Desde el análisis de datos de una investigación empírica sobre la relación entre una gran empresa del sector de mineración y dos pueblos, en Brasil, el texto apunta los límites constituidos por la dinámica del trabajo del profesional de comunicación, así como defiende un punto de vista donde son valorados aspectos subjetivos que pueden reconfigurar su actuación, exigiendo transformaciones, incluso en la enseñanza de la comunicación organizacional.

**PALABRAS CLAVE:** MEDIACIÓN; COMUNICADOR ORGANIZACIONAL; ANALISIS CRÍTICA DEL DISCURSO.

## ABSTRACT

This article reflects on mediation promoted by a communication professional of an organization when working with communities. From the analysis of empirical data on the relationship between a big company in the mining sector and two communities in Brazil, the text points to the limits imposed by the dynamics of their work. It also advocates an approach in which subjective aspects are valued, as they may reconfigure their work, demanding, therefore, changes that also consider the teaching of organizational communication.

**KEYWORDS:** MEDIATION; ORGANIZATIONAL COMMUNICATOR; CRITICAL DISCOURSE ANALYSIS.



## 1. Introdução

Este artigo tem como objetivo refletir sobre a mediação do profissional de comunicação na relação entre organização e comunidades, apontando os limites impostos pela dinâmica de seu trabalho, bem como defendendo uma abordagem em que são valorizados aspectos subjetivos que podem reconfigurar sua atuação – exigindo transformações, portanto, no que se refere ao ensino da comunicação.

O trabalho constitui-se em um desdobramento da pesquisa “Perspectiva processual da comunicação no contexto das organizações” financiada pelo Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico – CNPq e desenvolvida no período de 2009 e 2010 que teve por objetivo captar os movimentos comunicacionais abandonando perspectivas lineares de compreensão do fenômeno de comunicação e se propondo a investigar, além da organização, a instância da recepção. O objeto empírico foi a relação entre a Vale e duas comunidades impactadas pela atividade da Mina de Capão Xavier, situada no município de Nova Lima, Brasil. Nas análises da pesquisa em questão, o comunicador organizacional emergiu como figura central na estruturação da relação estabelecida.

## 2. Da abordagem teórica

A evolução histórica das relações estabelecidas entre os atores no ambiente das organizações contribui para a reconfiguração contínua da natureza de suas interações, uma vez que a transformação do contexto social, histórico e cultural se dá por meio das e nas interações, levando dessa forma à atualização da dinâmica de relacionamento. Por um lado, as empresas são cobradas em relação às suas responsabilidades frente à sociedade e passam a destinar parte de seus investimentos para o atendimento de demandas sociais. Para isso, precisam criar critérios e mecanismos estruturados capazes não apenas de organizar e avaliar a relevância da demanda de seus interlocutores como também viabilizar a gestão de seus recursos, destinando-os às áreas de maior prioridade estraté-

gica. Por outro lado, as comunidades estão cada vez mais aptas a se articularem com outros interlocutores, o que, consequentemente, leva à maior influência na vida das organizações, a partir de um posicionamento ativo diante delas.

Essa situação nos indica que empresas e comunidades têm expectativas e exigências mútuas e interdependentes, de postura, de discurso e de atuação, que se apresentam de forma cada vez mais estruturada e definida. Todavia, essa definição não é algo pronto e dado, é construída nos processos de negociação entre os atores, ou seja, forja-se nas práticas comunicativas que estabelecem. Nesse sentido, torna-se importante pensar os processos comunicacionais a partir de uma reflexão teórica que reconheça a comunicação como construção e disputa de sentidos. Essa perspectiva compreende os interlocutores comunicacionais como

*forças que, a partir de seus lugares socioculturais, de suas competências (linguísticas, psíquicas, interpretativas, fisiológicas etc.), disputam os sentidos postos em movimento no processo comunicacional, (re)construindo-os* (Baldissera, 2010, p.201-202).

Assim, se antes as organizações acreditavam que era possível controlar os diferentes processos a partir de ações e estratégias de comunicação, hoje a complexidade que caracteriza a sociedade se reflete também nos ambientes organizacionais, levando à maior aceitação quanto à inevitabilidade dos tensionamentos que marcam a relação com seus interlocutores. Percebe-se que existe uma crescente movimentação dos interlocutores no que diz respeito à produção de sua comunicação e à influência na vida das organizações, fazendo com que estas precisem lidar com estímulos, sobretudo aqueles não esperados, não previstos. Dessa forma, o diálogo que se estabelece entre os interlocutores é outro, fundando novos regimes interacionais.

Isso demonstra que a interação no contexto das organizações se dá no embate de forças que acontece



Assim, mais do que ser o que os sujeitos dizem,  
a comunicação é o processo que permite com  
que os interlocutores se constituam socialmente.

a partir de uma problemática comum – o que envolve posições e condutas dos diversos atores sociais envolvidos, refletindo em suas práticas discursivas. O que significa que qualquer interação, por mais harmoniosa que seja, envolve sempre um processo de disputa de sentidos. Mas estes processos, pelo mesmo motivo, tornam-se mais evidentes quando a problemática em questão é conflituosa, exigindo um posicionamento mais expressivo entre as partes.

Na tentativa de apreender esta dinâmica comunicacional, tomou-se como referência uma perspectiva relacional da comunicação, que propõe analisar a mútua afetação que sofrem as instâncias da emissão, recepção e circulação. Assim, entende-se a comunicação como processo social que coloca sujeitos em relação para que, a partir de seus discursos, produzam sentidos. Esse processo é sempre contextualizado social e historicamente. Como complementa França e Maia (2003, p.199) “(...) estudar a comunicação é estudar a relação entre os sujeitos interlocutores; a construção conjunta de sentidos, no âmbito de trocas simbólicas, mediadas por diferentes dispositivos – uma prática viva que reconfigura seus elementos e reconfigura o social”.

Nessa mesma direção, Quèrè (1991) esclarece que a comunicação constitui um espaço que permeia a vida coletiva, possibilitando transformações tanto da cultura, quanto dos sentidos das práticas sociais. Assim, mais do que ser o que os sujeitos dizem, a comunicação é o processo que permite com que os interlocutores se constituam socialmente. Percebe-se nesse movimento a relevância das práticas discursivas, na medida em que este processo de transformação passa pelo âmbito da linguagem.

As práticas discursivas, como indica Fairclough (2001), envolvem não somente o texto, mas suas condições de produção, circulação, apropriação e

seus desdobramentos, variando assim conforme o contexto. Nesse sentido, elas se tornam elementos fundamentais para a análise comunicacional que se propõe a apreender o movimento da interação. Como complementa Lima,

*a comunicação está materializada nos discursos dos interlocutores que trazem impressas marcas do contexto em que a interação se dá, características dos interlocutores e da própria relação* (2008, p. 118).

