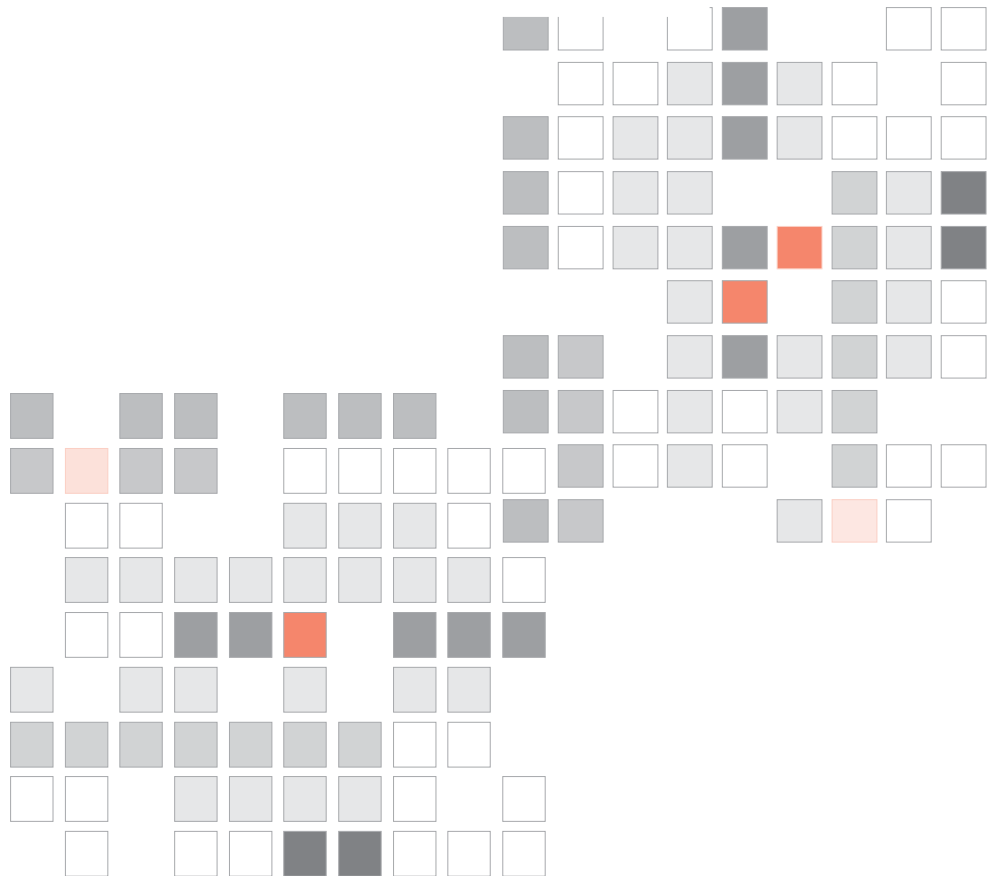


# ALAIC



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**

Ancizar Narvaez (Colombia)

**Director Administrativo**

Fernando Oliveira Paulino (Brasil)

**Director de Comunicaciones**

Karina M. Herrera Miller (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

✉ carolinacreeel@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

ALAIC

REVISTA LATINOAMERICANA DE  
CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

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.

**EDITORIA:** MARGARIDA M. KROHLING KUNSCH (BRASIL)  
**EDITORES ADJUNTOS:** ALBERTO EFENDY MALDONADO (BRASIL)  
ALFREDO ALFONSO (ARGENTINA)

**COMITÉ EDITORIAL  
E EJECUTIVO:** MARIA CRISTINA GOBBI (BRASIL)  
PAULA C. LEITE VIEL (BRASIL)  
PEDRO ULSEN (BRASIL)  
PEROLAH CARATTA (BRASIL)

#### CONSEJO EDITORIAL

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

#### REVISIÓN

Arlindo Rebecchi Jr (Português)  
Jerusa García (Inglês)  
Jorge Villena Medrano (Español)  
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 25  
Cidade Universitária / Butantã - São Paulo - SP - Brasil - CEP 05508-900  
Tel./Fax: (55-11) 3091-8204 / 3091-2949  
Correo Electrónico: revistaalaic@usp.br  
Home page: www.alaic.net/revistaalaic  
ISSN on line: 2238-1694

## 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 idóneo. 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.

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

Revista Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación / [publicação da Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación]. — Ano 9, n.17 (2º sem. 2012). — São Paulo: ALAIC, 2012-292p; 28cm

Semestral  
ISSN 1807-3026

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

CDD - 21 ed. - 302.2 302.2098

# CONTENIDO

EDITORIAL.....7

ARTÍCULOS.....15

LA COMUNICACIÓN Y EL NUEVO MUNDO POSIBLE: LOGROS Y TENDENCIAS

**Juan Díaz Bordenave 16**

SOMOS CONSTELACIONES. MEDIOS TRADICIONALES Y REDES SOCIALES  
EN LA CONSTRUCCIÓN DE LA IDENTIDAD

**Raúl Trejo Delarbre 26**

ENSAIO SOBRE A INCOMUNICAÇÃO

**Ciro Marcondes Filho 40**

ESPECIFICIDADES DA REDE INTERMÉDIA CONTEMPORÂNEA: A AUDIÊNCIA  
EM CONTEXTOS RETICULARES

**Geane Carvalho Alzamora 50**

BRASIL: A SELEÇÃO É A PÁTRIA EM CHUTEIRAS

**Emanuel Francisco Pinto Barreto 62**

EL NEGRO COMO PUNTO DE PARTIDA DE LA LUCHA CONTRA EL  
RACISMO EN LA CUBA ACTUAL

**Alberto Berzosa 72**

A FICÇÃO SERIADA NEOPOLICIAL DAS MAJORS NA AMÉRICA LATINA

**Luiza Lusvarghi 84**

CELEBRIDADES BRASILEÑAS EN LA POLÍTICA: HISTORIA RECIENTE,  
CONTINUIDADES Y RUPTURAS

**Nahuel Ribke 96**

EMPRESÁRIOS DE MÍDIA NA AMÉRICA LATINA

**Bruno Marinoni Ribeiro de Sousa 106**

ENTREVISTA .....118

MARIA IMMACOLATA VASSALO DE LOPES

**Alberto Efenfy Maldonado**

**Richard Romancini**

RESEÑAS .....140

ESTUDIOS .....144

PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO E SEMIÓTICA  
PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DE SÃO PAULO

**Eugênio Trivinho**

## COMUNICACIONES CIENTÍFICAS .....163

LINGUAGEM TELEVISUAL E SIGNIFICAÇÃO NO PROGRAMA GALPÃO CRIOULO

**Flavi Ferreira Lisbôa Filho 164**

PORTA-VOZES DO DISCURSO: ENUNCIADOS POLÍTICOS DA AMÉRICA LATINA

**Antonio Sebastião Silva 174**

AS MEDIAÇÕES DE UMA COMUNIDADE NA AMAZÔNIA BRASILEIRA:

O EXERCÍCIO DE UMA PESQUISA MULTIMETODOLÓGICA

**Maria Ataíde Malcher e Fernanda Chocron Miranda 184**

PALAVRAS QUE SALVAM: USOS E REPRESENTAÇÕES SOBRE A MÍDIA IMPRESSA NA PRISÃO

**Valquíria Michela John 196**

DISCURSOS SOBRE LA CIUDAD: MEDELLÍN, ENTRE LA CONSTRUCCIÓN Y LA RECONSTRUCCIÓN

**Ana María Suárez Monsalve 206**

PEDAGOGIA DO JORNALISMO: NARRATIVA E RESPONSABILIDADE SOCIAL NA TELA DA TV

**Lucia Santa Cruz 216**

ENTRAMADOS EDUCOMUNICACIONALES. NUEVAS PRÁCTICAS, NUEVOS SENTIDOS

PARA PRODUCIR INSCRIPCIÓN SOCIAL

**Analia Errobidart, Marianela Recofsky 228**

O JORNALISMO E A CONSTRUÇÃO DA CONTRA-HEGEMONIA: ANÁLISE DA REVISTA DO MST

A PARTIR DOS CONCEITOS GRAMSCNIANOS DE JORNALISMO

**Alexandre Barbosa 236**

O CONSUMO DE CONTEÚDO DIGITAL EM LAN HOUSES POR ADOLESCENTES

DE CLASSES EMERGENTES NO BRASIL

**Alan César Belo Angeluci e Hernán Galperin 246**

VOTOS Y CLICS: LAS ELECCIONES PRESIDENCIALES EN COLOMBIA EN

EL AÑO 2010 Y LAS REDES SOCIALES

**Juan David Cardenas 258**

TRES PERSPECTIVAS TEÓRICAS PARA EL ANÁLISIS DE LA COMUNICACIÓN

EN LAS ORGANIZACIONES SOCIALES

**Brenda di Paolo 270**

CORRESPONSALES INTERNACIONALES: PROBLEMATIZACIÓN EN TORNO

A LA ERA DIGITAL Y EL PERIODISMO

**Dione Oliveira Moura e Luciane Fassarella Agnez 278**

## NORMAS .....290

Com um conteúdo diversificado, representando a pluralidade das pesquisas da América Latina, esta edição 17 da *Revista Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación* integra significativas contribuições com reflexões sobre temas fundamentais do campo comunicacional, que perpassam desde teorias, recepção, estudos midiáticos, até temas correlatos.

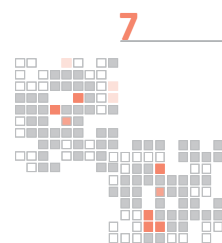
A entrevista deste número foi realizada por Alberto Efenfy Maldonado e Richard Romancini com Maria Immacolata Vassallo de Lopes, professora titular da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo. Nesta entrevista reveladora, ela comenta sobre sua trajetória acadêmica desde a época de estudante no curso de graduação em Ciências Sociais na USP até suas conquistas como pesquisadora sênior e autora de vasta produção científica. São muitos os aspectos explorados nesta entrevista que, em tom coloquial, expressam muito bem toda uma vida dedicada à área acadêmica com rigor, entusiasmo e visão crítica.

O texto que inaugura a seção dos artigos é do saudoso Juan Díaz Bordenave, a quem rendemos nossa homenagem póstuma. Ao lhe fazer um convite para enviar um artigo para nossa revista, propus que fosse publicado o texto que apresentou na conferência inaugural do *XI Congreso Latinoamericano de Investigadores de la Comunicación*, realizado de 09 a 11 de maio de 2012, em Montevideo, Uruguai. Sua resposta foi imediata: *Se você acha que meu trabalho de Montevideo é aceitável para a revista, será uma honra para mim que o publiquem. Envio-lhe também o texto correspondente à minha participação na mesa da Universidade Federal Fluminense, em Niteroi, RJ. Um abraço fraterno de Juan.* E assim, juntamos estes dois textos com o seguinte título “La comunicación y el nuevo mundo posible: logros y tendencias”, que tem como pressuposto o desmoronamento do modelo do capitalismo dominante e a defesa da necessidade de mudança da comunicação como um desafio de contribuir para a construção de um novo mundo. No percurso da produção editorial deste número, fomos surpreendidos com o seu falecimento, ocorrido em 22 de novembro de 2012. O registro deste seu último texto escrito resultante das palestras mencionadas será memorável para ALAIC e todos nós que o acompanhamos na sua produtiva trajetória de pesquisador, escritor, professor e consultor em prol do desenvolvimento social, por meio da comunicação.

Raúl Trejo Delarbre em “Somos constelaciones: medios tradicionales y redes sociales en la construcción de la identidad” analisa vários aspectos sobre a associação entre identidade e meios de comunicação, particularmente a Internet e os seu papel em todo esse contexto de articulação e formação identitária.

“Ensaio sobre a incomunicação” é a contribuição de Ciro Marcondes Filho. Partindo da compreensão de que a comunicação é um acontecimento raro que nada tem a ver com transmissão ou transferência, o autor reproduz reflexões sobre estudos que vem desenvolvendo há décadas sobre teorias da comunicação.

Geane Carvalho Alzamora com “Especificidades da rede intermídia contemporânea: considerações sobre a audiência em contextos reticulares” propõe a com-



preensão da rede intermídia contemporânea como integrante de formatos tradicionais e emergentes em perspectivas diferenciadas de audiência.

“Brasil: a seleção é a pátria em chuteiras”, de Emanuel Francisco Pinto Barreto, analisa a construção da imagem da Copa do Mundo de 2014 junto ao imaginário brasileiro, bem como avalia seus contrastes face ao alto investimento financeiro que vem sendo empregado no país para a realização desse mega evento em 2014.

Alberto Berzosa, como texto intitulado “*El Negro como punto de partida de la lucha contra el racismo en la Cuba actual*” aborda o documentário cubano realizado por Eduardo Manet em 1960 sobre a questão racial na ilha à época da revolução e como a obra reflete o racismo em Cuba.

Debater os gêneros televisuais e as narrativas transculturais para compreender a contribuição dessa produção ao imaginário televisivo local, enquanto categoria social, do ponto de vista das relações com a tradição do gênero é a proposta de Luiza Lusvardi com o texto “A Ficção seriada neopolicial das *major*s na América Latina”.

Em “Celebidades brasileiras en la política: historia reciente, continuidades y rupturas,” Nahuel Ribke analisa como um fenômeno a inclusão de celebridades na política brasileira nas últimas três décadas.

Bruno Marinoni Ribeiro de Sousa, com o texto “Empresários de mídia na América Latina” apresenta a proposta de estabelecer uma análise do perfil de três dos maiores empresários de comunicação da região com uma proposta associada à discussão da indústria cultural.

São várias as comunicações científicas aqui reunidas resultantes de investigações acadêmicas muito interessantes que perpassam vários temas e territórios midiáticos e de produção jornalística e discursiva. Flavi Ferreira Lisboa Filho com o texto “Linguagem televisiva e significação no programa Galpão Crioulo” analisa os conceitos de televisão, linguagem e processos de significação a partir de aspectos mais específicos dos discursos, das linguagens e da produção de sentidos para entender os processos de significação no objeto investigado.

“Porta-vozes do discurso: enunciados políticos da América Latina” é o texto de Antônio Sebastião da Silva, focado em discutir a narrativa, o discurso e a política na América Latina, o autor coloca que a disputa pela verdade é um espaço delimitado pelos enunciantes ao construir suas narrativas.

Maria Atahide Malcher e Fernanda Chocron Miranda, com “As mediações de uma comunidade na Amazônia brasileira: o exercício de uma pesquisa multimetodológica”, apresentam os resultados de um estudo de recepção desenvolvido em uma comunidade desta região amazônica e sua diversidade no contexto do Brasil e da América Latina.

“Palavras que salvam: usos e representações sobre a mídia impressa na prisão”, de Valquíria Michela John tem como objetivo conhecer as representações atribuídas pelos presidiários de um estabelecimento penal do Estado de Santa Catarina, Brasil.

Tendo como referência relatórios de ONGs, Ana María Suárez Monsalve em “Discursos sobre la ciudad: Medellín, entre la construcción y la reconstrucción” analisa os discursos dos jornais e meios de comunicação da administração municipal da cidade de Medellín, na Colômbia.

Em “Pedagogia do jornalismo: narrativa e responsabilidade social na tela da TV”, Lucia Maria Marcellino de Santa Cruz busca demonstrar como três programas brasileiros sobre responsabilidade social reforçam o caráter narrativo do jornalismo contemporâneo, ao mesmo tempo em que destaca o uso do melodrama como recurso pedagógico para a absorção de novos conceitos em circulação no ambiente social.

“Entramados educacionales. Nuevas prácticas, nuevos sentidos para producir inscripción so-



cial” de Analia Errobidart e Marianela Recofsky analisa as características que assumem os processos educativos e comunicativos orientados para gerar inserção social. O texto tem como referência um projeto de pesquisa da Faculdade de Ciências Sociais da Universidade Nacional do Centro da Província de Buenos Aires, Argentina.

Com uma proposta associada ao jornalismo das classes populares, o pesquisador Alexandre Barbosa em “O jornalismo e a construção da contra-hegemonia: análise da revista do MST a partir dos conceitos gramscianos de jornalismo”, defende que a indústria jornalística utiliza uma metodologia positivista de narração dos fatos e que, para se diferenciar desta modalidade, a imprensa alternativa precisa construir uma metodologia marxista de seleção e construção das notícias.

Em “O consumo de conteúdo digital em *lan houses* por adolescentes de classes emergentes no Brasil” de Alan César Belo Angeluci e Hernán Galperin avaliam os aspectos referentes ao acesso e a produção/consumo de conteúdo nas *lan houses* por adolescentes de classes sociais emergentes nas periferias do interior e da capital do Estado de São Paulo, Brasil.