Por isso, entender as práticas discursivas no contexto das organizações implica em ir além do que elas dizem em suas mensagens (e dos meios pelos quais dizem) para compreender a relação em sua complexidade. Ou seja, considerar os elementos que constituem a relação e como se afetam mutuamente: discursos, contextos, posições e interesses dos interlocutores, motivação do encontro e interações econômicas, sociais, culturais e políticas. Diante disso, pode-se problematizar o exercício do profissional de comunicação de mediar os processos interacionais, afinal, a interação não se dá (somente) a partir do que é dito, mas da relação que os atores estabelecem para dar sentidos às ações da organização. Este entendimento exige, portanto, uma reconfiguração do modo como compreendemos, ensinamos e trabalhamos o fenômeno comunicativo no âmbito organizacional.

### 3. Da perspectiva metodológica

O percurso metodológico partiu de revisão bibliográfica que integrou estudos não apenas do campo da comunicação como das ciências sociais e dos estudos de linguagem para, posteriormente, realizar o trabalho de campo. Este contemplou entrevistas em profundidade e grupos de discussão com



## A partir daí surge uma pergunta: até que ponto é possível estabelecer interações negociadas entre atores com objetivos e demandas divergentes?

os atores: profissional de comunicação da Vale, moradores do bairro Jardim Canadá e do Condomínio Monte Verde e representante do poder público de Nova Lima. Além disso, recorreu-se a dados secundários disponíveis no site da empresa.

A análise crítica de discurso (ACD) proposta por Fairclough (2001, 2003) se mostrou consonante com os pressupostos teórico-conceituais orientadores desta investigação. A ACD entende a linguagem como prática social, um modo de ação historicamente situado, socialmente construído, constitutivo de identidades e relações sociais. Sua perspectiva permitiu a articulação entre o ponto de vista teórico utilizado e a empiria, já que o autor trabalha com o método tridimensional que analisa três dimensões do discurso: texto, prática discursiva e prática social, evidenciando sua relação dialética.

O percurso metodológico adotado considera a interpretação articulada pela análise textual com processos discursivos e com processos sociais mais amplos, em contextos organizacionais. Assim, buscou-se perceber como os interlocutores usam o discurso para elaborar sua identidade, sua relação com o outro e sua realidade social, de forma ampliada.

### 4. Da análise dos discursos: um olhar sobre a mediação do comunicador

A partir da seleção de textos coletados em entrevistas e grupos de discussão, foi possível perceber a complexidade da relação estabelecida entre a Vale e os moradores do bairro Jardim Canadá e do Condomínio Jardim Monte Verde, que se configura por um forte tensionamento. Esta tensão se torna mais perceptível nos discursos das comunidades devido aos impactos da atuação da empresa na exploração da Mina de Capão Xavier.

Para promover e gerenciar seus relacionamentos com as comunidades, a Vale conta com uma estrutura específica, no setor de comunicação composto por vários profissionais. Cabe a um analista de comunicação a função de intermediar *in loco* tal relação, estabelecendo contato direto entre a empresa e os moradores das comunidades em questão.

A natureza do relacionamento é conflituosa devido às diferenças de interesse entre os atores. Isso configura outra dificuldade para o profissional de comunicação, que é pressionado tanto pela organização quanto pela comunidade. Essa situação nos leva a problematizar o papel do profissional de comunicação que lida com relacionamento com comunidades. A partir daí surge uma pergunta: até que ponto é possível estabelecer interações negociadas entre atores com objetivos e demandas divergentes? Torna-se evidente que, neste caso, a mediação é um processo que envolve diálogos, disputas, argumentações, compartilhamentos e contra propostas.

Barros Filho e Belizário (2007) defendem a impossibilidade do profissional de comunicação organizacional (ou, mais especificamente, de Relações Públicas) construir sua identidade em torno justamente do conflito de interesses, como mediador de relações conflituosas, ora atuando em prol dos interesses organizacionais, ora atuando em prol dos interesses de seus interlocutores.

*Nas empresas, ele é a voz dos públicos. Leva demandas às instâncias decisórias, mas também toma decisões de modo a atentar a empresa para seus compromissos. (...) Para os públicos, ele, com sua voz e poder de ação dentro das organizações, abre canais, garante a transparência e a abundância de informações (Barros Filho e Belizário, 2007, p.105).*





A pesquisa nos indica caminhos para perceber o exercício da mediação do profissional de comunicação. Os estudos tradicionais que abordam as funções e papéis do comunicador estão relacionados, em sua maioria, com as práticas profissionais, ou seja, se voltam para a importância do aspecto informacional e da elaboração de instrumentos para promover a comunicação de forma eficiente. No entanto, outra perspectiva de análise – a que é aqui adotada – deve propor-se a investigar a atuação do comunicador em comunidades a partir de uma dimensão interacional. Isto significa percebê-lo inserido numa teia de relações, entendendo sua dinâmica de mútua afetação e sua posição na relação em uma perspectiva não somente comunicacional, mas também política. Na medida em que a organização interfere na vida das pessoas, a demanda por contatos, trocas e respostas se amplia e o profissional, para representar a empresa, tem que se posicionar, o que evidencia os limites de sua atuação.

O exercício da mediação pelo profissional se configura como uma das principais características do processo comunicacional analisado, definindo muitas vezes as percepções dos moradores em relação à atuação da empresa. Por isso, a mediação foi escolhida como uma das categorias de análise do discurso para o desvelamento da relação em estudo. No entanto, no caso pesquisado, identifica-se que não é dado a este profissional a autonomia e o poder de decisão para lidar e resolver as situações que se apresentam a ele. Em decorrência de sua posição como representante da Vale, sua função confunde-se com o papel da organização porque a personifica. Mas, contraditoriamente, ele não tem poderes para agir em seu nome. A ausência do poder do profissional de comunicação se torna perceptível para as comunidades, dificultando a relação e gerando desconfiças e falta de credibilidade, o que reflete diretamente na imagem da empresa.

Esta questão esteve presente em vários textos coletados nas comunidades, evidenciando o incômodo de lidar e negociar com profissionais que não

possuem poder de decisão. Percebe-se que isso gera na comunidade um sentimento de desvalorização e desrespeito em relação à empresa.

*A relação conosco é péssima. Tudo bem, a despeito de quem vem fazer reunião serem sempre pessoas educadas, de bom nível, são pessoas que não têm nenhum poder decisório. Isso eu acho que é um grande pecado nosso, aceitar reunião a esse nível (depoimento de um morador do condomínio Monte Verde).*

*O problema do profissional da Vale é o que eu te falo, é o nível hierárquico dele lá dentro. Ele não tem poder de decisão. Se fosse te falar de uma ordem, ele é da categoria lá embaixo, é o primeiro, o contato. Então eu acho assim, que um erro grande nosso é com quem falar (depoimento de um morador do condomínio Monte Verde).*

Nestes discursos, nota-se que a comunidade tem clareza que a relação é negociada. Porém, o que a incomoda é a ausência do poder do profissional de comunicação, que impossibilita a resolução do problema, uma vez que ele tem de levar as propostas para a análise de um superior. Uma interação negociada pressupõe diálogo como caminho para alcançar o entendimento e pressupõe capacidades dos atores de ouvir, argumentar e decidir. No caso estudado, a ausência de poder de decisão compromete a relação. A demanda por uma negociação que realmente se efetive, demonstra que as comunidades esperam processos de comunicação dialógicos e considerem suas perspectivas.

Outro ponto importante observado, a partir do discurso do profissional de comunicação é que, apesar de não poder acatar determinada solicitação porque contraria os objetivos e políticas da empresa, ele estimula a entrega de projetos, por parte da comunidade, mesmo sabendo que estes não serão aprovados. Foi o caso do projeto de construção de uma igreja católica no bairro. Apesar da política da empresa em não apoiar financeiramente projetos



de caráter religioso, o profissional se vê com dificuldades para negar de modo aberto e definitivo a demanda da comunidade e, ao receber o projeto, o comunicador gera expectativas positivas e isto se torna um ponto de conflito na relação. O profissional acreditava que a iniciativa de receber o projeto era uma forma de mostrar que a empresa está aberta às demandas comunitárias e, assim, fomentar possibilidades de outras interações. No entanto, esta posição adiou a resposta negativa e fortaleceu a imagem de impotência do comunicador. Como consequência, criou-se uma situação que realça ainda mais as ambiguidades do cargo e a insatisfação da comunidade com a demora de respostas.

*Recebi uma solicitação essa semana pra Vale dar apoio a um projeto de construção de igreja. Aqui internamente, eu tenho uma orientação de não apoiar projetos religiosos. Se eu der uma resposta dessa pra comunidade, ela vai me ver a 80 quilômetros de distância. Se a gente não fizer uma obra dessa, vamos ter um problema com a comunidade em geral, porque a visão deles não é a construção de uma igreja, mas de um espaço da comunidade, que eles sentem falta. Eles já pediram isso na prefeitura, já pediram em vários pontos. Eu não vejo nada que faça com que minha resposta seja diferente de um não. Mas, até hoje, tem três dias, eu não consigo elaborar uma resposta (depoimento do profissional de comunicação).*

A frase “Eu não vejo nada que faça com que minha resposta seja diferente de um não” indica que o profissional sabe que sua resposta é um não, mas sabe também que não pode dizê-la diretamente à comunidade: “Mas, até hoje, tem três dias, eu não consigo elaborar uma resposta”. Este discurso aponta a existência do jogo entre aquilo que pode e aquilo não pode ser dito na relação. Os conflitos existem nas interações, assim como a impossibilidade de que todas as demandas sejam atendidas. Além disso, as interações são sustentadas por interesses, estes manifestados a partir da negociação e da disputa de sentidos que se

constituem como uma disputa simbólica de poder. Assim, muitas vezes, o ato de revelar os interesses, intenções e informações – que se apresentam como instrumentos de poder – pode significar a possibilidade de perdê-lo. Por outro lado, não revelar pode também gerar desconfiança, causando o mesmo efeito.

Na interação pesquisada, essa situação camufla, por um lado, a falta de poder do profissional que, apesar de saber das suas impossibilidades, deixa subtendido que pode resolver a questão colocada pela comunidade. Por outro, fica claro que a comunidade se sente desprestigiada e desrespeitada pelo constante protelar por parte da organização e do profissional. Logo, esse jogo no qual a falta de poder de decisão por vezes funciona como estratégia da organização, ao invés de fortalecer tal poder velado, o enfraquece perante a comunidade, mascarando o valor de transparência defendido pela empresa. O profissional tenta se posicionar como transparente, mas sua atitude não sustenta isso.

Para a Vale, a questão da transparência é algo que se mostra relevante, fazendo parte de seu discurso institucional. É mencionada, por exemplo, no detalhamento da política de desenvolvimento sustentável: “Garantir transparência quanto às políticas, procedimentos, práticas e desempenho da empresa em relação aos aspectos sociais, ambientais, econômicos e de governança junto às partes interessadas globalmente.” (VALE, 2010). Além disso, é considerado um valor, juntamente com a ética:

*Representam o nosso comportamento como organização. Agimos com integridade, respeitamos as leis, os princípios morais e as regras do bem proceder referendadas e aceitas pela coletividade, e comunicamos nossas políticas e resultados de forma clara. (VALE, 2010).*

Quando se analisa a atividade do profissional, nota-se que, em algumas situações, a transparência não pôde ser transformada em ação. No exemplo citado, caso o profissional agisse de acordo com o princípio da transparência, ele deveria



A análise empreendida sobre a mediação do profissional de comunicação parece indicar que talvez as novas configurações sociais estejam exigindo deste uma atuação (e um estudo sobre ela) que não se paute pela busca da neutralidade.

dizer o não e explicar o motivo, mas, por receio de revelar – ou seja, deixar transparecer – sua verdadeira orientação estratégica e interesses, ele busca alternativas muitas vezes não condizentes a esse princípio para conduzir a situação. A análise empreendida sobre a mediação do profissional de comunicação parece indicar que talvez as novas configurações sociais estejam exigindo deste uma atuação (e um estudo sobre ela) que não se paute pela busca da neutralidade, numa tentativa irreal de apagar as marcas dos tensionamentos da relação. Pelo contrário, o estudo parece apontar que, mesmo em bases de instabilidade e divergência de interesses, podem instaurar-se relações mais francas e dialógicas entre as organizações e seus interlocutores.

## 5. Considerações finais

A análise crítica do discurso, tal como proposta por Fairclough (2001), nos indica caminhos para compreender a amplitude do processo comunicacional nos ambientes organizacionais, na perspectiva da interação negociada. Ou seja, ajuda-nos a entender a relação sob a ótica dos grupos envolvidos, seu poder manifesto e a interpretação dos sentidos a partir das realidades e contextos de cada um.

A combinação entre texto, prática discursiva e prática social contribuiu para que marcas de conflitos e ambiguidades características da relação investigada emergissem, evidenciando a complexidade do papel do profissional de comunicação, já que realça componentes políticos, culturais e sociais de sua atuação. A análise demonstra como o exercício da mediação é relevante para a organização e a construção de sua imagem, na medida em que a atuação do profissional é um reflexo da organização na sociedade. Ao mesmo tempo, toda

ação desenvolvida pelo profissional nas comunidades se volta para a organização, pois configura a percepção dada à empresa.

Fica claro que o profissional que estabelece a mediação desempenha dois papéis que se tensionam. Primeiro, o de representar a organização, divulgando (e fazendo valer) suas políticas e apresentando suas demandas. E, segundo, o de ouvir e intermediar as expectativas apresentadas pela comunidade. Cada um desses papéis, por sua complexidade, gera tensões em diferentes âmbitos, que interferem na fluência da relação. Muitas vezes, as orientações organizacionais sobre o encaminhamento de determinada situação não condizem com as necessidades que emergem no processo interacional, em determinado momento.