“Votos y clics: las elecciones presidenciales en Colombia en el año 2010 y las redes sociales”, de Juan David Cárdenas Ruiz, que faz um debate sobre a utilidade e o alcance que as redes sociais podem ter sobre os resultados de uma eleição, considerando aspectos positivos e negativos.

Brenda di Paolo trata da comunicação institucional e dos discursos das organizações da sociedade civil com o texto “Tres perspectivas teóricas para el análisis de la comunicación en las organizaciones sociales” na província de Mendoza, Argentina, envolvendo três perspectivas analíticas: liberal, radical e comunitária.

Em “Corresponsales internacionales: problematización en torno a la era digital y el periodismo” de Dione Oliveira Moura e Luciane Fassarella Agnez problematizam a atuação dos correspondentes internacionais na prática jornalística frente ao paradigma digital, que representa mudanças do ponto de vista tecnológico e nos aspectos sociais, econômicos e culturais.

Na seção “Estudios” Eugênio Trivinho descreve em detalhes a configuração do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Semiótica da Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, desde seu surgimento em 1970, percurso percorrido, estruturação, corpo docente, etc. Trata-se de um centro de pós-graduação de referência internacional que há décadas vem formando mestres e doutores nas suas destacadas linhas de pesquisa no campo da Comunicação e da Semiótica.

Espera-se que a Revista da ALAIC continue a ser uma publicação científica construtiva para debater os grandes temas contemporâneos e históricos das Ciências da Comunicação como mais uma vez aqui estão registradas importantes contribuições.

Nossos agradecimentos aos que contribuíram com mais esta edição. Aos autores que submeteram seus trabalhos, aos pareceristas pela significativa contribuição prestada e aos integrantes da equipe editorial pela dedicação de sempre.

**Margarida Maria Krohling Kunsch**  
Editora



Con un contenido diversificado, representando la pluralidad de las investigaciones de América Latina, esta edición 17 de la *Revista Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación* integra significativas contribuciones con reflexiones sobre temas fundamentales del campo comunicacional, que se hallan impregnados desde teorías, recepción, estudios mediáticos y temas correlatos.

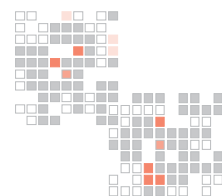
La entrevista de este número fue realizada por Alberto Efenfy Maldonado y Richard Romancini con Maria Immacolata Vassallo de Lopes, profesora titular de la Escuela de Comunicaciones y Artes de la Universidad de São Paulo (USP). En esta entrevista reveladora, ella comenta sobre su trayectoria académica desde la época de estudiante en el curso de graduación en Ciencias Sociales en la USP hasta sus conquistas como investigadora sénior y autora de una vasta producción científica. Son muchos los aspectos explotados en esta entrevista que, en un tono coloquial, expresan muy bien toda una vida dedicada al área académica con rigor, entusiasmo y visión crítica.

El texto que inaugura la sección de los artículos es del inolvidable Juan Díaz Bordenave, a quien rendimos nuestro homenaje póstumo. Al realizarle la invitación para enviar un artículo a nuestra revista, le propuse que fuese publicado el texto que presentó en la conferencia inaugural del *XI Congreso Latinoamericano de Investigadores de la Comunicación*, realizado del 9 al 11 de mayo de 2012, en Montevideo, Uruguay. Su respuesta fue inmediata: *Si usted cree que mi trabajo de Montevideo es aceptable para la revista, será un honor para mí que lo publiquen. Le envío también el texto correspondiente a mi participación en la mesa de la Universidad Federal Fluminense, en Niterói, RJ. Un abrazo fraterno de Juan.* Y así, juntamos estos dos textos con el siguiente título: “La comunicación y el nuevo mundo posible: logros y tendencias”, que tiene como presupuesto el desmoronamiento del modelo del capitalismo dominante y la defensa de la necesidad de mudanza de la comunicación como el desafío de contribuir para la construcción de un nuevo mundo. En el transcurso de la producción editorial de este número, fuimos sorprendidos con su fallecimiento, ocurrido en 22 de noviembre de 2012. El registro de este su último texto escrito resultante de las palestras mencionadas será memorable para la ALAIC y para todos nosotros que lo acompañamos en su productiva trayectoria de investigador, escritor, profesor y consultor en pro del desenvolvimiento social, por medio de la comunicación.

Raúl Trejo Delarbre en “Somos constelaciones: medios tradicionales y redes sociales en la construcción de la identidad” analiza varios aspectos sobre la asociación entre identidad y medios de comunicación, particularmente el Internet y sus papeles en todo ese contexto de articulación y formación de identidad.

“Ensayo sobre la incomunicación” es la contribución de Ciro Marcondes Filho. Partiendo de la comprensión de que la comunicación es un acontecimiento raro que nada tiene que ver con transmisión o transferencia, el autor reproduce reflexiones sobre estudios que viene desarrollando hace décadas sobre las teorías de la comunicación.

Geane Carvalho Alzamora con “Especificidades de la red intermedia contemporá-



nea: consideraciones sobre la audiencia en contextos reticulares” propone la comprensión de la red intermedia contemporánea como integrante de formatos tradicionales y emergentes en perspectivas diferenciadas de audiencia.

“Brasil: la selección es la patria de los zapatos de fútbol”, de Emanuel Francisco Pinto Barreto, analiza la construcción de la imagen de la Copa do Mundo de 2014 junto al imaginario brasileño, bien como evaluar sus contrastes frente al alto investimento financiero que viene siendo empleado en el país para la realización de ese mega evento en 2014.

Alberto Berzosa, con el texto intitulado “*El Negro* como punto de partida de la lucha contra el racismo en la Cuba actual” aborda el documental cubano realizado por Eduardo Manet en 1960 sobre la cuestión racial en la isla en la época de la revolución y como la obra refleja el racismo en Cuba.

Debatir los géneros televisuales y las narrativas transculturales para comprender la contribución de esa producción al imaginario televisivo local, en cuanto categoría social, del punto de vista de las relaciones con la tradición del género es la propuesta de Luiza Lusvarghi con el texto “La Ficción seriada neopolicial de las *majors* en América Latina”.

En “Celebridades brasileñas en la política: historia reciente, continuidades y rupturas,” Nahuel Ribke analiza como un fenómeno la inclusión de celebridades en la política brasileña en las últimas tres décadas.

Bruno Marinoni Ribeiro de Sousa, con el texto “Empresarios de los medios en América Latina” presenta la propuesta de establecer un análisis del perfil de tres de los mayores empresarios de la comunicación de la región con una propuesta asociada a la discusión de la industria cultural.

Son varias las comunicaciones científicas aquí reunidas resultantes de investigaciones académicas extremadamente interesantes que atraviesan varios temas y territorios mediáticos y de producción periodística y discursiva. Flavi Ferreira Lisbôa Filho con el texto “Lenguaje televisivo y significación en el programa Galpão Crioulo” analiza los conceptos de televisión, lenguaje y procesos de significación a partir de aspectos más específicos de los discursos, de los lenguajes y de la producción de sentidos para entender los procesos de significación en el objeto investigado.

“Portavoces del discurso: enunciados políticos de América Latina” es el texto de Antônio Sebastião da Silva, dirigido a discutir la narrativa, el discurso y la política en Latinoamérica, el autor apunta que la disputa por la verdad es un espacio delimitado por los enunciadores al construir sus narrativas.

Maria Atahide Malcher y Fernanda Chocron Miranda, con “Las mediaciones de una comunidad en la Amazonia brasileña: el ejercicio de una investigación multimetodológica”, presentan los resultados de un estudio de recepción desarrollado en una comunidad de esta región amazónica y su diversidad en el contexto del Brasil y de América Latina.

“Palabras que salvan: usos y representaciones sobre los medios de prensa en la prisión”, de Valquíria Michela John tiene como objetivo conocer las representaciones atribuidas por los presidiarios de un establecimiento penal del Estado de Santa Catarina, Brasil.

Teniendo como referencia informes de ONG’s, Ana María Suárez Monsalve en “Discursos sobre la ciudad: Medellín, entre la construcción y la reconstrucción” analiza los discursos de los periódicos y medios de comunicación de la administración municipal de la ciudad de Medellín, en Colombia.

En “Pedagogía del periodismo: narrativa y responsabilidad social en la pantalla de TV”, Lucia Maria Marcelino de Santa Cruz busca demostrar cómo tres programas brasileños sobre responsabilidad social refuerzan el carácter narrativo del periodismo contemporáneo, al mismo tiempo que destaca el uso del melodrama como

recurso pedagógico para la absorción de nuevos conceptos en circulación en el ambiente social.

“Entramados educacionales. Nuevas prácticas, nuevos sentidos para producir inscripción social” de Analia Errobidart y Marianela Recofsky analizan las características que asumen los procesos educativos y comunicativos orientados para generar inserción social. El texto tiene como referencia un proyecto de investigación de la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad Nacional del Centro de la Provincia de Buenos Aires, Argentina.

Con una propuesta asociada al periodismo de las clases populares, el investigador Alexandre Barbosa en “El periodismo y la construcción de la contra-hegemonía: análisis de la revista del MST a partir de los conceptos gramscianos de periodismo”, defiende que la industria periodística utiliza una metodología positivista de narración de los hechos y que, para diferenciarse de esta modalidad, la prensa alternativa precisa construir una metodología marxista de selección y construcción de las noticias.

En “El consumo de contenido digital en *lan houses* por adolescentes de clases emergentes en el Brasil” de Alan César Belo Angeluci y Hernán Galperin evalúan los aspectos referentes al acceso y la producción/consumo de contenido en las *lan houses* por adolescentes de clases sociales emergentes en las periferias del interior y de la capital del Estado de São Paulo, Brasil.

“Votos y clics: las elecciones presidenciales en Colombia en el año 2010 y las redes sociales”, de Juan David Cárdenas Ruiz, que realiza un debate sobre la utilidad y el alcance que las redes sociales pueden tener sobre los resultados de una elección, considerando aspectos positivos y negativos.

Brenda di Paolo trata de la comunicación institucional y de los discursos de las organizaciones de la sociedad civil con el texto “Tres perspectivas teóricas para el análisis de la comunicación en las organizaciones sociales” en la provincia de Mendoza, Argentina, envolviendo tres perspectivas analíticas: liberal, radical y comunitaria.

En “Corresponsales internacionales: problematización en torno a la era digital y el periodismo” de Dione Oliveira Moura y Luciane Fassarella Agnez problematizan la actuación de los corresponsales internacionales en la práctica periodística frente al paradigma digital, que representa mudanzas del punto de vista tecnológico y en los aspectos sociales, económicos y culturales.

En la sección “Estudios” Eugênio Trivinho describe en detalles la configuración del Programa de Pos-Graduación en Comunicación y Semiótica de la Pontificia Universidad Católica de São Paulo, desde su surgimiento en 1970, caminos recorridos, estructuración, cuerpo docente, etc. Se trata de un centro de pos-graduación de referencia internacional que hace décadas viene formando magísteres y doctores en sus destacadas líneas de investigación en el campo de la Comunicación y de la Semiótica.

Se espera que la Revista de la ALAIC continúe a ser una publicación científica constructiva para debatir los grandes temas contemporáneos e históricos de las Ciencias de la Comunicación como una vez más aquí están registradas importantes contribuciones.

Nuestros agradecimientos a los que contribuyeron con más esta edición. A los autores que sometieron sus trabajos, a los profesionales que evaluaron los textos por la significativa contribución prestada y a los integrantes del equipo editorial por la dedicación de siempre.

**Margarida Maria Krohling Kunsch**  
Editora





LA COMUNICACIÓN Y EL NUEVO MUNDO POSIBLE: LOGROS Y TENDENCIAS

**Juan Díaz Bordenave 16**

SOMOS CONSTELACIONES. MEDIOS TRADICIONALES Y REDES SOCIALES  
EN LA CONSTRUCCIÓN DE LA IDENTIDAD

**Raúl Trejo Delarbre 26**

ENSAIO SOBRE A INCOMUNICAÇÃO

**Ciro Marcondes Filho 40**

ESPECIFICIDADES DA REDE INTERMÍDIA CONTEMPORÂNEA: A AUDIÊNCIA EM CONTEXTOS  
RETICULARES

**Geane Carvalho Alzamora 50**

BRASIL: A SELEÇÃO É A PÁTRIA EM CHUTEIRAS

**Emanoel Francisco Pinto Barreto 62**

EL NEGRO COMO PUNTO DE PARTIDA DE LA LUCHA CONTRA EL RACISMO EN LA CUBA ACTUAL

**Alberto Berzosa 72**

A FICÇÃO SERIADA NEOPOLICIAL DAS MAJORS NA AMÉRICA LATINA

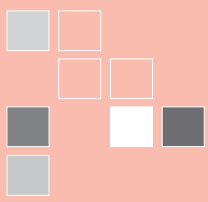
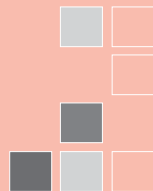
**Luiza Lusvarghi 84**

CELEBRIDADES BRASILEÑAS EN LA POLÍTICA: HISTORIA RECIENTE, CONTINUIDADES Y RUPTURAS

**Nahuel Ribke 96**

EMPRESÁRIOS DE MÍDIA NA AMÉRICA LATINA

**Bruno Marinoni Ribeiro de Sousa 106**



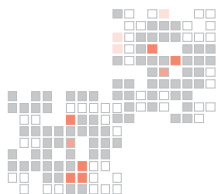
# LA COMUNICACIÓN Y EL NUEVO MUNDO POSIBLE: LOGROS Y TENDENCIAS

A COMUNICAÇÃO E O NOVO MUNDO POSSÍVEL:  
REALIZAÇÕES E TENDÊNCIAS

COMMUNICATION AND POSSIBLE NEW WORLD:  
ACHIEVEMENTS AND TRENDS

## Juan Díaz Bordenave *(in memoriam)*

■ Nacido en Encarnación, Paraguay, estudió Agronomía en la Escuela Nacional de Agricultura de Casilda, Argentina, ampliando estudios en Estados Unidos, donde curso un master de Periodismo Agrícola en Universidad de Wisconsin (1955). Se doctoró en Comunicación en la Michigan State University (1966). Trabajó como especialista en comunicación agrícola en el Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura (1956-80). En 2002 retornó a Paraguay, donde fue nombrado rector de la Universidad Teko Arandú. Consultor Internacional en Comunicación y Educación, era considerado uno de los padres del pensamiento latinoamericano de la comunicación. Falleció en Rio de Janeiro, el 22 de noviembre de 2012. Autor de una decena de libros, entre los que destacan: Estrategias de enseñanza-aprendizaje, Comunicación y sociedad, Participación y sociedad, Planificación y comunicación, Qué es la comunicación rural, Alem dos meios e mensagens, Educación a distancia: fundamentos y métodos, Educación rural en el tercer mundo, Communication and rural development.





## RESUMEN

La propuesta consiste en rescatar el lema “Otro mundo es posible”, entender cómo los periodistas pueden contribuir a esta construcción. El supuesto es que el modelo de capitalismo se está derrumbando y la humanidad está en busca de un nuevo modelo. Así, los efectos devastadores están indicados para algunos adversarios históricos se señaló. Este artículo aborda las condiciones del modelo de cambio y el rendimiento de la comunicación, defendida como un reto para contribuir a la construcción de un mundo nuevo. Según Paulo Freire, la comunicación se convierte en herramienta de conocimiento y si otro mundo es posible, una comunicación más democrática también es posible.

**PALABRAS CLAVE:** COMUNICACIÓN; CAPITALISMO; DEMOCRACIA; DESARROLLO; ÉTICA.

## RESUMO

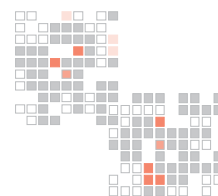
A proposta é resgatar o lema “Um outro mundo é possível” para compreender como os jornalistas podem contribuir para essa construção. O pressuposto é que o modelo do capitalismo está desmoronando e a humanidade está à procura de um novo modelo. Assim, os efeitos devastadores são indicados para que alguns adversários históricos sejam apontados. O texto aborda as condições do modelo de mudança e da atuação da comunicação, defendida como um desafio para contribuir para a construção de um novo mundo. Segundo Paulo Freire, a comunicação torna-se ferramenta de conscientização e, se um outro mundo é possível, uma comunicação mais democrática também é possível.

**PALAVRAS-CHAVE:** COMUNICAÇÃO; CAPITALISMO; DEMOCRATIZAÇÃO; DESENVOLVIMENTO; ÉTICA.

## ABSTRACT

The proposal is to rescue the slogan “Another world is possible” to understand how journalists can contribute to this construction. The assumption is that the model of capitalism is collapsing and humanity is looking for a new model. Thus, the devastating effects are indicated for some historical adversaries are pointed. This paper addresses the conditions of change model and the performance of communication, defended as a challenge to contribute to building a new world. According to Paulo Freire, communication becomes awareness tool and if another world is possible, a more democratic communication is also possible.