O estudo nos mostrou ainda que o papel desempenhado pelo profissional é de significativa relevância para a condução do processo relacional estabelecido entre a Vale e as comunidades, mas, no entanto, a empresa não lhe dá autonomia para cumpri-lo. O profissional se vê, em alguns momentos, cerceado pelas políticas e condições estruturais da organização, o que lhe força a estabelecer contatos, ao invés de relacionamentos fortalecidos pelo diálogo e pela troca.

A partir da metodologia utilizada de ACD que clarificou, ao longo da pesquisa, os componentes ideológicos, políticos e sociais dos discursos, pode-se problematizar a formação dada ao profissional, tanto na universidade quanto nos cursos de treinamento elaborados por empresas ou entidades. Será que a preocupação com a instrumentalização voltada para eficiência e eficácia da comunicação não minimiza a complexidade da relação? Como as estratégias comunicacionais podem ser pensadas considerando a lógica das relações entre



os atores, em seus esforços de imprimir sentidos à realidade? Como considerar as práticas discursivas nas lógicas interacionais e seus impactos na reconfiguração da interação?

Um dos desafios do profissional nesta relação é lidar com as divergências, negociando demandas e expectativas dos atores envolvidos, sem se pautar apenas pela cobrança de resultados mensuráveis,

por parte da empresa. É importante salientar para o perigo de parametrizar um processo relacional a fim de medi-lo apenas quantitativamente. Mais importante, parece-nos, é desenvolver e estimular nos profissionais de comunicação a sensibilidade e a intuição para entender as dimensões subjetivas do outro, nos processos comunicacionais que estabelecem no contexto organizacional.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BALDISSERA, Rudimar. A complexidade dos processos comunicacionais e interação nas organizações. In: MARCHIORI, Marlene (org). *Faças da cultura e da comunicação organizacional*. Volume 2. São Caetano do Sul: Difusão Editora, 2010, p.199-213.

BARROS FILHO, Clóvis; BELIZÁRIO, Fernanda Branco. O enigma sistêmico das relações públicas como expressão da fragilidade de sua doutrina. In: BARROS FILHO, Clóvis (org). *Ética e Comunicação Organizacional*. São Paulo: Paulus, 2007.

FAIRCLOUGH, Norman. *Discurso e mudança social*. Brasília: Editora UnB, 2001.

FAIRCLOUGH, Norman. *Analysing Discourse: textual analysis for social research*. New York: Routledge, 2003.

FRANÇA, Vera V.; MAIA, Rousiley. A comunicação e a conformação de uma abordagem comunicacional dos fenômenos. In: LOPES, Maria Immacolata V. (org). *Epistemologia da Comunicação*. São Paulo: Loyola, 2003, p.187-203.

LIMA, Fábria Pereira. Possíveis contribuições do paradigma relacional para o estudo da comunicação no contexto organizacional. 2008. IN: OLIVEIRA, Ivone de L. e SOARES, Ana Thereza Nogueira (Org.). *Interfaces e tendências da comunicação no contexto das organizações*. São Caetano do Sul [SP]: Difusão, 2008.

QUERÉ, Louis. *D'un modèle épistémologique de la communication à un modèle praxéologique*. Paris: Réseaux, n° 46-47, 1991.

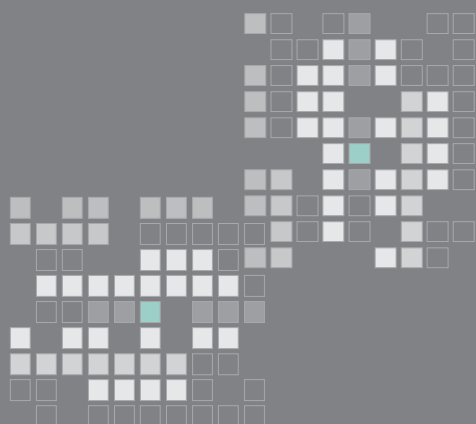
SPINK, Mary Jane P.; MEDRADO, Benedito. Produção de sentidos no cotidiano: uma abordagem teórico-metodológica para análise das práticas discursivas. In: SPINK, Mary Jane (org). *Práticas discursivas e produção de sentidos no cotidiano: aproximações teóricas e metodológicas*. 3ª ed. São Paulo: Cortez, 2004, p.41-61.

VALE. Conheça a Vale. Disponível em: <http://www.vale.com/pt-br/conheca-a-vale/paginas/default.aspx>. Acesso em: 15/12/2010.



# REVISTA LATINOAMERICANA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

## ALAIC



### BOLETÍN DE SUSCRIPCIÓN

Deseo suscribirme a partir del próximo número a Revista Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación, mediante:

☐ Depósito bancario ☐ Autorización para débito en mi tarjeta VISA

Por importe de

Nombre y apellido

Dirección

Ciudad

C.P.

País

Teléfono

Firma:

Fecha:

Complete este boletín, recórtelo y envíelo por e-mail, correo o fax a esta dirección:

ALAIC - Asociación Latinoamericana de los Investigadores de la Comunicación

Avenida Professor Lúcio Martins Rodrigues 443, bloco 22, sala 17

Cidade Universitária / Butantã São Paulo - SP - Brasil Cep: 05508-900

Correo Electrónico: revistaalaic@usp.br - Home page: www.alaic.net

Suscripción anual: 25 US\$

#### FORMA DE PAGO: DEPÓSITO BANCARIO

Para depósito en nuestra cuenta corriente, al cambio del día Los brasileiros pueden efectuar el pago de su suscripción a través de depósito bancario en nuestra cuenta corriente.

Basta enviarnos el comprobante de depósito con el valor de cambio del día, para nuestra secretaría. Tel/Fax: (55 11) 3091-2949

Banco do Brasil - número do Banco - 001 -

Número da Agência: 3559-9 / Universidade de São Paulo

Número da Conta Corrente: 6.983-3

Endereço: Av. Professor Luciano Gualberto 594, Cidade Universitária  
São Paulo - Brasil.

# Normas de publicação para a Revista Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación

## INSTRUÇÕES GERAIS

A *Revista Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación* é um periódico científico semestral, de alcance internacional, que tem o objetivo principal de promover a difusão, democratização e o fortalecimento da escola do pensamento comunicacional latino-americano. Além disso, visa também ampliar o diálogo com a comunidade acadêmica mundial e contribuir para o desenvolvimento integral da sociedade no continente.

### Conteúdo editorial

Os artigos submetidos à revista podem pertencer a qualquer uma das categorias listadas a seguir:

❖ **Comunicações científicas:** descrição de pesquisas, metodologia, análise de resultados e conclusões.

❖ **Artigos:** reflexões de pesquisadores latino-americanos, artigos especiais, análises, reflexões e conclusões sobre temas acadêmicos ou profissionais. Os artigos publicados devem referir-se à área de Ciências da Comunicação.

❖ **Entrevistas:** discussões com personalidades de interesse para a pesquisa em comunicação.

❖ **Estudos:** programa - informação sobre as diferentes áreas de pesquisa. Projeto - abstracts sobre diferentes projetos de pesquisa.