**KEYWORDS:** COMMUNICATION; CAPITALISM; DEMOCRACY; DEVELOPMENT; ETHICS.



*Estamos en los albores de una era nueva y desconocida en los anales humanos. Todo lo que va a salir de este continente es distinto de lo conocido hasta ahora. Guardémonos de rodear la causa de un mundo que nace, con las leyes de un mundo que se va* (Juan Bautista Alberdi).

## 1. Introducción

“Otro mundo es posible” es el inspirador lema de los Foros Sociales que se iniciaron en América Latina y que ahora se realizan en muchas regiones. Para nosotros, los comunicadores, es importante entender cómo podemos contribuir a la construcción de ese nuevo mundo posible.

En efecto, el viejo modelo civilizatorio del capitalismo europeo se está desmoronando ante nuestros ojos atónitos y la humanidad está buscando un modelo que lo sustituya.

¿Por qué es necesario un nuevo modelo civilizatorio? Simplemente porque los beneficios que el capitalismo sostiene haber proporcionado a la humanidad, aliado con la ciencia y la tecnología, se han visto superados peligrosamente por los daños y perjuicios causados a la vida humana y social, así como al hábitat natural del hombre.

En efecto, el motor central del capitalismo, que es *el lucro y la acumulación de capital*, ha producido efectos devastadores, tales como:

- la admisión, como naturales, de las guerras de conquista, las invasiones coloniales, la esclavitud, el armamentismo y la industria bélica
- la mercantilización de la vida humana, de la naturaleza y hasta de la religión
- la manipulación de las necesidades humanas para canalizarlas al consumismo y el hedonismo
- la exacerbación de la competitividad, lo que ha llevado a explotar la mano de obra, al espionaje industrial, la destrucción de los sindicatos, la reducción de los beneficios sociales, la compra de jueces y funcionarios

públicos, la corrupción policial

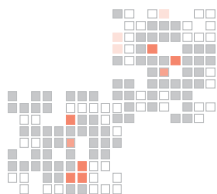
- la depredación del medio ambiente, la destrucción de los bosques y de la biodiversidad, la desertificación, la lluvia ácida, el calentamiento global
- la implantación de dictaduras y de tratados internacionales, como el ALCA, favorables al poder ilimitado de las empresas multinacionales

La creciente decadencia del capitalismo se ha puesto en evidencia con su alianza espuria y paradójica con su enemigo histórico, el comunismo. En efecto, China se ha convertido en la tabla de salvación del capitalismo y sólo nos resta saber hasta cuándo durará esta alianza y quién vencerá en la confrontación final que tarde o temprano entablarán entre sí los actuales aliados.

No estamos satisfechos con nuestro actual modelo de desarrollo y queremos avanzar hacia un modelo con un mayor respeto por nuestra humanidad y nuestro hábitat, así que creo que nuestras prioridades deben ser otras medidas, como las siguientes:

a. La modificación del concepto del ser humano como un ser puramente racional e individualista. Yo propongo que pensemos en un concepto con varias dimensiones existenciales importantes:

1. identidad, es decir, la unidad de nosotros mismos, de modo que estemos dentro de la autenticidad y la libertad;
2. trascendencia, convirtiéndonos hacia el mundo de los espíritus, el misterio de Dios, nuestro Creador;
3. comunitaria, la comunión con los demás seres humanos;
4. integración ecológica, con la naturaleza y el cosmos, de la cual y sobre la que volveremos;
5. admiración artística de la belleza en todas sus manifestaciones, la creación de obras de arte que expresan ideas y sentimientos.



## DIMENSAO TRANSCENDENTAL



b. Congruente con esta idea del hombre, tenemos que cambiar nuestro concepto de desarrollo como un proceso centrado en aumentar la producción y el consumo ilimitado de bienes materiales. Yo propongo que pensemos en el concepto de desarrollo como la realización del potencial humano para la integración con Dios y con la naturaleza, la fraternidad y la comunión, a la belleza y la felicidad.

c. El nuevo concepto del hombre conduce a una nueva concepción de la política y la práctica. El concepto de orden se debe cambiar para que la motivación actual como centro del poder sea remplazada por un compromiso con el servicio. La competencia debe ser moderada en función de la fraternidad exclusiva de la cooperación, y la inclusión. Este cambio requiere la extensión de la democracia representativa para convertirse en democracia participativa, que no elimina la primera, pero legitima el papel del pueblo político permanente, a través de nuevos canales institucionales de participación que aún no se han inventado y utilizado.

d. El nuevo concepto del hombre requiere cambio de relación con la tierra y la naturaleza. No sólo para ser transformada la estructura agraria, en la que sólo el 2% de los propietarios tienen el 85% de la tierra. La agricultura debe ser vista no sólo como

una empresa comercial fría y utilitarista, sino como una forma de vida, una cultura profundamente humana y comunitaria.

e. El nuevo concepto del hombre exige también la educación pública universal, gratuita y de calidad, para hacer posible el protagonismo y dar lugar a una ciudadanía preparada para la democracia participativa y el desarrollo sostenible.

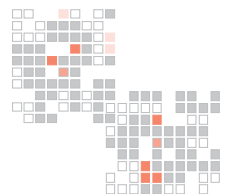
f. En el nuevo contexto de una sociedad sin capitalismo, definitivamente se puede abolir la guerra, la industria de las armas, la carrera armamentista y el militarismo, es posible sustituir el servicio militar obligatorio por un servicio de desarrollo de la solidaridad civil.

## 2. Los adversarios históricos

La expansión mundial del capitalismo, hasta ahora exitosa, y de su estrategia más reciente de conquista, la globalización del neoliberalismo, ha sido posible gracias a la victoria de su modelo civilizatorio sobre los propuestos por tres importantes adversarios históricos: las creencias de las grandes religiones universales, las tradiciones de los pueblos originarios y las teorías políticas “de izquierda”.

En efecto, tanto el judaísmo como el cristianismo y el islamismo, sin olvidar el hinduismo, el taoísmo, el budismo, el confucionismo, la creencia Bahai, y otras religiones, desde tiempos remotos vienen defendiendo la supremacía de lo espiritual y trascendente sobre el materialismo, así como del amor y la compasión sobre el egoísmo y la explotación del hombre por el hombre.

Por su parte, los pueblos originarios como los guaraníes, los quechuas y los aymaras, entre muchas otras etnias, rigen sus vidas, no por el lucro y la acumulación, sino por el “tekopora”, la Pacha Mama, el buen vivir. Sus creencias y prácticas giran alrededor de la unidad de los hombres entre sí, con la divinidad y con la naturaleza. En el seno de nuestros pueblos ancestrales se practica la eco-



## Pero para poder imponer al mundo esos mitos protectores de la Gran Mentira, el capitalismo necesitó la alianza de los medios de comunicación social.

nomía solidaria (el “jopoi” guaraní) y la vida de cooperación comunitaria se sobrepone al egoísmo individualista.

El capitalismo ha sido también combatido por ideologías político-sociales como el anarquismo, el socialismo, el personalismo, la socialdemocracia, la democracia cristiana, el solidarismo, etc. Por diversas razones sociohistóricas, estas ideologías no llegaron a proponer modelos civilizatorios esencialmente radicales en relación con el capitalismo, a cuyo arrollador empuje continúan resistiendo.

### 3. Los disfraces de la gran mentira

Al capitalismo nunca le faltó ingenio para imponerse al mundo. Uno de los artificios mejor sucedidos es la creación de *mitos* que, por su simplicidad y por apelar a los instintos y deseos de la mayoría de los seres humanos, han llegado al punto de presentarse como *valores universales*. Entre dichos mitos se encuentran, por ejemplo: *la superioridad occidental, el progreso, el desarrollo, la eficiencia, la racionalidad, la objetividad de la ciencia, la productividad, la supremacía de la tecnología, la competitividad, la realización personal individual, el éxito, la espectacularidad, la exclusividad, el privilegio, el poder personal y corporativo, el carácter sagrado de la propiedad privada, la identidad entre capitalismo y democracia, el libre comercio*, y muchos otros.

Pero para poder imponer al mundo esos mitos protectores de la Gran Mentira, el capitalismo necesitó la alianza de los medios de comunicación social. Y de los sistemas educativos. En el caso de los medios, dicha alianza fue conseguida con la sustitución del carácter educativo y cultural de los medios por el carácter comercial y de entretenimiento, y por la aceptación oficial de la diferencia de funciones: es decir, no se le puede exigir a los

medios comerciales que también sean educativos y culturales, finalidad que queda restringida a los medios específicamente educativos y culturales.

### 4. Las condiciones del cambio de modelo

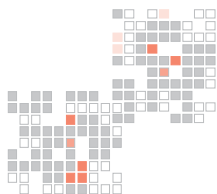
Para que la comunicación contribuya eficazmente al nuevo modelo civilizatorio en nuestro continente, es preciso que América Latina consiga vencer dos grandes obstáculos, uno de carácter epistemológico y otro de índole ético-social:

#### 4.1. La epistemología colonial

La conquista de nuestro continente por los europeos significó la imposición de una visión racionalista del mundo y de la vida, heredada de los griegos y adoptada por los grandes filósofos de la época. Descartes afirmaba: “Pienso, luego existo”. Pero la epistemología indígena afirma “Pienso, siento y actúo, luego existo”. El antropólogo indígena ecuatoriano Roberto Ferreira Arias, acuñó el término “CORAZONAR”, uniendo las palabras “corazón” con “razonar”.

¿Tiene alguna importancia esta diferencia en las respectivas teorías del conocimiento? Si evaluamos los efectos históricos del racionalismo, comprobamos que el mundo occidental ha cometido crímenes enormes en nombre de la razón, tales como, por ejemplo:

- la matanza de indios y la represión de la lucha por la independencia
- el tráfico de esclavos africanos
- la muerte de 100.000 japoneses con una sola bomba en Hiroshima
- la implantación de dictaduras favorables al capitalismo
- el patentamiento de plantas y hasta de microbios



- la omnipotencia de las empresas multinacionales y el fallido intento de legitimar el imperialismo mediante el ALCA

Inclusive el capitalismo ha inventado programas racionalistas supuestamente basados en el sentimiento humanitario tales como la Alianza para el Progreso, el Cuerpo de Paz, la asistencia sanitaria de militares norteamericanos a la gente pobre de nuestros países, el Programa de Alimentos para la Paz, programas que, si se los analiza crítica y objetivamente, responden a una racionalidad pragmática cuyo fin es conquistar corazones y mentes, de modo a favorecer la penetración del poder norteamericano.

#### 4.2. La ética social

En la perspectiva de un nuevo mundo posible, debemos aprender de la Revolución Francesa. Ella levantó tres grandes banderas: la **Libertad**, la **Igualdad** y la **Fraternidad**. La historia posterior nos muestra como las dos primeras banderas se convirtieron en herramientas políticas y mucha gente luchó y murió por ellas. Pero la Fraternidad fue relegada al ámbito personal y a las virtudes religiosas.

Eso tuvo como consecuencia la degeneración de la Libertad y de la Igualdad. Sin la fraternidad, la libertad y la igualdad se volvieron pretextos para tiranías y crueldades sin fin. Al excluir la fraternidad, por ejemplo, las ideas humanitarias de Marx terminaron en la masacre de campesinos por Stalin

Pero no solamente las tres banderas de la Revolución Francesa son vitales para el nuevo mundo posible. En una conversación con Leonardo Boff, el teólogo brasileño de la liberación, nos decía: “La humanidad está recuperando tres grandes realidades que había olvidado: **la tierra, la mujer y lo sagrado**”. Por la tierra Leonardo entendía la naturaleza, la ecología, el hábitat humano. Por la mujer, Leonardo se refería a los aspectos femeninos de los seres humanos, como el afecto, la compasión,

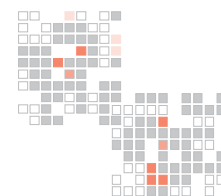
el cuidado, la intuición, la entrega. Y por lo sagrado, Boff significaba la trascendencia, el misterio, lo sobrenatural, la presencia de un Ser Superior que nadie vio ni conoce pero que muchos sentimos que existe, que nos ama y que nos ayuda a ser más humanos.

Lo que deseo decir es que consideraciones de una naturaleza menos económica, menos material y menos utilitaria no pueden faltar en nuestro nuevo proyecto de mundo.

#### 5. El papel de la Comunicación

Hubo un momento en que nuestro continente fue un pionero en el uso de la comunicación mundial para el desarrollo nacional. Bolivia, por ejemplo, tenía las radios mineras y valientes, todavía tiene un gran número de emisoras de radio educativas, hasta el punto de que Erbol, la asociación creada por ellos, cubre todo el país con programas en quechua, aymara, guaraní y españoles. En Colombia, las estaciones de Acción Cultural Popular (ACPO) tenían la mitad de la potencia de radio de aquel país. En Brasil, el Movimiento de Educación de Base (MEB), abrió nuevos caminos en el uso de la comunicación para “concientización” y la “politicización” ya que las piezas son de cambio social. En todos los países de América Latina florecieron formas de comunicación alternativa con el periódico y el teatro popular, el cassette-foro, video polémico, y varios otros medios de comunicación se centraron en la educación popular.

Pero el tiempo ha pasado y ahora en América Latina, en los alrededores de las estaciones de radio comunitarias y algunos medios de comunicación públicos, la democratización de la comunicación es algo más que un sueño utópico. Los medios de comunicación son en gran parte de naturaleza comercial, pero todavía se resiste, como en Argentina, Brasil y Uruguay, con tímidos avances de la legislación que apunta a democratizar. La comunicación pública está empezando a desarrollarse como una promesa brillante. En Paraguay, la gente se acercó



para defender la televisión pública en ciernes al reciente golpe político que derrocó al presidente Fernando Lugo.

Entonces la pregunta es, ¿por qué la comunicación sigue siendo vista en América Latina como un problema sin solución? En mi opinión, el capitalismo neoliberal tuvo su intención. Es decir, que nuestras comunicaciones no deben ser consideradas como un público de explotación comercial sellada, sino como un producto producido por una industria lucrativa. Esta es la misma lógica que explica lo que sucede con la educación, la salud, el abastecimiento de agua, etc. Por lo tanto, cualquier presión oficial o popular dirigida a democratizar o regularla en beneficio de las personas son acusadas de atentado contra la libertad de expresión, la violación de la democracia, el socialismo del siglo XXI, etc.

No se tiene en cuenta, por ejemplo, en Finlandia y en otros países europeos nórdicos, no hay escuelas y colegios privados ni universidades privadas porque toda la educación es pública y de excelente calidad. Resulta que el capitalismo neoliberal ha tenido éxito en la introducción de la opinión pública afirmando que el Estado es siempre ineficiente y la empresa privada, el mercado, es el único capaz de gestionar bien los procesos sociales importantes.

En este marco y estado actual, es evidente que la comunicación está lejos de contribuir a la construcción de una nueva civilización a un modelo más justo y humano. En primer lugar, se trata de un proceso que debe ser equivalente al enriquecimiento del diálogo, la participación y cultural de todas las personas, pero que funciona al servicio del poder y la dominación de unos pocos sobre la sociedad entera.

Citemos aquí, por ejemplo, el patrón de concentración de la propiedad de los medios de comunicación en los Estados Unidos de América, país que se presenta como un modelo de sociedad democrática. En Estados Unidos, sólo cinco empresas controlan casi todas las fuentes de la comunicación (85%). Del mismo modo, sólo

cinco empresas productoras musicales (Universal, BMG, Sony, Warner y EMI) controlan el 84,4% del mercado de los EE.UU. En el área de distribución de señales de cable también están sólo cinco empresas que se encargan de la difusión de la programación de la nación.

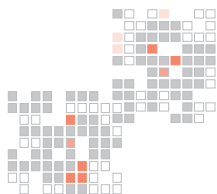
Aún más radical es la radio histórica y útil, que antes de su liberación por el Gobierno que contaba con el mayor conglomerado de emisoras nacionales con la integración de los menores de 75 estaciones. Hoy APENAS una empresa es propietaria de más de 1200 estaciones.

*Hoy en día, en la mayoría de los mercados, las dos emisoras más grandes controlan el 74% de los billetes en ese mercado. En conjunto, sólo cuatro compañías controlan el 90% de todos los billetes de publicidad del país. La propiedad de los periódicos también se está concentrando. En la actualidad hay 600 periódicos en los EE.UU. menos de 80 años, y 10 compañías controlan la mitad de la circulación en todo el país. Hay 20 editores de periódicos importantes en los EE.UU. La película de 10 estudios en la parte superior de la lista de entradas para recibir 99% de ellos. Las 10 mayores compañías de cable consiguen el 86% de todas las entradas de cable (Lessing apud Vigil, 2010).*

Como se ha señalado, la concentración es similar a lo que ocurre en Brasil. En Paraguay, según Diego Segovia, ocho grupos empresariales son los propietarios de los sistemas multimedia (prensa, radio y televisión) de toda la nación.

## **6. El inmenso poder de la comunicación**

Para los comunicadores en general, y para los investigadores de la comunicación en particular, constituye un serio desafío definir cómo contribuir a la construcción del nuevo mundo posible, teniendo en cuenta el enorme poder que ejerce este proceso de interacción social realizado mediante signos y medios. Recordemos que, además



de proceso humano universal, la comunicación constituye también un arte, una tecnología, un sistema institucional y una ciencia social. Cada una de estas dimensiones comprende vastos y variados procesos, todos ellos necesitados de investigación para hacer posible su eficacia en la construcción del nuevo modelo civilizatorio.

Recordemos también que la comunicación en sí misma es un proceso neutro que puede ser utilizado para decir la verdad o para mentir, para construir o para destruir, para juntar o para separar, para educar o para deseducar. En manos del Profesor Paulo Freire, la comunicación se vuelve instrumento de concientización; en manos de muchos presentadores de televisión se vuelve promotor todopoderoso del consumismo y avanzada del capitalismo. Críticos de los programas infantiles de la presentadora brasilera Xuxa le atribuyen la función de convertir a los niños de hoy en los consumidores de mañana. Las facultades de comunicación forman personas orgánicamente funcionales para los medios comerciales, pero también forman personas para los medios públicos y comunitarios.

El hecho es que en la actualidad los medios de comunicación multiplican por millones los espectáculos de pan y circo de la Antigua Roma y no tienen ya límites sus formas de conseguir *rating* y lucros. Promueven el infantilismo, la frivolidad y la irracionalidad, ¿qué otro efecto podría tener, por ejemplo, la publicación de horóscopos diseñados por astrólogos improvisados, que la población ingenua y desorientada toma como pauta de comportamiento, como si tuvieran el más remoto carácter científico? Disfrazan la venta de prostitución en anuncios de casas de masajes, destruyen reputaciones y, en general, promueven la creación de falsas necesidades.

**Si creemos que otro mundo es posible tenemos que creer también que otra comunicación es posible.** No tengo la menor autoridad para indicar prioridades de la investigación, aparte de aquellas que lleven a desmontar los monopolios y oligo-

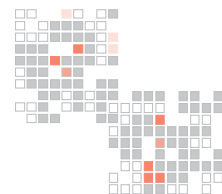
polios comunicacionales, nacionales e internacionales, que favorezcan la democratización de la comunicación y la construcción de la democracia participativa, en sociedades soberanas en donde imperen la libertad, la igualdad y la fraternidad.

Todos estamos cansados de saber que la comunicación tiene el poder de influir en las mentes y los corazones de la gente. Sin embargo, cuando este poder se manifiesta directamente en nuestras vidas, no es que nos damos cuenta de que esto puede ser para bien o para mal. Para decir la verdad o engañar, para motivar a las personas a actuar o a su desmovilización.

## Todos estamos cansados de saber que la comunicación tiene el poder de influir en las mentes y los corazones de la gente

Para ilustrar lo que siento, a continuación, narraré una experiencia que mi familia vivió y nos enseñó el inmenso poder de la comunicación. Mi hijo Chico Díaz, actor brasilero de óperas de jabón, comenzó a actuar en la telenovela “Mandala” de la Red Globo de televisión, interpretaba a Rafael que era un joven trabajador en una fábrica de juguetes, líder sindical que consiguió un ataque exitoso contra las fuerzas hegemónicas a partir de una huelga. Por lo que sé, el entonces presidente José Sarney llegó a llamar al Dr. Roberto Marinho, propietario de la Red Globo, para decirle el peligro de que el éxito de la huelga Mandala-novela podría tener para la realidad brasilera. El acto podría ser imitado por otras empresas en todo el país. Así Sarney pidió que se diera una manera de terminar con esta situación y el Dr. Roberto Marinho prometió resolver el problema.

Días después veo a Chico triste y le pregunto la razón me responde: “Padre, no vas a creer, pero yo estaba memorizando el próximo capítulo de la novela y me doy cuenta de que mi personaje muere, es decir, Rafael es asesinado”. Toda la familia vio el



siguiente capítulo de la novela y vio como un grupo de asesinos espera Chico (Rafael) en la parte posterior del trabajo y luego lo asesinan en el baño de su casa. Mi esposa, la madre de Chico, no podía soportar la escena y salió de la habitación desesperada.

Consecuencia práctica: la Red Globo pagó el contrato a tiempo completo que Chico había firmado por la novela sin que él tenga que volver a trabajar. Con la muerte de Rafael terminó la huelga.

## 7. Conclusión

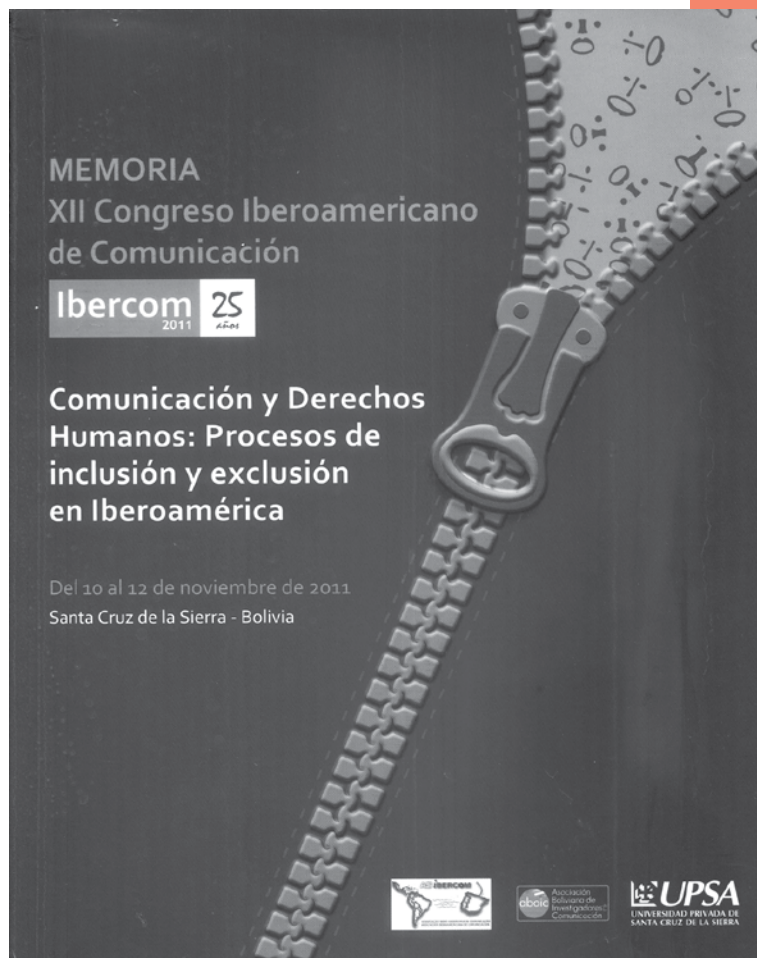
Comunicación, como el aire que respiramos y el agua que bebemos, es un bien público, un tesoro que Dios nos ha dado para relacionarnos con los demás, para construir el uno del otro, que nos amemos y ser plenamente humanos. No puede ser una mercancía que se compra y se vende, o un instrumento de poder y de dominación de unos sobre otros.

Así que nosotros, los periodistas, tenemos que recordar que somos los propietarios efectivos de un arma poderosa que puede influenciar los corazones y las mentes de millones de personas. Más que eso, es importante que recordemos para quién y para los que estamos trabajando ¿qué tipo de persona somos que ayudamos a construir ese tipo de sociedad? ¿qué modelo de civilización vamos a dejar a nuestros hijos y nietos?

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

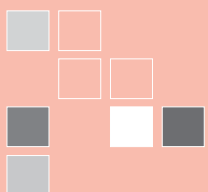
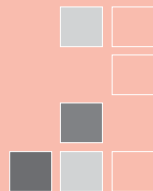
- BORDENAVE, Juan Díaz. *Communication and Rural Development*. Paris: UNESCO, 1979.
- BORDENAVE, Juan Díaz. *La Comunicación y el Nuevo Mundo Posible*. Discurso inaugural del XI Congreso de ALAIC, Montevideo, 2012.
- VIGIL, José Ignacio. *Libertad de cultura*. In: GUMUCIO, Alfonso; HERRERA, Karina (Coord.), *Políticas y Legislación para la radio Local en América Latina*. La Paz: Plural Editores, 2010.





**IBERCOM 2011: Memoria do XII Congreso Iberoamericano de Comunicación, Santa Cruz de la Sierra, Bolívia, 2012, 216 p.**

Esse livro reúne os trabalhos apresentados no XII Congreso Iberoamericano de Comunicación, promovido pela Associação Ibero-Americana de Comunicação (Assibercom), pela Asociación Boliviana de Investigadores de la Comunicación (Aboic) e pela Fundación Universidad Privada de Santa Cruz de la Sierra (Upsa). O congresso aconteceu entre os dias 10 e 12 de novembro de 2011, em Santa Cruz de la Sierra, na Bolívia, marcando os 25 anos dos “Encontros Ibercom”, cuja primeira edição foi realizada em 1986, pela Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação (Intercom), em parceria com a Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo (ECA-USP)



# SOMOS CONSTELACIONES. MEDIOS TRADICIONALES Y REDES SOCIALES EN LA CONSTRUCCIÓN DE LA IDENTIDAD

SOMOS CONSTELAÇÕES. MÍDIAS TRADICIONAIS E REDES SOCIAIS NA CONSTRUÇÃO DA IDENTIDADE

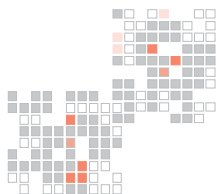
*WE ARE CONSTELLATIONS. TRADITIONAL MEDIA AND SOCIAL NETWORKS IN THE CONSTRUCTION OF IDENTITY*

## Raúl Trejo Delarbre

■ Investigador en el Instituto de Investigaciones Sociales de la UNAM. Ciudad de la Investigación en Humanidades / Circuito Mario de la Cueva / Ciudad Universitaria / Coyoacán, 04510 / México D.F. / México.

■ E-mail: [rtrejo@unam.mx](mailto:rtrejo@unam.mx).

26



## RESUMEN

La identidad se construye con y delante de los otros. En una sociedad abierta e intensamente influida por la comunicación de masas la identidad, tanto individual como colectiva, es definida por múltiples influencias y procesos de interpretación. Los medios nunca fabrican identidades sociales de manera mecánica. Internet facilita la conformación de identidades más fluidas y en articulación con aquellos con quienes tenemos interlocución. En la Red construimos nuestras identidades para el espacio público.

**PALAVRAS-CHAVE:** IDENTIDAD Y MEDIOS; IDENTIDADES LÍQUIDAS; IDENTIDADES EN LÍNEA.

## RESUMO

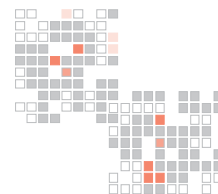
A identidade é construída com e à frente dos outros. Em uma sociedade aberta e fortemente influenciada pela comunicação de massa a identidade, tanto individual como coletiva, é definida por múltiplas influências e processos de interpretação. Os meios de comunicação nunca produzem identidades sociais de maneira mecânica. A Internet facilita a formação de identidades mais fluidas e em articulação com aqueles com quem temos diálogo. Na Rede construímos nossas identidades para o espaço público.

**PALABRAS CLAVE:** IDENTIDADE E MEIOS DE COMUNICAÇÃO; IDENTIDADES LÍQUIDAS; IDENTIDADES ON-LINE.

## ABSTRACT

Identity is build with, and in front of the others. In an open society, strongly influenced by mass communication the identity, both individual and collective, is defined by numerous influences and interpretation processes. The media never manufactures social identities in a mechanical way. Internet makes easy the conformation of more fluent identities and in articulation with those with whom we have interlocution. On the Net, we built our identities for the public space.

**KEYWORDS:** MEDIA AND IDENTITY; LIQUID IDENTITIES; ONLINE IDENTITIES.



## 1. Introducción

La identidad está constituida por los rasgos, preferencias, afinidades, referencias y pertenencias que definen a un individuo en una colectividad o a una colectividad dentro de la sociedad. La discusión reciente acerca de este término es tan versátil como abundante. Aquí nos conformaremos con la definición más elemental: Identidad es el “conjunto de rasgos propios de un individuo o de una colectividad que los caracterizan frente a los demás”. También puede ser la “conciencia que una persona tiene de ser ella misma y distinta a las demás” (RAE, 2001).

Identidad es fisonomías y talentos, apariencias y convicciones, imagen ante los demás y delante de uno mismo, sentido de pertenencia y construcción de sentidos. Identidad es semejanzas que se construyen y reconocen en el ejercicio y la aceptación de la diferencia. No hay identidad sin alteridad. A la identidad la entendemos y distinguimos en el contraste. Somos esto porque no somos lo otro. La identidad amalgama las señas personales, físicas pero también culturales, del individuo. La identidad, por ello, no es únicamente lo que somos sino aquello junto con lo cual somos eso y no otra cosa: biografía, experiencia, entorno, circunstancias, modelan nuestra identidad lo mismo como individuos que en colectividad.

En una sociedad de idénticos, sin matices, rasgos propios ni contrastes, no habría individuos. La igualdad es una aspiración en el terreno de la justicia social pero jamás en el plano de las ideas que se afianzan, precisamente, en el reconocimiento de la diversidad. Somos éstos que somos junto a otros que, puesto que no son idénticos a nosotros, enriquecen nuestro panorama y de esa manera a nosotros mismos.

La identidad es consustancial al individuo, pero también a la sociedad y sus colectividades. Se asocian, coaligan, construyen solidaridades o complidades mutuas, aquellos que comparten o construyen identidades recíprocas. La identidad no es

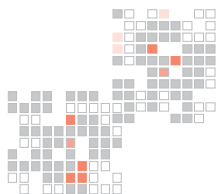
señal de aislamiento sino de puentes para la socialización. Identificar es reconocer en la diversidad.

La identidad define a los individuos y a los grupos que forma pero nadie tiene una sola identidad. Somos unos frente a los otros, somos otros delante de nosotros mismos. La frontera entre vida pública y privada, antaño definida con claridad pero hoy inquietantemente movediza, solía ser una de las delimitaciones de la identidad. En cada ambiente, cada individuo despliega matices y vertientes que conforman sus rasgos identitarios. La lengua y la oriundez, nuestras afinidades y propensiones, forman parte de esa colección de peculiaridades que dejamos ver con mayor o menor énfasis según la situación en la que nos encontremos. En algunos casos nos define nuestra profesión, en otros el equipo de fútbol, el género musical o la especialidad culinaria que nos entusiasman. La identidad, especialmente en nuestros días, está conformada por una cambiante multiplicidad de definiciones. Identidad se conjuga en plural.

## 2. Identidades en pantalla

Somos lo que hemos sido: lo que aprendemos, sabemos, elegimos, lo que hemos querido y padecido. Entre las condiciones que nos definen se encuentra la información a la que tenemos y hemos tenido acceso y sobre todo, las sensaciones, las creencias y el conocimiento que hemos podido forjar a partir de esa información. Los medios de comunicación nunca definen de manera categórica las identidades de la sociedad. Pero las ideas que tenemos de nosotros mismos y de los demás, de nuestra situación y del entorno local y global, dependen en buena medida de lo que podemos saber o ignorar debido a los mensajes de los medios de comunicación.

El papel de los medios de comunicación en la conformación de identidades no siempre ha sido tan notorio. Cartógrafo de identidades y de sus mutaciones, Carlos Monsiváis escribió poco antes de que finalizara el siglo XX:



## Los medios de comunicación propician y refuerzan identidades colectivas; establecen marcos de referencia de los cuales nadie o casi nadie que viva en sociedad logra prescindir.

*Inútil disminuir el papel de la televisión en los procesos de identidad nacional (según sus adversarios, el apocalipsis, donde uno, con tal de respetar a sus ancestros, se ve obligado a repetir los mismos gestos por toda una eternidad) y de integración a la sociedad de consumo (el Juicio Final según sus oponentes, donde uno renuncia a la esencia con tal de salvar la contingencia)* (Monsiváis, 2000, p.211).