### Avaliação

Os trabalhos serão submetidos a julgamento. A avaliação será realizada por especialistas do tema, membros do Conselho Editorial ou do Conselho de Honra. Os trabalhos poderão ser aceitos integralmente, aceitos sob ressalvas ou recusados. Em caso da necessidade de modificações para sua eventual aceitação, serão enviados a seus autores para eventuais correções. Se estes os modificarem de uma forma aceitável para os critérios do Conselho Editorial, serão considerados finalizados e a data de aceitação passará a ser a da finalização.

### Submissão de artigos

A submissão de um trabalho implica que ele não tenha sido publicado, nem esteja em processo de revisão e nem será enviado a outra revista até receber um eventual julgamento negativo da arbitragem pertinente.

O envio dos originais implica na aceitação do seguinte ponto: o *copyright* do artigo, incluindo os direitos de reprodução total ou parcial do mesmo em qualquer formato, estarão reservados exclusivamente a *Revista Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación*.

Somente serão publicadas as produções redigidas segundo as normas presentes e que tenham sido aprovadas pelo conselho editorial.

A *Revista Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación* recebe artigos para a publicação nos períodos de suas chamadas de trabalho, a serem divulgadas com antecedência por diversos meios eletrônicos. Mais informações: revistaalaic@usp.br.

## FORMATAÇÃO

### Norma geral

Os textos de **artigos, entrevistas, estudos e comunicações científicas** deverão ter uma extensão máxima de 9 páginas no tamanho DIN A4 (21,0 cm x 29,7 cm), com margens laterais de 3 cm, digitados em fonte Times New Roman de corpo 12, com espaçamento simples entre as linhas, alinhamento justificado e recuo de 1 cm no início dos parágrafos. Na prática, o tamanho máximo dos textos corresponde a cerca de 33.000 caracteres (com espaços) ou 5000 palavras, incluindo título, as notas de pé de página, resumos, palavras-chave, textos, referências bibliográficas e anexos.

### Primeira página

Na primeira página devem constar:

❖ **Título:** deve ser integralmente em caixa alta com no máximo 100 caracteres (com espaços), digitado em fonte Times New Roman de corpo 14 com espaçamento simples entre as linhas, alinhamento justificado e sem recuo de parágrafo. Os títulos, em nenhuma hipótese, devem conter notas de pé de página, nem ser submetidos a negrito, itálico e sublinhado.

❖ **Identificação dos autores:** abaixo do título, o(s) nome(s) e sobrenome(s) do(s) autor(es) devem ser em caixa alta (apenas para as iniciais) e caixa baixa (para o restante), digitados em fonte Times New Roman de corpo 12, com espaçamento simples entre as linhas, alinhamento justificado e sem recuo. Do(s) sobrenome(s) do(s) autor(es) deve(m) sair nota(s) de pé de página (de no máximo 400 caracteres com espaços) com breve apresentação do autor (titulação acadêmica, instituição onde atua e principais publicações) junto de seu e-mail, telefone e endereço postal. Em mais nenhum outro lugar do texto deve constar os nome(s) e sobrenome(s) do(s) autor(es).

❖ **Resumos:** abaixo da identificação do(s) autor(es), devem-se conter resumos (em espanhol, português e inglês) com no máximo 750 caracteres (com espaços), acompanhados de, no máximo, 4 palavras-chave nas mesmas três línguas.

### Citações, notas de pé de página e referências bibliográficas

#### ❖ Citações:

Para a citação maior de 3 linhas (fonte Times New Roman de corpo 12, em itálico, com espaçamento simples entre as linhas, alinhamento justificado), não se deve deixá-la entre aspas e deve-se retirá-la do corpo do texto e colocá-la em destaque, deixando-a, integralmente, com recuo à esquerda de 1 cm.

Para citação menor de 3 linhas, deve-se deixá-la entre aspas no próprio corpo do texto, sem itálico, seguindo a norma geral do texto.

Ambas as citações devem ser seguidas das indicações das referências bibliográficas, as quais devem estar entre parênteses com o sobrenome do autor (caixa alta para iniciais e caixa baixa para o restante), ano da publicação e número de página.

Exemplos para as indicações bibliográficas em ambas as citações: no caso de uma página a ser citada: (Andrade, 1987, p.153); no caso de duas páginas a serem citadas: (Andrade, 1987, p.167-8); no caso



várias publicações de um mesmo autor publicadas em mesmo ano: (Candido, 1999a, p.198), (Candido, 1999b, p.17).

❖ **Notas:** as notas de pé de página devem ser numeradas automaticamente sistema numérico arábico (1, 2, 3, ...) e destinam-se para informações explicativas ou esclarecimentos adicionais que não podem ser incluídos no corpo do texto. Recomenda-se que as notas sejam breves.

❖ **Referências bibliográficas:** as referências bibliográficas completas devem ser arroladas em ordem alfabética ao final do texto, conforme a normatização e os exemplos abaixo:

❖ **Livros:**

ROUANET, Sérgio Paulo. *Mal-estar na modernidade: ensaios*. 2ª ed. São Paulo: Companhia das Letras, 1993.

MARTÍN-BARBERO, Jesus. *Oficio de cartógrafo: travesías latinoamericanas de la comunicación en la cultura*. Mexico, D.F.: Fondo de Cultura Economica, 2002.

MATTELART, Armand; MATTELART, Michèle. *História das teorias da comunicação*. Tradução de Luiz Paulo Rouanet. São Paulo: Edições Loyola, 2000.

LIMA, Luiz Costa (org.). *Teoria da Cultura de Massa*. São Paulo: Paz e Terra, 2000.

❖ **Capítulos de livros:**

ROUANET, Sérgio Paulo. Iluminismo e barbárie. In: \_\_\_\_\_. *Mal-estar na modernidade: ensaios*. 2ª ed. São Paulo: Companhia das Letras, 1993. p.9-45.

ROCHA, Glauber. An esthetic of hunger. In: MARTIN, Michael (ed.). *New Latin American cinema*. Detroit: Wayne State University Press, 1997. p.59-61.

❖ **Artigos de periódico científico** (SOBRENOME, Nome. Título do artigo. *Título do periódico em itálico* (abreviado ou não), cidade da publicação, v. seguido do número do ano ou volume, n. seguido do número do fascículo, página inicial-final, mês abreviado, ano da publicação.):

MARTÍN-BARBERO, Jesús. Razón técnica y razón política: espacios / tiempos no pensados. *Rev. Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación*, São Paulo, v.1, n.1, p.22-37, jul-dez, 2004.

❖ **Artigos publicados em imprensa** (SOBRENOME, Nome. Título do artigo. *Nome do jornal ou revista*, cidade de publicação, dia seguido do mês abreviado. Ano. Número ou Título do Caderno, Seção ou Suplemento, página inicial-final.):

VIEIRA, Fabricio. Bovespa sobe 2,87%, maior avanço em dois me-

ses. *Folha de S. Paulo*. São Paulo, 14 fev. 2007. Folha Dinheiro, p.12.

❖ **Teses e dissertações** (SOBRENOME, Nome. *Título em itálico*: subtítulo normal. Ano do depósito. Número total de páginas ou volumes. Tipo de trabalho - locação: [Trabalho de Conclusão do Curso (Graduação em...) (Especialização em...) / Dissertação (Mestrado em...) / Tese (Doutorado em...) - Faculdade de... / Instituto de...], Universidade, Cidade da defesa, ano da defesa.):

CANDIDO, Antonio. *Parceiros do rio bonito*: estudo sobre a crise nos meios de subsistência do caipira paulista. 226 f. Tese (Doutorado em Sociologia) – Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas, Universidade de São Paulo, São Paulo, 1954.

❖ **Artigos de internet** (SOBRENOME, Nome. *Título em itálico*: subtítulo normal. Disponível em: <endereço eletrônico>. Acesso em: dia seguido do mês abreviado. Ano.

ECO, Umberto. *Para una guerrilla semiológica*. Disponível em: <<http://www.nombrefalso.com.ar/apunte.php?id=16>>. Acesso em: 3 jan. 2007.

### Subtítulos no corpo do texto

Os subtítulos devem ser em caixa alta (apenas para as iniciais) e caixa baixa (para o restante), digitados em fonte Times New Roman de corpo 12, negrito, com espaçamento simples entre as linhas, alinhamento justificado, sem recuo e numerados pelo sistema numérico arábico (1, 2,...). A seguir, um exemplo de como numerar um capítulo e seus respectivos itens ou subtítulos:

1. Comunicação de massa
  - 1.1. Teorias da comunicação
    - 1.1.1. As trocas e os fluxos
    - 1.1.2. Indústria cultural
  - 1.2. Ideologia e poder na comunicação
2. Cotidiano e movimento intersubjetivo

### Figuras (fotos, mapas, diagramas, quadros, organogramas, infográficos etc.)

Devem estar digitalizadas em boa qualidade para impressão (recomenda-se 300 dpi e formatos de arquivos gráficos: GIF, JPG ou TIF) e numeradas. Em arquivo separado do texto principal, devem constar as legendas correspondentes e as respectivas indicações de inserção no trabalho. Tabelas e quadros gerados e formatados dentro do Word podem estar no próprio corpo do texto principal. É importante salientar que como a revista é impressa em branco e preto, não se devem conter figuras coloridas.





## Normas para colaboraciones de la Revista Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación

### INSTRUCCIONES GENERALES

La *Revista Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación* es un periódico científico semestral, de alcance internacional, que tiene el objetivo principal de promover la difusión, democratización y el fortalecimiento de la escuela del pensamiento comunicacional latinoamericano. Así como, procura también ampliar el diálogo con la comunidad académica mundial y contribuir para el desarrollo integral de la sociedad en el continente.

#### Contenido editorial

Los artículos sometidos a la revista pueden pertenecer a cualquier una de las categorías listadas a continuación:

• **Comunicaciones científicas:** descripción de investigaciones, metodología, análisis de resultados y conclusiones.

• **Artículos:** reflexiones de investigadores latinoamericanos, artículos especiales, análisis, reflexiones y conclusiones sobre temas académicos o profesionales. Los artículos publicados deben referirse al área de Ciencias de la Comunicación.

• **Entrevistas:** discusiones con personalidades de interés para la investigación en comunicación.

• **Estudios:** programa: información sobre las diferentes áreas de investigación. Proyecto: abstracts sobre diferentes proyectos de investigación.

#### Evaluación

Los trabajos serán sometidos a juzgamiento. La evaluación será realizada por especialistas del tema, miembros del Consejo Editorial o el Consejo de Honra. Los trabajos podrán ser aceptados integralmente, aceptados con cuestionamientos o recusados. En caso de la necesidad de modificaciones para su eventual aceptación, serán enviados a sus autores para eventuales correcciones. Si estos los modificasen de una forma aceptable para los criterios del Consejo Editorial, serán considerados finalizados y la fecha de aceptación pasará a ser la de la finalización.

#### Sumisión de artículos

La sumisión de un trabajo implica que el no haya sido publicado, ni que se encuentre en proceso de revisión y ni que sea enviado a otra revista hasta recibir un eventual juzgamiento negativo del arbitraje pertinente.

El envío de los originales implica en la aceptación del siguiente punto: el *copyright* del artículo, incluyendo los derechos de reproducción total o parcial del mismo en cualquier formato, estarán reservados exclusivamente a la *Revista Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación*.

Solamente serán publicadas las producciones escritas según las normas presentes y que hayan sido aprobadas por el Consejo Editorial.

La *Revista Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación* recibe artículos para publicación en los periodos de sus llamadas de trabajo, a ser divulgadas con antelación por diversos medios electrónicos. Más informaciones: revistaalaic@usp.br.

### FORMATO

#### Norma general

Los textos de **artículos, entrevistas, estudios y comunicaciones científicas** deberán tener una extensión máxima de 9 páginas en el tamaño DIN A4 (21,0 cm x 29,7 cm), con márgenes laterales de 3 cms, digitados en tipo Times New Roman de cuerpo 12, con espaciado simples entre las líneas, alineamiento justificado y tabulación de 1 cm al inicio de los párrafos. De hecho, el tamaño máximo de los textos corresponde a cerca de 33.000 caracteres (con espacios) o 5000 palabras, incluyendo título, notas de pie de página, resúmenes, palabras-clave, textos, referencias bibliográficas y anexos.

#### Primera página

En la primera página deben constar:

• **Título:** debe ser integralmente en mayúsculas con un máximo de 100 caracteres (con espacios), escrito en tipo Times New Roman de cuerpo 14 con espacio simple entre las líneas, alineamiento justificado y sin tabulación de párrafo. Los títulos, en ninguna hipótesis, deben contener notas de pie de página, ni en negrito, itálico o subrayado.

• **Identificación de los autores:** debajo del título, el(los) nombre(s) y apellido(s) de(los) autor(es) deben estar en mayúsculas (solamente las iniciales) y minúsculas (para el resto), escritos en tipo Times New Roman de cuerpo 12, con espacio simple entre las líneas, alineamiento justificado y sin tabulación. Del apellido(s) del (de los) autor(es) debe(n) salir nota(s) de pie de página (con un máximo de 400 caracteres con espacio) con una breve presentación del autor (titulación académica, institución donde actúa y principales publicaciones) junto de su e-mail, teléfono y dirección postal. En ningún otro lugar del texto debe constar el (los) nombre(s) y apellido(s) del (de los) autor(es).

• **Resúmenes:** debajo de la identificación del (de los) autor(es), deben encontrarse los resúmenes (en español, portugués e inglés) con un máximo de 750 caracteres (con espacios), acompañados de, un máximo, de 4 palabras-clave en los mismos tres idiomas.