Los medios de comunicación propician y refuerzan identidades colectivas; establecen marcos de referencia de los cuales nadie o casi nadie que viva en sociedad logra prescindir. Si parte de lo que somos es lo que percibimos y sabemos, entonces los medios influyen de manera relevante en eso que somos. Pero ninguna influencia cultural, ideológica o moral, es interiorizada al margen de nuestra experiencia y nuestra circunstancia. Un mismo mensaje difundido por los medios de comunicación, será dilucidado por cada individuo de acuerdo con su manera de apreciar las cosas.

Hace tiempo, la investigación en estos temas dejó claro que las interpretaciones más tremendistas, que encontraban en los medios una maquinaria infalible para manipular a su antojo las conciencias de nuestras sociedades, han sido tan exageradas como improbadas. Desde luego, tampoco aciertan las interpretaciones complacientes que se desdeñan la capacidad de influencia que alcanzan los medios de comunicación. Los medios, y destacadamente el más prominente de ellos que es la televisión, resultan inevitables en la conformación de las preferencias y opiniones de las sociedades contemporáneas. Sin ellos, la gente no se enteraría de muchos asuntos. Pero como todos los mensajes que difunden están ta-

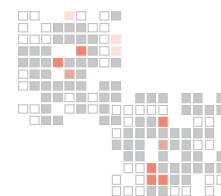
mizados por la subjetividad que resulta de sus intereses y puntos de vista, los medios de comunicación, a la vez que amplifican y enriquecen nuestros acercamientos a la realidad, nos ofrecen relatos parciales de ella.

La televisión es, en efecto, uno de los instrumentos más poderosos en la conformación de la idea que tenemos de nuestro entorno, lo mismo planetario que doméstico. La cobertura que alcanza la televisión abierta la ha convertido en una de las principales fuentes de identidad en muchas naciones. Hace casi un cuarto de siglo consideramos que, en México, “la televisión, a pesar de sus deficiencias, ha sido un novedoso elemento de integración nacional” (Trejo, 1988, p.16). No hay medio, ni institución política, que esté presente de manera tan intensa y cotidiana en la vida de los ciudadanos. En Brasil, por ejemplo, todos los días a las 20.30 horas el telediario de la Red O Globo, “Jornal Nacional”, que es sintonizado hasta en el 40% de los televisores, se convierte en la fuente de socialización de informaciones más relevante en ese país.

### 3. Identidad y medios. Nueve atisbos

La televisión, además, toma elementos de la cultura social y popular para esparcirlos dentro de cada país y, con frecuencia, más allá de las fronteras nacionales. Desde luego, como allí no hay tratamiento inocente, todo contenido que recoge ese medio es sometido a procesos de producción que lo ajustan a las perspectivas y formatos de la televisión.

Podemos recordar, con el profesor español Víctor Sampedro: “Toda comunicación es identitaria y las identidades mediáticas expresan las ilusiones, las esperanzas, los miedos y las ansiedades



## Los medios de comunicación concurren en la formación de las identidades de nuestras sociedades por lo menos de nueve maneras.

de vernos representados como quienes creemos que somos” (Sampedro, 2003, p.51). Toda comunicación participa en la edificación o ratificación de identidades y, cuando se trata de mensajes que llegan a millones de personas, favorece la creación de identidades colectivas. Los medios, en ese proceso, recuperan y recrean la realidad o se apropian de ella. Pero como no lo hacen de manera plena, lo que ofrecen son destellos, o fragmentos de la realidad. Los rasgos de identidad que los medios acogen y comunican, se convierten en clichés.

Los medios de comunicación concurren en la formación de las identidades de nuestras sociedades por lo menos de nueve maneras.

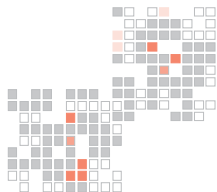
1. *Redención y apropiación cultural.* Los medios retratan y recuperan diversos rasgos de las culturas, expresiones o costumbres de las sociedades. Una manera de hablar, una fiesta local, una especialidad gastronómica, por ejemplo, serán tomados y ajustados de acuerdo con el formato del medio en cuestión. Los medios propagan, así, retazos de algunos de los elementos que pueden conformar la identidad de una colectividad. En ese proceso podrán darle alcance regional, o nacional, a esos segmentos de la cultura de nuestras sociedades. En toda América Latina mucha gente cree que los mexicanos hablamos como personajes de “El chavo del ocho”, la serie que durante varias décadas fue emblemática no solo de la televisión sino, al menos parcialmente, de nuestra sociedad en otros países de la región.

2. *La seducción de las marcas.* Los medios proponen y promueven rasgos para nutrir, complementar o definir las identidades de sus audiencias. Su vasta capacidad de propagación queda al servicio de la estandarización, habitualmente con

propósitos comerciales. Una marca de ropa, un equipo de fútbol, el nombre de un perfume, son señas distintivas creadas por las empresas para ser reconocidas pero se han convertido en emblemas de la identidad que las personas admiten o incluso buscan para mostrarse con ellos. Nike, Channel, Starbucks, Sony, Apple y desde luego McDonald’s, son denominaciones que todos reconoceríamos aunque nunca hubiéramos adquirido tales productos. “Soy totalmente Palacio” (el eslogan de la cadena mexicana de almacenes de ropa de diseño “El Palacio de Hierro”) expresa una definición jactanciosa pero inequívoca.

Con frecuencia, la crítica académica desdeñó las implicaciones simbólicas de esas firmas enfatizando que solamente se trataba de provocaciones al consumismo. Por supuesto son expresión de la cultura del consumo pero, junto con ello, las marcas son utilizadas como signos de identidad. Incluso, a menudo las empresas buscan que sus marcas sean asociadas con identidades específicas (mujeres solteras, homosexuales, tercermundistas) porque la diversidad vende más que la homogeneidad. La escritora Naomi Klein (2001, p.145 y ss.) comprendió claramente el significado de esa estrategia publicitaria a la que denominó “el marketing de la identidad”.

3. *Conformación de audiencias.* Los medios de comunicación se dirigen a las masas, se deben a ellas, las tienen como aspiración, coartada y objetivo. No hay medios masivos sin grandes audiencias. El público le confiere identidad al medio. Y éste, a su vez, convoca, amalgama y de esa manera les da una identidad al menos provisional a quienes conforman tal audiencia. Se trata de un intercambio desigual pero necesario. Los medios nada son sin los públicos. Los espectadores, oyentes o lectores



no se encontrarían en condiciones de presenciar, oír o leer mensajes si no fuera por la oferta de contenidos que les presentan los medios.

Los medios modelan a sus públicos como audiencias. Pero al recibir de manera simultánea el mismo mensaje, tales públicos funcionan como masa, así se trate de una masificación a distancia. Elías Canetti, pensador por excelencia de los impulsos y síndromes de las masas, encuentra en los teatros una de las expresiones de las masas pasivas:

*Se reúnen solos, a excepción de las congestiones menores ante las taquillas, los hombres encuentran solos su camino hasta la sala... Lo conocen todo: la pieza que se representa, los actores, la hora del comienzo y los espectadores colocados en sus asientos... Como un rebaño dispuesto a pastar, así permanecen los hombres sentados, tranquilos y con infinita paciencia. No obstante cada uno está muy consciente de su existencia separada... (Canetti, 1977, p.31).*

En aquellos concurrentes al teatro, Canetti encontraba la manifestación de una masa retenida cuya única posibilidad de actuar (es decir, de ponerse en acción) es al momento de aplaudir. Esa descripción recuerda la contemplación pasiva delante del televisor. La televisión nos masifica en tanto público, aunque sigamos siendo los mismos individuos que tenemos ocupaciones, inquietudes y perfiles diferentes cuando no somos televidentes. Delante de la pantalla somos una masa estática que comparte la experiencia de estar presenciando el mismo programa.

4. *Masas, parte del show.* La televisión nos confiere identidad masificada como televidentes pero, además, reivindica y transmite las identidades de muy variadas masas. A menudo los públicos que asisten a un espectáculo son parte de la escenografía televisiva. Los rostros y gritos de los concurrentes a un juego de fútbol son elementos constitutivos del espectáculo que ofrece la televisión. Los

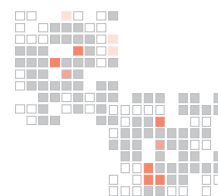
asistentes al estudio en donde se transmite una serie musical o de concurso, le infunden parte de su vitalidad a ese programa. En los mítines políticos, que cada vez son entendidos antes que nada como representación para que las cámaras televisivas graben algunos segmentos, los partidarios que vitorean y respaldan a un candidato son tan importantes como el candidato mismo.

La televisión crea masas a las que congrega físicamente para dotar de energía social y autenticidad a sus programas. En ocasiones, los televidentes encuentran en esas masas televisadas motivos de imitación y, por lo tanto, para mimetizarse con algunos rasgos de su identidad. Los aficionados al fútbol que hacen la “ola” cuando van al estadio porque antes la han visto por televisión, los espectadores de la velada de fin de año en Times Square que conocen ese ritual neoyorquino aunque jamás hayan asistido presencialmente, o las jóvenes que gritan histéricas al paso de un cantante de moda aunque nadie les sugiera que lo hagan, comparten y asumen esa cultura de las masas como protagonistas del espectáculo televisivo.

5. *Estereotipos en cadena nacional.* Empecinados creadores de estereotipos, los medios de comunicación hacen, de sus personajes, arquetipos machaconamente impuestos a fuerza de mostrarlos una y otra vez. No hace falta invertir demasiadas horas delante del televisor para constatar la repetición de situaciones, pero sobre todo de apariencias, en los protagonistas de los programas de más éxito. La televisión, por lo menos la que se sigue produciendo en casi toda América Latina, no se distingue por su vocación de búsqueda ni por su originalidad. De allí que proponga y recalque en los mismos modelos.

Hay una amplia literatura académica acerca de los paradigmas de belleza física que propone la televisión: chicas delgadas, con

*exceso de ejercicio, adicción por los gimnasios, fármacos, cirugías y productos ‘milagro’, a partir*



## La televisión cultural, sobre todo cuando es de carácter público, tiene (o debiera tener) entre sus prioridades, el rescate de la diversidad.

*de estrategias de mercadotecnia que inducen al consumo excesivo como fórmula mágica para alcanzar el 'ideal' de belleza, establecido culturalmente, y que es ampliamente promovido por los medios de comunicación (Bustos, 2011).*

Los medios no crean todos esos estereotipos pero los propagan con influyente intensidad. Pensemos, por ejemplo, en las imágenes que suelen difundirse acerca de musulmanes, judíos, chinos, mexicanos, etcétera.

6. *Resguardo cultural.* En otras ocasiones los medios de comunicación contribuyen a irradiar, y de esa manera preservar, rasgos de la identidad no mayoritaria de las sociedades y los grupos que las constituyen. Los medios no son únicamente mecanismos trituradores de identidades autóctonas. También pueden tener un desempeño a favor de la transmisión y posiblemente la conservación de las más variadas peculiaridades culturales. Así ocurre, por ejemplo, con los programas de televisión que recuperan relatos que se han conservado por tradición oral, o que muestran danzas regionales.

La televisión cultural, sobre todo cuando es de carácter público, tiene (o debiera tener) entre sus prioridades, el rescate de la diversidad. No es una tarea sencilla porque la articulación entre diversidad y calidad siempre estará sujeta a valoraciones subjetivas. En algunos países hay medios de comunicación expresamente dedicados a difundir rasgos identitarios específicos. En España, por ejemplo, varias de las televisoras autonómicas de carácter público están destinadas, antes que nada, a transmitir en catalán, gallego o euskera.

En tal sentido es similar la función de muchas radiodifusoras comunitarias en América Latina. Se trata de estaciones que han contendido por

su reconocimiento y que por lo general se encuentran afianzadas en colectividades populares, sobre todo indígenas y/o campesinas. Entre esas estaciones, se pueden encontrar

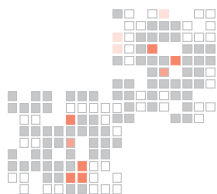
*radios de mujeres reivindicando sus derechos y su forma de querer ser vistas y tratadas por la sociedad; radios indígenas que defienden y fortalecen su identidad cultural en el marco de la realidad nacional; radios de jóvenes que proponen su visión, preocupaciones y formas de afrontarlas. La lista de proyectos específicos es tan amplia y heterogénea como la sociedad misma (Calleja y Solís, 2005, p.24).*

Esos medios reproducen rasgos identitarios como una manera de resguardarlos ante la posibilidad de que se extravíen o deterioren en medio de contextos desfavorables a la diversidad cultural<sup>1</sup>.

7. *Fabricación y explotación de la cultura popular.* Los medios de comunicación toman, transforman y reciclan las más variadas expresiones de cultura popular. Igual que con otros rasgos

antes descritos, podemos referirnos a un proceso de apropiación merced al cual los medios se apoyan en su gran capacidad para propagar conteni-

<sup>1</sup> Calleja y Solís (2005, p.32) explican así la manera como en esas radiodifusoras se concibe la identidad: "Hablar de identidad es reconocer y representar un lugar en la sociedad, un espacio de pertenencia social, una ubicación de funciones y roles de un grupo social dentro de una misma jerarquía, al mismo tiempo es el reconocimiento y representación de las formas en que vivimos, nos vemos y entendemos a nosotros mismos y a los demás. La identidad no se reduce al marco cultural, es también una variable profundamente política, porque se define en las dinámicas organizadas por el poder, ordena nuestra manera de ser y estar en el mundo, nos determina la vida y nos afecta en lo más íntimo".





dos para delimitar qué es lo popular. No se trata de una acción unilateral. Los medios de comunicación no actúan al margen de la sociedad sino en frecuente sintonía con ella. En ese proceso de interacciones, los productores de contenidos mediáticos tienen habilidad o sensibilidad, según se aprecie, para identificar, asimilar y aprovechar contenidos arraigados o apreciados en nuestras sociedades. Refiriéndose a la televisión pública, pero en procesos de interacción que pueden encontrarse en muy variadas empresas audiovisuales en nuestros países, el investigador chileno Valerio Fuenzalida explica:

*Hoy se constata en América Latina un proceso que reaprecia muchos productos y mensajes culturales cuya circulación con popularidad masiva se estima que ha constituido el más importante cauce para mantener una identidad cultural – regional por encima de los límites geográficos y de los conflictos entre los estados, y por encima de las disputas ideológicas que han dividido a las elites académicas; entre ellos la radionovela y la telenovela; el bolero romántico, la música popularailable como el tango, la samba, el corrido, la cumbia, los ritmos centroamericanos y caribeños; el rock latino, en particular entre los jóvenes de sectores populares urbanos; el antiguo melodrama cinematográfico producido en Argentina y México; el cine de personajes como Cantinflas; las formas populares de religiosidad cristiana; el arte religioso popular barroco y la música religiosa popular, las fiestas populares y carnavales; las artesanías regionales y locales, etc. La mayoría de estos bienes culturales han sido sucesivamente descalificados como «vulgares» por las elites latinoamericanas, añorando productos similares a los europeos. El hecho de que las elites políticas y académicas de América Latina no sepan reconocer las señales de identidad cultural que millones de latinoamericanos reconocen en la*

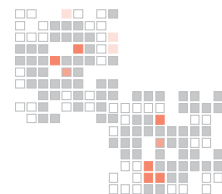
*telenovela y en otros productos culturales populares sólo concluiría en la alienación estética y el racismo cultural de esas elites en relación al pueblo latinoamericano (Fuenzalida, 1999).*

Los medios aprovechan, modifican, confeccionan incluso, pero también difunden, esas expresiones de la cultura popular. Pero esa cultura es cambiante y en ocasiones se rezaga respecto de los estereotipos. Cantinflas, la Virgen guadalupana, las telenovelas y los boleros son mexicanos pero no agotan todas las expresiones culturales de *lo mexicano*. Los medios de masas con frecuencia se limitan a reproducir las grandes pinceladas de esos clichés y no alcanzan a reflejar otras áreas, más novedosas y dinámicas, de la cultura popular –es decir, de la identidad que también en esos terrenos se construye en cada comunidad y nación–. El investigador George Yúdice, de la Universidad de Nueva York, examina el papel de los melodramas cinematográficos y televisivos en la identidad mexicana para, luego, añadir:

*Como en México también en Brasil, Argentina, Cuba y musicalmente en casi todos los países. Pero esa identidad colectiva o comunidad imaginada en los medios ha cambiado, y ya ni la ranchera, ni el tango, ni la rumba definen mexicanidad, argentinidad o cubanidad, si es que alguna vez lo hicieron para todos los residentes de esos países. Pero se nutre en la cultura real, no la inventa ni la suplanta (Yúdice, 2008, p.3).*

Los contenidos populares, igual que cualesquiera otros, quedan matizados y retocados por el formato de los medios de masas, especialmente la televisión. En ellos difícilmente habrá espacio para las expresiones culturales en extenso. Se trata, como explica el también chileno José Joaquín Brunner de

*la cultura del moderno carnaval popular, que no se detiene, que lo invade todo, que busca*



## En esa relación entre lo global y lo local, los medios además pueden servir como asidero cultural para quienes migran a otros países.