#### Citaciones, notas de pie de página y referencias bibliográficas

• **Citaciones:** para la citación mayor de 3 líneas (tipo Times New Roman de cuerpo 12, en itálico, con espacio simples entre las líneas, alineamiento justificado), no se debe dejar entre comillas y se la debe retirar del cuerpo del texto y colocarla en destaque, dejándola, integralmente, con tabulación a la izquierda de 1 cm.

Para una citación menor de 3 líneas, se la debe dejar entre comillas en el mismo cuerpo del texto, sin itálico, siguiendo la norma general del texto.

Ambas citaciones deben ser seguidas de las indicaciones de las referencias bibliográficas, las cuales deben estar entre paréntesis con



el apellido del autor (mayúsculas para iniciales y minúsculas para el restante), año de la publicación y número de página.

Ejemplos para las indicaciones bibliográficas en ambas citaciones: en el caso de una página a ser citada: (Andrade, 1987, p.153); en el caso de dos páginas a ser citadas: (Andrade, 1987, p.167-8); en el caso de varias publicaciones de un mismo autor publicadas en el mismo año: (Candido, 1999a, p.198), (Candido, 1999b, p.17).

❖ **Notas:** las notas de pié de página deben ser enumeradas automáticamente en sistema numérico arábico (1, 2, 3, ...) y se destinan para informaciones explicativas o esclarecimientos adicionales que no pueden ser incluidos en el cuerpo del texto. Se recomienda que las notas sean breves.

❖ **Referencias bibliográficas:** las referencias bibliográficas completas deben ser organizadas en orden alfabético al final del texto, conforme la norma y los ejemplos a continuación:

❖ **Libros:**

ROUANET, Sérgio Paulo. *Mal-estar na modernidade*: ensaios. 2ª ed. São Paulo: Companhia das Letras, 1993.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. *Oficio de cartógrafo*: travesías latinoamericanas de la comunicación en la cultura. Mexico, D.F.: Fondo de Cultura Económica, 2002.

MATTELART, Armand; MATTELART, Michèle. *História das teorias da comunicação*. Traducción de Luiz Paulo Rouanet. São Paulo: Ediciones Loyola, 2000.

LIMA, Luiz Costa (org.). *Teoria da Cultura de Massa*. São Paulo: Paz e Terra, 2000.

❖ **Capítulos de libros:**

ROUANET, Sérgio Paulo. Iluminismo y barbárie. In: \_\_\_\_\_. *Mal-estar na modernidade*: ensaios. 2ª ed. São Paulo: Companhia das Letras, 1993. p.9-45.

ROCHA, Glauber. An esthetic of hunger. In: MARTIN, Michael (ed.). *New Latin American cinema*. Detroit: Wayne State University Press, 1997. p.59-61.

❖ **Artículos de periódico científico** (APELLIDO, Nombre. Título del artículo. *Título del periódico en itálico* (abreviado o no), ciudad de la publicación, v. seguido del número del año o volumen, n. seguido del número del fascículo, página inicial-final, mes abreviado, año de la publicación):

MARTÍN-BARBERO, Jesús. Razón técnica y razón política: espacios / tiempos no pensados. *Rev. Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación*, São Paulo, v.1, n.1, p.22-37, jul-dez, 2004.

❖ **Artículos publicados en la prensa** (APELLIDO, Nombre. Título del artículo. *Nombre del periódico o revista*, ciudad de publicación,

día seguido del mes abreviado. Año. Número o Título del Cuaderno, Sección o Suplemento, página inicial-final):

VIEIRA, Fabricio. Bovespa sobe 2,87%, maior avanço em dois meses. *Folha de S. Paulo*. São Paulo, 14 fev. 2007. Folha Dinheiro, p.12.

❖ **Tesis y disertaciones** (APELLIDO, Nombre. *Título en itálico*: subtítulo normal. Año del depósito. Número total de páginas o volúmenes. Tipo de trabajo - locación: [Trabajo de Conclusión del Curso (Graduación en...) (Especialización en...) / Disertación (Maestría en...) / Tesis (Doctorado en...) - Facultad de... / Instituto de...], Universidad, Ciudad de la defensa, año de la defensa.):

CANDIDO, Antonio. *Parceiros do rio bonito*: estudo sobre a crise nos meios de subsistência do caipira paulista. 226 f. Tese (Doctorado en Sociología) – Facultad de Filosofía, Letras y Ciencias Humanas, Universidad de São Paulo, São Paulo, 1954.

❖ **Artículos de internet** (APELLIDO, Nombre. *Título en itálico*: subtítulo normal. Disponible en: <dirección electrónica>. Acceso en: día seguido del mes abreviado. Año.

ECO, Umberto. *Para una guerrilla semiológica*. Disponible en: <<http://www.nombrefalso.com.ar/apunte.php?id=16>>. Acceso en: 3 enero 2007.

**Subtítulos en el cuerpo del texto**

Los subtítulos deben ser en mayúsculas (apenas para las iniciales) y minúsculas (para el restante), digitados en tipo Times New Roman de cuerpo 12, negrito, con espacio simples entre las líneas, alineamiento justificado, sin tabulación y enumerados por el sistema numérico arábico (1, 2,...). A continuación, un ejemplo de como enumerar un capítulo y sus respectivos ítems o subtítulos:

1. Comunicación de masas
  - 1.1. Teorías de la comunicación
    - 1.1.1. Los intercambios y los flujos
    - 1.1.2. Industria cultural
  - 1.2. Ideología y poder en la comunicación
2. Cotidiano y movimiento intersubjetivo

**Figuras (fotos, mapas, diagramas, cuadros, organigramas, infográficos etc.)**

Deben estar digitalizadas en buena calidad para impresión (se recomienda 300 dpi y formatos de archivos gráficos: GIF, JPG o TIF) y enumeradas. En archivo separado del texto principal, deben constar las leyendas correspondientes y las respectivas indicaciones de inserción en el trabajo. Tablas y cuadros creados y formateados dentro del Word pueden estar en el mismo cuerpo del texto principal. Es importante destacar que como la revista es impresa en blanco y negro, no se debe incluir figuras a colores.



# Rules for sending articles to the Latin American Communication Sciences Journal

submission of articles within the established deadlines, posted in advance on the electronic media; for further information, please contact: [revistaalaic@usp.br](mailto:revistaalaic@usp.br)

## GENERAL INSTRUCTIONS

The *Latin American Journal for the Communications Sciences* is an international bi-annual scientific publication, whose major goal is to promote the dissemination, democratization and the strengthening of the Latin American communicational school of thinking. In addition, the Journal also seeks to foster the dialog within the academic community worldwide and to foster the development of the Latin American society.

### Editorial scope

The articles submitted to the Journal may pertain to any of the categories listed below:

- ❖ **Scientific communications:** description of research projects, methodology, analysis of results and conclusions.
- ❖ **Articles:** views of Latin American researchers, special articles, analysis, commentary and conclusions on academic or professional topics. The articles published should be pertinent to the Communications Sciences.
- ❖ **Interviews:** discussions with prominent researchers in the communications community.
- ❖ **Studies:** programs – information on different research areas. Projects – abstracts on various research projects.