*llamar nuestra atención y retenerla por media hora, con su variada oferta de acción, entretenimiento, noticias, sexo, música, folletín, servicios utilitarios, consulta médica e innumerables viajes por el universo de la imaginación* (Brunner, 2007, p.99).

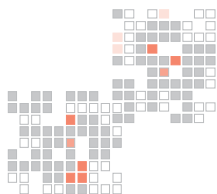
8. *Cultura glocal*. No hay una cultura global. Lo que existe, son diversas apreciaciones de los contenidos estandarizados por los medios de mayor propagación internacional. Los programas de la Fox y HBO, los deportes de ESPN, las caricaturas del Disney Channel y desde luego las noticias de la CNN, nutren a los consumidores de contenidos globales pero en cada sitio esos mensajes son decodificados de acuerdo con la circunstancia de cada comunidad. La cultura global deviene en glocal porque, además, convive con expresiones y contenidos domésticos local. Así que no somos idénticos cuando en cada uno de nuestros países presenciamos “Los Simpson”, “CSI” o el noticiero de Anderson Cooper. Compartimos narrativas semejantes que aprehenderemos de acuerdo con nuestros marcos de referencia.

En esa relación entre lo global y lo local, los medios además pueden servir como asidero cultural para quienes migran a otros países. En Estados Unidos esa ha sido la función, durante medio siglo, de la televisión en español. Creada para los estadounidenses de origen hispano, esa televisión se ha nutrido fundamentalmente de producción mexicana. Con el mismo propósito se han publicado diarios y semanarios en español. Música y fiestas cívicas, partidos de fútbol, telenovelas e incluso anuncios comerciales, difunden variados aspectos de la vida de México. Se trata de medios que refuerzan una identidad específica dentro del

crisol de nacionalidades que es la Unión Americana, especialmente en sus ciudades más grandes. En todas ellas ahora hay canales de televisión en árabe, ruso, mandarín y japonés, entre otros.

9. *Ídolos idealizados*. Todas las sociedades buscan ídolos, en cualquiera de las acepciones del Diccionario: “1. Imagen de una deidad objeto de culto. 2. Persona o cosa amada o admirada con exaltación” (RAE, 2001). Los ídolos contemporáneos son consagrados por los medios de comunicación. En los medios la sociedad encuentra identidades aderezadas por el enaltecimiento interesado, lo mismo que por la mitificación apasionada. Los medios proponen a sus públicos identidades de personajes notorios y cuyas temeridades, fortunas y vicisitudes son apropiadamente amplificadas para satisfacer los apetitos de entretenimiento o curiosidad de la gente.

No hay epopeya sin padecimientos, ni héroes sin ansiedades. Las identidades de los famosos mostradas por los medios son adecuadamente complejas para encandilar a sus públicos, a la vez que suficientemente esquemáticas para ser observadas con facilidad. Los medios son una incesante maquiladora de personajes, la mayor parte de los cuales cumplen ciclos de exposición muy breves para después ser desplazados por otros más recientes. Solamente las celebridades de muy intensa definición permanecen en el candelero mediático. La princesa Diana de Gales tuvo todos los atributos para ser estrella del escenario mediático: ascenso notorio, sufrimiento público, méritos propios, destino fatal. Sus admiradoras no quieren ser como ella, sino mantener en funcionamiento el culto a esa desventurada mujer. Esa idolatría forma parte del imaginario cotidiano de quienes no buscan imitar a Diana de Gales



pero incorporan tal recuerdo como una de sus prendas de identidad.

#### 4. Identidades líquidas

Los medios nos reflejan y nosotros, en concordancia, recreamos sus contenidos. El especialista colombiano Omar Rincón explica:

*La televisión — es lo más común que tenemos, sus mensajes son lo más compartido que nos habita. Entonces, habría que referirnos a la cultura como aquello que interpela de modo más contundente a una comunidad. La televisión, el fútbol, la moda y las músicas son tal vez nuestros lugares culturales más significativos; por lo menos, las representaciones más comunes que tenemos de nosotros mismos* (Rincón, 2007, p.30).

Esas imágenes que nos reflejan nunca son tan vívidas como las experiencias reales de cada uno de nosotros pero se encuentran en todas partes. Si los medios nos simbolizan, lo menos que se puede reconocer es que no resulta fácil construir identidades estables a partir de ellos porque el discurso mediático se despliega, experimenta mutaciones y se redefine a cada momento, en un vertiginoso proceso de cambios.

Los medios ofrecen abundantes contenidos, tanto para cumplir con su sempiterna persecución de la novedad como porque les resulta más sencillo manufacturar contenidos frívolos y lábiles pero cuantiosos, en vez de apostar a la permanencia de mensajes con densidad y calidad. En las sociedades contemporáneas, repletas de signos, imágenes, referencias y reflejos, todo el tiempo reelaboramos nuestra identidad tratando de elegir y consolidar los rasgos que nos definirán como individuos frente a los demás. En palabras de Zygmunt Bauman (2002, p.89): “La búsqueda de identidad es la lucha constante por detener el flujo, por solidificar lo fluido, por dar forma a lo informe”. Los medios de comunicación organizan parcial y pragmáti-

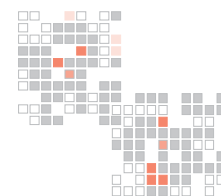
camente sus contenidos cuando nos proponen arquetipos identitarios. De allí habitualmente tomamos semblantes, talentos, estilos y propósitos que nutren de manera incesante, pero nunca plena, ese proceso en el cual concretamos nuestra identidad. Modas y mitos, ofrecen referentes pero de manera tan masiva, delante de tanta gente, que la creación de identidades nutrida en los medios suele circunscribirse a la repetición ordinaria e insípida de los estereotipos mediáticos. Se trata de: “Las mismas voces, las mismas imágenes, los mismos programas en cualquier lugar. Todo esto ha de repercutir en la identidad buscada”, considera el profesor Julián Pindado (2006, p.12).

Las identidades calcadas de los modelos mediáticos estandarizan a las personas, inhibiendo parte de su individualidad. Por eso mucha gente no encuentra arquetipos ni alicientes bastantes para nutrir en los medios sus necesidades identitarias. En los medios reconocemos, entonces, parte de lo que somos pero además mucho de lo que no queremos o no podemos ser. Las identidades que es posible constituir y explayar hoy en día son tan maleables que resultan diluidas, escurridizas, *líquidas* para emplear el término tan usufructuado por Bauman.

La identidad que construimos a partir de y en contraste con las referencias que nos ofrece nuestro entorno, incluyendo el entorno que confieren los medios, resulta insuficiente e inestable. Allí encontramos

*demasiados espejos y posibilidades. Todo este mundo mediado que nos circunda hace sospechosa la idea de una subjetividad fija, estable, y de una identidad única. De esta manera se ponen al desnudo las contingencias culturales y discursivas de nuestras nociones de yo e identidad* (Pindado, 2006, p.12).

Esa es una de las causas del éxito que ha tenido Internet como espacio complementario, y en ocasiones preferente, en la creación de identidades.



## En territorios como *Second Life* los internautas pueden jugar con personalidades variadas en una suerte de auto construcción de la alteridad.

### 5. En la Red, puentes con la otredad

En la Red de redes podemos simular identidades pero, sobre todo, robustecer la que ya hemos construido fuera de línea. Durante la primera fase en la recientísima historia de Internet descollaba la creación de filiaciones falsas o anónimas. Los flamantes cibernautas podían simular la personalidad que quisieran. Los nombres de usuario (*nicknames*) con que nos registrábamos en los salones de chat eran carta de presentación para esas identidades postizas o que no necesariamente se ajustaban a nuestra filiación fuera de la Red. Luego surgieron espacios lúdicos en donde los usuarios crean *avatares* suyos, o del personaje que desean construir, que los representan y expresan. En territorios como *Second Life* los internautas pueden jugar con personalidades variadas en una suerte de auto construcción de la alteridad.

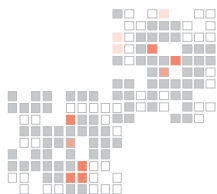
Una fase más reciente de Internet, que algunos denominan 2.0, propicia la participación y la creatividad. Aunque hay legiones de usuarios que aún practican una navegación fundamentalmente contemplativa, la posibilidad de singularizar opiniones y ejercer decisiones, colocar contenidos e interactuar con otros internautas, permite un empleo de la Red cualitativamente distinto al anterior. El usuario puede confeccionar la imagen que quiera que otros tengan de él mismo. Al manifestar preferencias culturales, religiosas, profesionales y políticas, anunciar su condición conyugal o la ausencia de ella, expresar qué tipos de amistades busca, opinar sobre lo que dicen otros y colocar sus fotografías, el usuario de redes como Facebook especifica los rasgos que podrán definirlo. Incluso es posible elegir el ámbito en el que cada usuario quiera exponer esos datos.

La información, en las redes sociales, nutre la

identidad de cada usuario. Si en la etapa previa los internautas se parapetaban en el anonimato o el seudónimo, ahora crean las expresiones de su identidad verdadera con meticulosidad de orfebre. En cualquier momento, si lo deseamos, podremos cambiar la fotografía que nos identifica, o la frase que hemos elegido como carta de presentación en esas zonas del ciberespacio. Pero los internautas saben que efigies y expresiones, así como los enlaces que compartimos a sitios y contenidos que nos han interesado, forman parte del perfil que buscamos nos defina al menos por esos rumbos del espacio público.

Los jóvenes han sido los usuarios más asiduos de Internet. Quienes formamos parte de otras generaciones suponemos que esa participación intensa se debe a que los jóvenes dominan de manera intuitiva las tecnologías digitales. Es cierto, pero casi nunca nos preguntamos por qué tienen tal facilidad. Nadie nace, al menos todavía, con un chip incrustado en la mollera. Los jóvenes emplean las nuevas tecnologías con gran facilidad entre otros motivos porque han sabido hacer de ellas recursos de expresión, socialización, autonomía y libertad. Los muchachos a menudo encuentran en las redes cibernéticas el espacio de convivencia que no siempre tienen en las agobiadas familias, la crispada sociedad o los inciertos espacios urbanos de nuestros días. Internet no sustituye a ninguno de esos ámbitos pero los complementa. En las redes sociales los jóvenes hallan terreno propicio para mostrarse, al mismo tiempo que se enlazan con otros con intereses similares.

La colocación de imágenes y frases es parte de la socialización y viceversa. Antes, en una frase atribuida a Albert Camus, se presumía que a partir de cierta edad, con frecuencia ubicada alrede-



dor de los 40, cada hombre es responsable de su rostro. Hoy en día cada joven es responsable de su Facebook.

La Red establece nuevas y enormes posibilidades para crear, reforzar o incluso difuminar identidades, lo mismo que para irradiarlas o enmascararlas. Los jóvenes son anticipada o prematuramente responsables de esa develación que hacen de sus rasgos propios. Identidad, en tales niveles de exposición, puede ser intimidad pero también búsqueda de la diversidad y la otredad. Somos lo que sabemos, queremos y tenemos, pero también somos gracias a los otros. La identidad se forja en contraste pero también en aproximación con los demás. Octavio Paz disertaba y creaba a menudo acerca de la “otredad”, pretendida siempre por el ser humano y a la que el poeta mexicano encontraba en la que el español Antonio Machado denominaba la “esencial heterogeneidad del ser” (Paz, 1973, p.137). Si somos heterogéneos por naturaleza, será pertinente admitir que más que una, definida e inmóvil, tenemos identidades múltiples que se reconstituyen en reciprocidad con los otros. En Internet los individuos pueden ser personas con más flexibilidad que en muchos de los espacios físicos que hay fuera de línea. Ante la volatilidad de las identidades líquidas, sobre todo cuando tienen como referencia o escenario a los cambiantes medios de comunicación convencionales, en Internet es posible *fijar* la identidad de cada quien.

En las redes digitales así como en otros espacios, la definición de la identidad, ya sea social o

individual, es asunto de contrastes, pero también de interlocuciones. Nos construimos en nuestro contexto, en articulación con más que en rechazo a los otros. Pero no podemos encontrar a los otros si estamos cercados por los mensajes habitualmente unidimensionales de los medios de comunicación de masas. Por eso es tan importante el contraste crítico con ellos y para eso sirve la expresión en las redes digitales. Con razón, el investigador Omar Rincón ha proclamado:

*La identidad es la lucha por la afirmación de un lugar en el mundo, uno propio, uno en el cual uno siente que pertenece. La identidad es un acto político, porque consiste en afirmarse diferente, con necesidades y expectativas propias, con posibilidad de mundos propios. La identidad no es solo algo que somos y ya, es política, porque es un acto intencionado de construirse un lugar en lo público* (Rincón, 2007, p.29).

Esa construcción de uno mismo jamás se puede alcanzar en singular. Octavio Paz (1997, p.415) lo dijo de manera inigualable:

*nadie acaba en sí mismo,  
un todo es cada uno  
en otro todo,  
en otro uno.  
El otro está en el uno,  
el uno es otro;  
somos constelaciones*

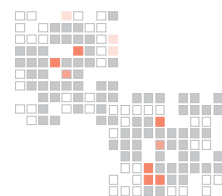
## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BAUMAN, Zygmunt, *Modernidad líquida*. México: FCE, 2002.

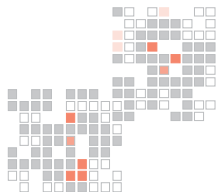
BRUNNER, José Joaquín, *Televisión: negocio versus cultura*, In: RAMPAPHORN, Nancy y CARRASCO, Eduardo, eds., *Cultura y televisión, una relación posible*. Santiago de Chile: LOM Ediciones y Consejo Nacional de la Cultura y las Artes, 2007.

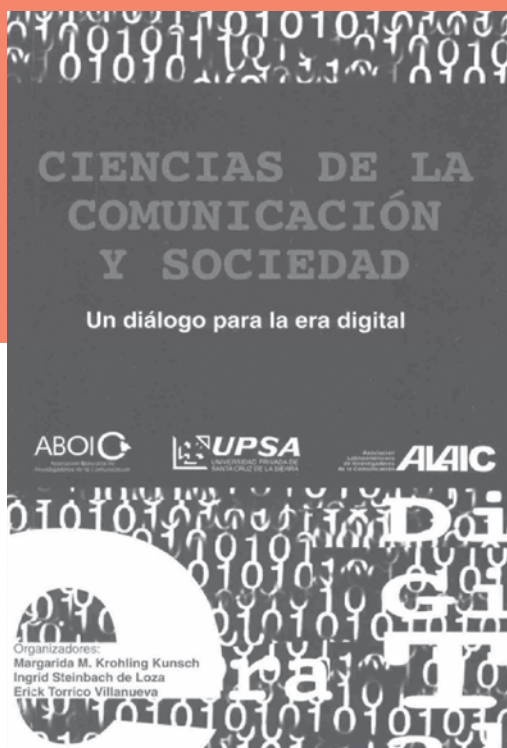
BUSTOS Romero, Olga, *Los medios y la construcción de género: Factor de riesgo para trastornos alimentarios como anorexia y bulimia*. In: *Derecho a comunicar*, número 2, mayo – agosto de 2011. Disponible en: <http://www.derechoacomunicar.amedi.org.mx>

CALLEJA, Aleida y SOLÍS, Beatriz, *Con permiso*. La radio comunita-



- ria en México. México: AMARC y Fundación Ebert, 2005.
- CANETTI, Elías, *Masa y poder*. Barcelona: Muchnik, 1977.
- FUENZALIDA, Valerio, Situación de la televisión pública en América Latina. In: *Diálogos de la comunicación*, Lima: FELAFACS, Número 53, marzo de 1999. Disponible en: [http://www.dialogosfelafacs.net/revista/dialogos\\_epocadet.php?ed=82&cod=37](http://www.dialogosfelafacs.net/revista/dialogos_epocadet.php?ed=82&cod=37)
- KLEIN, Naomi, *No Logo. El poder de las marcas*. Barcelona: Paidós, 2001
- MONSIVÁIS, Carlos, *Aires de familia*. Cultura y sociedad en América Latina. Barcelona: Anagrama, 2000.
- PAZ, Octavio, *El arco y la lira*. México: FCE, tercera edición, 1973.
- PAZ, Octavio, Cuento de dos jardines, In: *Obra poética (1935 – 1970)*. México, FCE, 1997.
- PINDADO, Julián, Los medios de comunicación y la construcción de la identidad adolescente. In: *Zer* número 21, 2006.
- RAE, Real Academia Española, *Diccionario de la Lengua Española*. Madrid, 2001.
- RINCÓN, Omar, Televisión e identidades: hacia una construcción (+) diversa de la realidad, In: In: RAMPAPHORN, Nancy y CARRASCO, Eduardo, eds., *Cultura y televisión, una relación posible*. Santiago de Chile: LOM Ediciones y Consejo Nacional de la Cultura y las Artes, 2007.
- SAMPEDRO Blanco, Víctor Fco. Identidad y medios nacionales en la diáspora, In: SAMPEDRO Blanco, Víctor Fco. ed., *La pantalla de las identidades*. Medios de comunicación, políticas y mercados de identidad. Barcelona: Icaria, 2003.
- TREJO Delarbre, Raúl, coord., *Las redes de Televisa*. México: Claves Latinoamericanas, 1988.
- YÚDICE, George, *Medios de Comunicación e Industrias Culturales, Identidades Colectivas y Cohesión Social*. San Pablo, Brasil y Santiago de Chile: Instituto Fernando Henrique Cardoso y Corporación de Estudios para Latinoamérica, 2008.





■ **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.

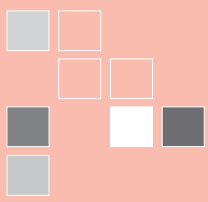
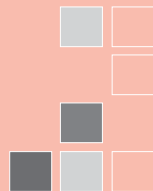
EDITORIA: EDITORIAL UPSA, SANTA CRUZ DE LA SIERRA, BOLIVIA.



■ **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 midiaticização social.

EDITORIA: UNISINOS – RS – BRASIL



# ENSAIO SOBRE A INCOMUNICAÇÃO

ENSAYO SOBRE LA INCOMUNICACIÓN

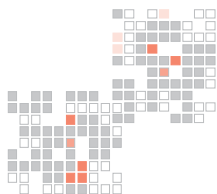
*ESSAY ABOUT INCOMMUNICATION*

## Ciro Marcondes Filho

■ Professor titular da Escola de Comunicações e Artes da USP. Publicou recentemente *Fascinação e miséria da comunicação na cibercultura* (Porto Alegre, Sulina, 2012) e tem no prelo a obra *Das coisas que nos fazem pensar, que nos forçam a pensar. O debate sobre a Nova Teoria da Comunicação*, São Paulo, Ideias e Letras, 2013.

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

40





## RESUMO

Comunicação é um acontecimento raro. Não tem nada a ver com transmissão ou transferência. É apenas uma relação que pode ser ou não estabelecida. Deixamos de comunicar porque não queremos comunicar ou porque não o conseguimos. O conceito de comunicação e a crítica às teorias circulantes são feitos no debate com José Luís Braga e seus comentários a respeito de nosso conceito de comunicação.

**PALAVRAS-CHAVE:** COMUNICAÇÃO; INCOMUNICABILIDADE; NOVA TEORIA DA COMUNICAÇÃO.

## RESUMEN

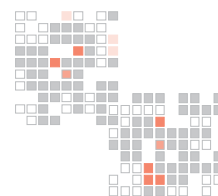
La comunicación es un evento raro. No tiene nada que ver con la transmisión o transferencia. Sólo es una relación que se puede establecer o no. No logramos comunicarnos porque no quieren comunicar o por qué no tuvo éxito. El concepto de la comunicación y la circulación teorías críticas se hacen en la discusión con José Luis Braga y sus comentarios sobre nuestro concepto de comunicación.

**PALABRAS CLAVE:** COMMUNICATION; NO-COMMUNICATION; NEW THEORY OF COMMUNICATION

## ABSTRACT

Communication is a rare event. It has nothing to do with transmission or transfer of anything. It is only a relationship that can be established or not. We stop communicating because we do not want to communicate or because we do not succeed in it. The concept of communication and the criticism on the circulating theories are done in the discussion with José Luis Braga and his comments regarding our concept of communication.

**KEYWORDS:** COMUNICACIÓN; INCOMUNICACIÓN; NUEVA TEORÍA DE LA COMUNICACIÓN.



## 1. O fático, a paixão e a comunicação

Quando Marcel acariciava Albertine, quando ele a tinha sobre seus joelhos e sua cabeça sobre suas mãos, ele sentia que manuseava uma pedra que encerrava a salina de oceanos imemoriais; ele percebia que tocava somente o invólucro fechado de uma pessoa, que, como todos nós, era um ser insondável, do qual muito pouco se poderia conhecer. Como ela, somos todos dotados de uma incomunicabilidade de origem. Jamais o outro poderá nos conhecer, e nós, o outro. Não conseguimos sair de nós, dizia Lucrécio, tudo que conhecemos do outro é somente a partir de nós mesmos.

A comunicação, portanto, no sentido de partilhar, de tornar comum, de dividir, de comungar um acontecimento, uma vivência, uma sensação, é um equívoco. Nada pode ser tornado comum. Fatos, sentimentos, emoções, experiências são ocorrências únicas e singulares, pertencem a cada um e à sua história, e qualquer coisa que uma pessoa tenha experimentado, vivenciado e registrado jamais poderá ser conhecido por outra (conhecido no sentido de incorporado da mesma maneira). Cada uma irá vivê-la, senti-la à sua maneira. Nada se passa, nada se repassa. Por isso, comunicação não é transmissão, transferência, deslocamento de nada. Essas definições carregam em si a ideia equivocada de que há um objeto, uma coisa, algo que é movido de um ao outro.

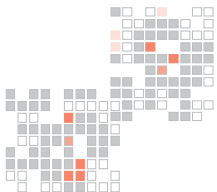
O Outro para nós será sempre um mistério, uma caixa preta, do qual muito pouco podemos conhecer. Mas é exatamente nessa insondabilidade do Outro, em seu caráter totalmente impenetrável, que há a chance da comunicação. Isso porque enquanto nos mantemos fechados ao Outro, à alteridade que nos provoca o tempo todo, não participamos do mundo, não conhecemos nada, não nos defrontamos com o desafio daquilo que não somos nós. A comunicação, portanto, não tem objeto: eu não comunico “algo” a alguém, a comunicação simplesmente acontece. Um filme *nos comunicou*. Apenas isso. Ponto final. Não

há o “que” ele nos comunicou. Não comunicou *algo*, porque, neste caso, ter-se-ia novamente a materialidade da comunicação, seu caráter metafísico. Comunicação ocorre, geralmente, na forma passiva: eu sou comunicado (mas não no sentido que “sou comunicado de que o Sr. Fulano faleceu”, pois, nesse caso, estou sendo apenas *informado*). Apenas, sou comunicado. Enquanto emissor, eu emito sinais que podem ou não atingir o outro. São minhas tentativas, minha intenção. Mas, somente *enquanto receptor*, posso efetivamente afirmar que a comunicação ocorreu.

O filme me comunicou, no sentido de que me alterou, me provocou, me incomodou, perturbou minha estabilidade de um sistema fechado. No momento em que eu me expus ao Outro, à alteridade radical que ele portava, algo aconteceu nesse encontro que levou ao desarranjo. Trata-se do Acontecimento comunicacional.

A vivência cotidiana confunde a mera troca de sinais com comunicação. Ora, as relações fáticas existem apenas para testar o funcionamento do canal, não para comunicar. O pesquisador espanhol Carlos Castilla del Pino (1970) diz que quando duas pessoas se encontram, a comunicação se dá por “esferas tangentes”, periféricas, que exibem apenas imagens e papéis. Isso é a “comunicação” fática; mas seu conceito de comunicação ainda peca pelo vínculo à definição tradicional do termo, talvez não nas formas de autocomunicação, em que se é interlocutor de si mesmo, mas, seguramente, nos seus exemplos de confidencialidade e comunicação amorosa.

Consideremos os casos de afeto. O amor e a paixão, diferente de Eros, tampouco podem ser vistos como fenômenos de comunicação. Enquanto modalidade de relacionamento afetivo, a paixão demarca uma tensão incontrolável em um, e, às vezes, em ambos os seres, marcada pelo sofrimento e pela violência. Trata-se da aspiração de tornar finito aquilo que é em princípio infinito, a saber, a posse do outro. Enquanto relação dessimétrica,



impenetrável, incapturável, mistério, ocupação da interioridade da própria pessoa, da sua autonomia, enquanto uma alteridade à qual o Ego se submete e que não será jamais posse sua, o ser por quem se está apaixonado corresponde às atribuições da alteridade radical que permite a comunicação. Ele deixa de ser comunicação quando essa acolhida do outro em nós mesmos já não é tranquila, ao contrário, é desespero, prisão em vez de libertação, quando Ego é acometido pelo desejo jamais realizável de captura e posse de Alter.

Uma paixão pode serenizar-se na forma de amor. Nesse caso, desaparece a violência e o desespero, cria-se o contrato. Aí, o Ego se pacifica, busca a homogeneidade com o Alter, que perde sua capacidade de comunicar, o exercício de sua alteridade radical que poderia provocar quebras, rearranjos, alterações. Instala-se uma paz serena, o Eu satisfaz-se com o Outro, nesse tipo de sociabilidade a dois, em que duas solidões são “refratárias à universalidade” (Levinas, 1954, p.43-44; p.62).

Eros não é amor, nem paixão. Será sempre infinito em sua indevassabilidade. O atributo do Outro, nesta circunstância, de jamais poder tornar-se meu ou minha o faz provedor permanente da comunicação. Por isso, acreditava Georges Bataille, que nós não nos comunicamos, exceto no erótico (Bataille, 1957, p.238-239). Essa proximidade que Eros nos proporciona revela, paradoxalmente, a distância absoluta do Outro. É o próprio Emmanuel Levinas que aponta, na citação desse Capítulo, que “o que se apresenta como fracasso da comunicação no amor constitui precisamente a presença dela como outro”. O outro enquanto outro não é aqui um “objeto que se torna nosso ou que se torna nós; ao contrário, ele se retira em seu mistério” (Levinas, 1979, p.78).

## 2. A incomunicação

Castilla del Pino (1970, p.60) defende a tese de que a incomunicação ocorre porque nossas falas e sinais perdem-se no trivial e no frívolo. Afora isso, haveria um amplo setor do homem preen-

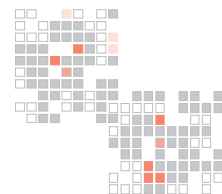
chido pelas coisas que não se fala ou que não se sabe dizer, sugerindo, talvez, a retomada da frase de Wittgenstein, de que sobre aquilo que não pode dizer, deve-se calar.

Mas, às vezes, as pessoas se calam porque querem, ou porque isso faz parte do funcionamento de seu psiquismo e isso não é incomunicabilidade. O médico e psicanalista inglês Donald Winnicott (1963) diz que num mesmo indivíduo podem coexistir a vontade de comunicar e o desejo de não comunicar. É o caso do artista, diz ele, que pretende sensibilizar o público ao mesmo tempo em que tem a necessidade de não ser decifrado. Ou então, quando o menino escreve em seu diário “Meu caderno secreto”, e que estaria, segundo ele, sugerindo ao outro que o lesse (Winnicott, 1963, p.168). Haveria, para Winnicott, um “eu verdadeiro”, espaço silencioso que se mantém sempre (sadiamente) fechado, jamais “se comunicando”, e um setor que busca sinalizar fatos, falas e sentimentos ao mundo.

Winnicott diz também que as pessoas têm necessidade de compartilhar seus assuntos com os outros, mas ficam, igualmente, isolados; cada um está “permanentemente sem se comunicar, permanentemente desconhecido, na realidade nunca encontrado” (1963, p.170).

Esse isolamento, que para ele é “normal”, é, para Castilla del Pino (1970), algo de problemático. A multidão, diz este último, vive como se o isolamento não existisse. Trata-se de um viver que é em companhia do outro, mas essa companhia é ilusória, pois, para ele, as pessoas não têm consciência da incomunicação, ficam apenas falando, qualquer coisa, não importando aquilo que ele chama de “relação mais íntima com o outro”. A comunicação deles seria essa própria incomunicação estruturada no jocoso, em que nada de sério é tratado, tudo fica no frívolo e no insubstancial.

Para este estudioso, as pessoas não se comunicam porque temem a comunicação, e esse temor ou essa angústia se deve ao fato de a pessoa ter que se abrir diante do outro. Haveria, portanto,



um “dinamismo de defesa” adotado pelas pessoas, uma resistência de cada um para não realizar o efetivo convívio social, para que a presença do Outro não pudesse servir para que a pessoa se desarmasse e realizasse efetivamente uma experiência de oxigenação das ideias e dos comportamentos.

É na confidencialidade que Castilla del Pino (1970) reivindica a autêntica comunicação. Mas a confidência pode ter efeitos distintos. Quando alguém revela a outro algo de secreto, o efeito pode ser de mero mexerico, bisbilhotice, intriga ou moralismo. Pode ocorrer certo compartilhamento na depreciação de um terceiro, fato esse que contribui apenas para reforçar o próprio moralismo, a cumplicidade dos interlocutores, não para realizar a comunicação. Esta viria talvez não com a confidencialidade mas com a preservação do Outro em situação não secreta mas solidária. Eu me renovo, me arejo, evoluo minhas ideias e minha visão do mundo abrindo-me ao Outro, recebendo dele os *insights* que me fazem pensar.

Outro pensador espanhol, Max Colodro, vincula a incomunicabilidade ao excesso de palavras, à verbosidade que se instalou no cotidiano (Colodro, 2000, p.66). A incomunicação, ou seja, “a consciência do vazio de referentes por detrás das palavras” teria produzido, como resultado perverso, o excesso de palavras, a saturação informativa. As pessoas, então, estariam “condenadas a falar”, falar de tudo e constantemente, pois as palavras seriam a única coisa de sólido a que se agarrar.

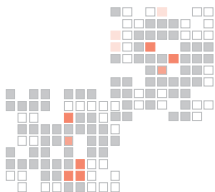
A comunicação, para Colodro, se reduz, assim, ao intercâmbio informativo e isso debilita o vínculo comunicacional, “espaço social em que a legitimidade do *Outro* é premissa da *coparticipação*” (2000, p.66). Não se sabe se é exatamente isso que acontece. A necessidade de uma densidade nas palavras pode sugerir uma nostalgia do conteúdo, em última instância, um desejo de metafísica. Exatamente por reivindicar o acoplamento de um significado num significante específico que Saussure foi acusado de metafísico.

### 3. As microdiferenças e o bombardeamento do novo. Debate com José Luís Braga

José Luiz Braga trabalha com uma definição minha de comunicação relativamente antiga, ou melhor, provisória para aquela época, a saber, a do livro *Até que ponto, de fato, nos comunicamos?* (Marcondes Filho, 2004). Nestes últimos sete anos, o conceito evoluiu consideravelmente, fato este testemunhado pelas publicações posteriores, como o verbete “comunicação” no meu *Dicionário da Comunicação*, a obra *Para entender a comunicação*, de 2008, e a mais recente, o tomo 5 de *O princípio da razão durante*.

No livreto comentado por Braga, eu definia comunicação como algo muito raro, ela seria a possibilidade de driblar a proibição de se comunicar imposta pela sociedade da comunicação. Essa tese eu não renego, de forma alguma, mas amplio, desenvolvendo o sentido já indicado naquela época, de comunicação ser efetivamente interação, *pela qual surge algo verdadeiramente novo* (2004, p.88). O que foi descartado nos estudos posteriores foi a ideia, ainda relativamente confusa de comunicação, que Braga traduz como “algo que articula, integra, vincula e cria reconhecimento mútuo” (Braga, 2010, p.69), o que parece ser o mesmo que ele chama de “comunicação-comunhão”. Efetivamente não é isso.

Comunicação, segundo a Nova Teoria, não tem nada a ver com comunhão. O equívoco talvez se deva ao argumento trazido naquela obra, no final do comentário sobre as insuficiências de Niklas Luhmann, de que nós fazemos parte da “carne do mundo” (Merleau-Ponty), que o mundo entra em nós e nós nele. Ora, esta alusão ao filósofo francês só tem a ver com sua oposição a Husserl, para quem o processo de construção de sentido – de *expressão*, na linguagem husserliana – era produto exclusivo da minha consciência. Merleau-Ponty corrige Husserl ao transferir essa operação à nossa relação com o mundo. Nossa consciência, enquanto tal, não existe; ela é parte



de um conjunto no qual nos dissolvemos, a carne do mundo. Esta afirmação, por seu turno, pode conduzir sub-repticiamente à alusão equivocada de que há, de fato, de um “partilhamento” dos conteúdos comunicacionais.