### Evaluation

The materials submitted will be forwarded to an evaluation by specialists, members of the Editorial Board or the Honorary Council. Manuscripts may be fully accepted, accepted subject to certain changes, or rejected. Materials conditioned to changes for publication will be forwarded to the respective authors for the required corrections. Should these changes meet the criteria established by the Editorial Board, the work is considered accepted for publication and the acceptance date will that of the final version.

### Submission of manuscripts

Papers submitted shall be unpublished and may not be under editing process; likewise, the papers shall not be under consideration by another publication until rejected following the evaluation procedure. Submission of originals implies the acceptance of the following: copyright: *Revista Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación* becomes the sole holder of the right to reproduce the article, in its entirety or in part.

The Journal will only publish works submitted according to the guidelines laid down in this document and approved by the Editorial Council.

*Revista Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación* encourages

## FORMAT

### General guidelines

Articles, interviews, studies and scientific papers shall not exceed nine DIN A4(21.0cm x 29.7cm) typed pages, 3 cm side margins, in 12. point Times New Roman, single spaced, justified text, 1 cm paragraph indent left. Maximum size of the work is approx. 33,000 characters (including spaces) or 5,000 words, including title, footnotes, abstract, key-words, texts, references and appendices.

### Title Page

The title page should include:

- ❖ **Title:** in capital letters, max. 100 characters (including spaces), in 14-pt. Times New Roman, single-spaced, non-indented, justified text. Under no circumstances shall the titles contain footnotes, be underlined or in italics.
- ❖ **Author's identification:** below the title: the author's full name shall appear in 12-pt Times New Roman, capitals for initials only, single-spaced, justified text. The author's last name shall refer to a footnote (maximum 400 characters including spaces) including a brief presentation of the author (highest academic degree, affiliation, and main publications), e-mail address, telephone number and mailing address. Nowhere else shall the name of the author(s) appear.

**Abstract:** after the identification of the author(s), an abstract (in Spanish, Portuguese and English) not exceeding 750 characters (including spaces), shall appear containing a minimum of four keywords in each of the languages specified.

### Quotations, footnotes and references

- ❖ **Quotations:** quotations longer than 3 typed lines (12-pt. Times New Roman, italic, single spaced, justified), shall appear without quotation marks in a free-standing block of text, indented 1 cm from the left margin.

Quotations under 3 typed lines shall be included within the body of the text, in the same point type.

In both cases, the quotations are to be followed by bibliographical references, between parenthesis, including the author's last name (capital letters for initials only), year of publication and page number.

Examples of bibliographical references in both cases: when quoting one page: (Andrade, 1987, p.153); when quoting two pages: (Andrade, 1987, p.167-8); for several publications by the same author, published in the same year: (Candido, 1999a, p.198), (Candido, 1999b, p.17).

- ❖ **Notes:** footnotes are to be indicated by consecutively-generated Arabic numbers (1, 2, 3, ...) and are designed to provide explanatory information or additional elucidation not included in the text. These notes should be brief.



❖ **References:** complete bibliographical references are to be listed in alphabetical order at the end of the text, according to the following guidelines and examples:

❖ **References to an entire book:**

ROUANET, Sérgio Paulo. *Mal-estar na modernidade: ensaios*. 2<sup>nd</sup> ed. São Paulo: Companhia das Letras, 1993.

MARTÍN-BARBERO, Jesus. *Oficio de cartógrafo: travesías latinoamericanas de la comunicación en la cultura*. México, D.F.: Fondo de Cultura Económica, 2002.

MATTELART, Armand; MATTELART, Michèle. *História das teorias da comunicação*. Tradução de Luiz Paulo Rouanet. São Paulo: Edições Loyola, 2000.

LIMA, Luiz Costa (org.). *Teoria da Cultura de Massa*. São Paulo: Paz e Terra, 2000.

❖ **References to a chapter in a book:**

ROUANET, Sérgio Paulo. Iluminismo e barbárie. In: \_\_\_\_\_. *Mal-estar na modernidade: ensaios*. 2<sup>nd</sup> ed. São Paulo: Companhia das Letras, 1993. p.9-45.

ROCHA, Glauber. An esthetic of hunger. In: MARTIN, Michael (ed.). *New Latin American cinema*. Detroit: Wayne State University Press, 1997. p.59-61.

❖ **Reference to an article in a journal:** (LAST NAME, Surname. Article title. *Name of the Journal in italic* (acronyms allowed), place of publication, v. followed by the number of the year or volume, n. followed by the number of the issue, initial and final pages, month, year of publication.):

MARTÍN-BARBERO, Jesús. Razón técnica y razón política: espacios / tiempos no pensados. *Rev. Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación*, São Paulo, v.1, n.1, p.22-37, Jul-Dec, 2004.

❖ **Reference to a newspaper or a periodical:** (LAST NAME, Surname. Article title. *Name of the newspaper or magazine*, place of publication, day and month abbreviated. Year. Number or Name of Supplement, Section or Annex, initial and final pages.):

VIEIRA, Fabricio. Bovespa sobre 2.87%, maior avanço em dois meses. Folha de S.Paulo. São Paulo, 14.fev.2007. Folha Dinheiro, p.12.

❖ **Reference to thesis and dissertations:** (LAST NAME, Surname.

*Title in italic*: subtitle, regular. Year of registration. Total number of pages or volumes. Type of work – field: [Graduation Project (Graduation in ...) (Specialization in ...) / Dissertação (Master's degree in ...) / (Doctoral thesis in ...) – School of ... / Institute for ...], University, City of dissertation defense, year of defense.):

CANDIDO, Antonio, *Parceiros do rio bonito*: estudo sobre a crise nos meios de subsistência do caipira paulista. 226 f. Tese (Doutorado em Sociologia) – Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas, Universidade de São Paulo, São Paulo, 1954.

❖ **Reference to an internet source:** (LAST NAME, Surname. *Title in italic*: subtitle, normal. Available at :< electronic address>. Access on: day, followed by month, abbreviated. Year.

ECO, Umberto. *Para una guerrilla semiológica*. Available at: <http://www.nombrefalso.com.ar/apunte.php?id=16>. Access on: 3 jan.2007.

### Subtitles within the text

Subtitles initials are to typed in capital letters (initials only), 12-pt Times New Roman, single spaced, justified, non-indented and using Arabic numbers (1, 2, ...). Please refer to the following example:

1. Mass media
  - 1.1. Communication theory
    - 1.1.1. Exchange and flow
    - 1.1.2. The cultural industry
  - 1.2. Ideology and power in communication
2. Daily life and the inter-subjective movement

### Figures [photographs, maps, diagrams, tables, organization charts, info graphs, etc.]

Electronic copies of photographs should be provided, where possible, in GIF, JPG or TIF format (minimum accepted resolution 300dpi), and numbered. In a separate file, authors are to provide corresponding brief explanations of figures to be inserted. Tables and graphics generated and formatted by Word may be inserted in the text. As this is a back and white publication, color illustrations will not appear.