E a comunicação é um processo muito raro porque envolve uma relação qualitativa com o mundo, que supõe minha disponibilidade de receber esse novo, um encontro com a alteridade do Outro, uma experiência efetivamente diferente com aquilo que me acontece. São fenômenos qualitativos, jamais redutíveis à lógica da proporcionalidade ou da fragmentalidade, como sugere Braga, e que comentarei em seguida.

Braga não aceita que não nos comunicamos ou que nos comunicamos muito raramente. Para ele, essa tese é muito ampla e excludente, pois, a comunicação “se realiza probabilisticamente, com graus variados de sucesso” (Braga, 2011, p.6). Quer dizer, há “formas menores” que não devem ser desprezadas. Existiriam, assim, comunicações grandes, médias e pequenas, cujos critérios de mensuração, entretanto, não são expostos muito claramente. Aplicadas a funções estatísticas, isso significaria dizer que índices de comunicabilidade variam de 0 a 1, quando chegam à comunicação máxima.

O problema, a meu ver, está exatamente na fragmentação. O que é, efetivamente, uma comunicação *menor*? Diz Braga:

*Comunicação não é só aquela de valor alto, do sucedimento precioso e raro – mas toda troca, articulação, passagem entre grupos, entre indivíduos, entre setores sociais – frequentemente desencontrada, conflitiva, agregando interesses de todas as ordens; marcada por casualidades que ultrapassam ou ficam aquém das intenções (que, aliás, podem ser válidas ou rasteiras)* (Braga, 2010, p.69).

Por aí, também se vê que seu conceito de comunicação ainda é marcado pela “doença infan-

til” das teorias da comunicação, que, a exemplo do esquema canônico de Shannon, a interpretam como *coisa*. Comunicação como algo que eu passo de mim ao outro, semelhante a um líquido, a matérias, a objetos que eu ponho de um lado de um cano ou de um tubo e que saem pelo outro lado; comunicação como sendo um elemento que extraio da minha cabeça e transfiro à cabeça do outro, enxertando-a lá dentro.

Esta é a concepção metafísica da comunicação, que a vê como presença real, algo “em si”, que circula, que corre, que é repassado. Mas a figura da troca é um equívoco: eu não troco nada. O que sai de mim não é o que o outro incorpora; em sua mente *produz-se* algo diferente. Como diz Heinz von Foerster: ela é a “representação interna de um organismo que interage com uma representação interna de outro organismo” (Von Foerster, 1985, p.85). Tampouco articulação, pois não se pode dizer que minha frase se articule com a sua ou vice-versa, da mesma forma como membros são articulados, ligados entre si por encaixes flexíveis, pois, aqui também sobrevive a ideia de “coisa atrelada”.

Todas essas figuras (troca, articulação, passagem, mas também transmissão) remetem às definições metafísicas, porque calcadas em figuras positivistas da presença, da existência real, da coisa ter que se mostrar para poder ser validada. Nos primeiros textos de comunicação, especialmente na escola empirista, a comunicação teria que ser reduzida a valores mensuráveis. Afinal, o matemático Claude Shannon buscava medir os conteúdos comunicacionais pelo grau de raridade da ocorrência estatística de termos numa transmissão telegráfica. Ele reduzia um fenômeno social humano a unidades matemáticas de medida. Ele conseguia dizer o quanto um texto tinha de novidade sem precisar proceder a uma investigação sobre seu conteúdo explícito...

Voltemos aos “graus variados de sucesso”. Diz Braga que a comunicação *tentativa*



*se refere mais propriamente ao que a sociedade tenta viabilizar nas suas interações do que ao esforço de atingir objetivos diferenciados pelos participantes. Em cada modo ou processo social, a sociedade gera tentativamente (em modo prático) determinados padrões para seu funcionamento. Tais práticas acabam se organizando em dispositivos variados, que de algum modo ‘modelam’ o funcionamento comunicacional que aí ocorre (Braga, 2011, p.6).*

A tentativa do participante é, para ele, algo relevante de sua tese (Braga, 2010, p.72). Pelo que se pode depreender, é o fato de o emissor tentar transmitir e o receptor tentar uma interpretação da mensagem de forma coerente com o ponto de partida, na emissão (Braga, 2010, p.72). No caso do receptor, trata-se, mais uma vez, da capacidade de decifrar um código: eu faço minhas tentativas, se eu decifro convenientemente, então, isso significa que eu entendi, que a comunicação ocorreu. Persiste aqui um modelo pré-luhmanniano, de Shannon, dos anos 50. Não se trata de um formato ambicioso no que se refere à pesquisa da comunicabilidade de nossos atos e palavras, dos grandes meios de comunicação e das formas digitais. A questão é que, sendo técnico, com ele fica-se sempre à margem do que está efetivamente acontecendo.

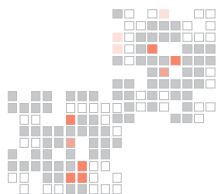
Para Braga, comunicar, em última instância, é a possibilidade de um emissor transmitir e o receptor entender o que ele está falando. São tentativas de deciframento adequado. É C entendendo pouco e B compreendendo um pouco melhor o que A pretendia dizer. Ainda não saímos das condições elementares da comunicabilidade humana; continuamos nos primórdios discutindo que termos devemos usar, como sermos mais claros, de que recursos utilizar para que nosso interlocutor entre na mesma linha de sintonia conosco.

E há graus variados de sucesso. É aqui, exatamente aqui que se instala nossa diferença maior. Para a Nova Teoria não há um sucesso pequeno,

médio ou grande. A comunicação ou acontece ou não acontece, geralmente em dimensão discreta e pessoal. O receptor tem que sentir o choque transformador derivado do contato com a alteridade, com aquilo que o atinge, o provoca, o faz pensar, o força a pensar. Caso contrário, nada ocorreu. A comunicação acontece de um golpe: há uma mudança de estado. Quando o receptor descarta aquilo que vindo de sua interação com o Outro lhe é inconveniente, nada aconteceu, a coisa não produziu nada, morreu ali. Passa-se ao largo dela, ignora-se. Não somando nada às suas necessidades informativas ela é descartada como todos os demais sinais. E isso se faz constantemente, o tempo todo. Passamos a parte absolutamente majoritária de nossa existência descartando a comunicação, adicionando dados à nossa autoconfirmação. Por isso, os episódios comunicacionais são raros. São, em geral, ocorrências subjetivas, discretas – diferentemente do Acontecimento para os filósofos -, mas que, pelo componente disruptivo, o incorpóreo nela instalado, nos leva a pensar e a mudar.

A finalização do processo vai ocorrer, na teoria de Braga, com a realização do *sentido*: “Assumimos que interpretação e ajuste reverberam mutuamente – ajustamos o sentido percebido, percebemos o sentido conforme os ajustes possíveis ao nosso repertório” (Braga, 2010, p.76). Há aqui explicitamente a noção de que o sentido pré-existe, que está lá, que se trata de percebê-lo, ajustá-lo, considerá-lo. Para Braga, sentido jamais é uma produção, algo que ocorre no próprio acontecimento comunicacional, como coisa surgida dali. Se consideramos o sentido como algo sempre-já-dado, que nos compete apenas reconhecê-lo, estaremos condenando a comunicação a algo morto, definitivo, absoluto. Estaremos mais uma vez no modo de pensar metafísico.

José Luiz Braga está também interessado na previsibilidade da comunicação: “(...) dois ângulos caracterizam a perspectiva de que a comuni-



## Para a Nova Teoria, o ocorrência ou não da comunicação tem a ver com a intencionalidade do receptor, ou, melhor ainda: com sua *decisão*.

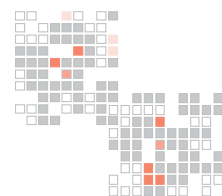
cação é tentativa. Pelo primeiro ângulo, os episódios comunicacionais são probabilísticos – significando que *alguma coisa relativamente previsível pode acontecer*” (Braga, 2010, p.70). Ora, a previsão é um cálculo; é a suposição de que algo possa ocorrer obedecendo certas regularidades e controlados certos fatores interferentes. Toma-se aqui a comunicação como um projeto que pode ser administrado. Se eu aumentar a eficácia de meus procedimentos (minha linguagem, minha forma expressiva, recursos de entendimento, etc.), há a probabilidade de eu conseguir melhores resultados futuros ao meu intento. Estamos no campo das previsões, das projeções, da programação. Toda essa engenharia do evento comunicacional só pode ser entendida como um procedimento tecnocrático, da mesma forma que o são as campanhas publicitárias, os cálculos financeiros, as especulações econômicas e políticas.

Mas, nesta altura, me ocorrem duas citações do próprio Braga que parecem contradizer o que foi exposto antes: “O que em um regime seria considerado sucesso pode ser visto, em outro regime, como frustrante” (Braga, 2010, p.71). “(...) O que significa que deve ser difícil, senão impossível, estabelecer critérios apriorísticos para o *sucesso* na tentativa interacional que é a comunicação” (Braga, 2010, p.71). Com efeito, o critério de sucesso marcado pelo fato de o receptor buscar uma interpretação da mensagem de forma coerente com o ponto de partida, na emissão, é um critério questionável, porque não fala nada da comunicação mas apenas de sua condição prévia de realização. Em outros termos, o sucesso (houve resultados, eu interpretei coerentemente) pode implicar, como ele diz, em “frustrações”. Não pode haver, de fato, critérios apriorísticos,

mas note-se bem, *quantitativamente* apriorísticos, pois estes tenderão fatalmente a conduzir a pesquisa para um modo de pensar calculista, tecnocrático, em última análise, manipulador.

Quando ele fala que “o resultado das interações comunicacionais será talvez tanto mais provável quanto menos modificador das relações sociais e humanas; e tanto menos provável quanto mais modificador” (Braga, 2010, p.73), encontramos um terreno comum para sairmos do paradigma tecnocrático e nos aproximarmos do modelo efetivamente comunicacional. O que significa dizer que uma interação comunicacional é mais e é menos modificadora? Por que motivo esta é mais provável que aquela? Para isso, Braga terá fatalmente que desembocar na *nossa* definição de comunicação.

Para a Nova Teoria, o ocorrência ou não da comunicação tem a ver com a intencionalidade do receptor, ou, melhor ainda: com sua *decisão*. Enquanto eu permanecer isolado ou me isolando do universo em meu redor, nada me atingirá; serei aquele indivíduo do modelo luhmanniano que só percebe o mundo através de sua janela e não se mistura jamais com ele. Este indivíduo está fechado à comunicação. Ele lê notícias no jornal, adquire livros, conversa com amigos, dialoga em *chats* da internet mas nada o atinge; seu autoenclausuramento é radical, seu sistema de controle não admite divergências. Tudo para ele são informações, que ele busca e usa como formas de reforço de suas posições, de argumentos que utilizará contra opiniões adversas. A comunicação, ao contrário, é autorização, é permissão, é contato com o diferente, o estranho, o incomum. Aquilo que não sou eu, isso sim pode provocar em mim transformações, alterar meu quadro, permitir que eu me transforme e, assim, demonstre que



ainda estou vivo, ao contrário do caso anterior, em que o indivíduo enterra-se vivo em suas próprias convicções e nega a vida.

Pelo fato de sermos, na vida cotidiana, mais defensivos, mais conservadores em nossas posições, pois elas nos tranquilizam, por esse mesmo motivo, as interações comunicacionais mais prováveis serão as que menos modificam nossas relações sociais e as menos prováveis, as que efetivamente alteram. Mas são estas últimas que importam, que definem nossa situação de estarmos vivos e não mortos-vivos.

Braga, assim como nossa proposta, advoga que o mesmo conceito de comunicação deva ser possível tanto para as formas interpessoais como as grandes emissões irradiadoras dos meios de massa, assim como as sinalizações da internet. “Podemos então distinguir as tentativas dos participantes e as tentativas sociais que se atualizam a cada episódio interacional – as tentativas do processo” (Braga, 2010, p.72). E continua:

*Isso significa que não somente a comunicação pode acontecer, mas que efetivamente se faz, em algum ponto entre o total sucesso e o total fracasso, como resultado de uma ação, de um trabalho humano e social para produzir alguma coisa que não está inteiramente dada nos pontos isolados prévios a uma interação (Braga, 2010, p.80).*

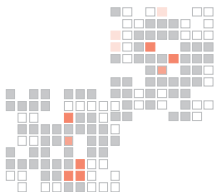
Em um ponto “entre o total sucesso e o total fracasso” significa que sobre uma reta, necessariamente de 0 a 1, recaem as possibilidades comunicacionais como valores praticamente numéricos. Não há como não ver nessa construção o modelo de Shannon revisitado, que vê o processo comunicacional com olhos matemáticos e os efeitos como índices mais e menos prováveis.

Em nossa proposta, a grande comunicação social, transmitida “em massa”, ocupa um território imaterial que nós denominamos *continuum mediático atmosférico*. É um campo abstrato onde

notícias, fatos, acontecimentos reverberam e ganham status de *espírito do tempo*. As ocorrências tornam-se o “grande tema social” do momento, na medida em que essas múltiplas inserções (jornais, matérias de televisão, de revistas, blogs da internet, indivíduos, por exemplo) crescem em espiral até se reverterem no grande Acontecimento. Mas isso não é o resultado de “uma ação”, é um produto cego, derivação de múltiplas intervenções, de reverberações, do interesse que os agentes têm em repercutir. É no coletivo, no produto múltiplo e indeterminado, que elas viram Acontecimento social total. Ninguém é responsável por isso, ninguém o provoca quando quer. A coisa simplesmente “acontece” pela somatória casual, aleatória, de múltiplas intervenções.

Quando Braga fala que isso é resultado de uma ação, de um trabalho humano e social para produzir alguma coisa, sobressai a sugestão de que os homens, de alguma forma, comandam o processo. E essa ideia é a mesma que está na base da concepção de previsibilidade da comunicação, a que ele se refere na página 79: “No estudo de dispositivos interacionais concretos, um dos ângulos particularmente relevantes de investigação refere-se à percepção de seus processos *para produção de previsibilidade*” (Braga, 2010, p.79).

Não dá para não ver a proposta de Braga como uma pesquisa em comunicação pensando em sua utilização, em sua operação como intervenção social. Comunicação como instrumento, proposta política, ou, “ação praxiológica”, como ele chama, não uma proposta de estudar o fenômeno comunicacional dentro de uma isenção que se imagina necessária. Seu campo de trabalho é a ciência política (ou mesmo, a prática política), não o saber da comunicação. Seu conceito de comunicação foge da investigação *stricto sensu* do que é a comunicação para cair no campo do como melhor operar os equipamentos de comunicação visando um agir instrumental. O espectro do educacionismo político não está longe.





Opostamente, e nisso acreditamos nós, o estudo da comunicação propriamente dita, e somente ele, permite a aposta na autonomia.

### Citações estendidas

*Comunicação: “esferas tangentes”*. “(...) no encontro entre duas pessoas, a comunicação se verifica pelo modo de esferas tangentes, que contata cada uma em relação a outra pela periferia do Ego da cada uma. (...) Os Egos dados e obtidos são transcrições fornecidas e adquiridas de imagens e de papéis, mais do que reais demonstrações desses objetos-sujeitos que constituem as pessoas”. (Castilla del Pino, 1970, p.10).

*As formas possíveis de comunicação utopicamente “ótima” em Castilla Del Pino*. “A confidencialidade, a recíproca interação que converte o íntimo em privado para dois, a comunicação amorosa e, em último caso, a autocomunicação, que para o homem

é possível na medida que a re-flexividade sobre si mesmo o converte, se se quiser, em interlocutor para si mesmo” (Castilla del Pino, 1970, p.10).

*No erótico, a relação com o absolutamente outro*: Ver Detalhamento do Cap.II, parte 3: Pela sexualidade, o sujeito entra em relação com o que é absolutamente outro.

*Não nos comunicamos, exceto na sexualidade*. “Esse abismo [a descontinuidade] se situa, por exemplo, entre vocês que me escutam e eu que lhes falo. Tentamos nos comunicar, mas nenhuma comunicação entre nós poderá suprimir uma diferença primeira” (Bataille, 1957, p.22). “(...) apenas o ser amado pode realizar neste mundo (...) a plena fusão de dois seres” (Bataille, 1957, p.33). “A paixão nos repete incessantemente: se você possuísse o ser amado, este coração que a solidão estrangula formaria um só coração com o ser amado” (Bataille, 1957, p.33-34).

### REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BATAILLE, Georges. *O erotismo*. Trad. Cláudia Fares. São Paulo:

ARX, 1957.

BRAGA, José Luiz. Nem rara, nem ausente – tentativa. *Matrizes*, Ano 4, No. 1, jul-dez. 2010, p.65-81.

BRAGA, José Luiz. Dispositivos interacionais. In: *Anais do 20º Encontro Anual da Compós*. Porto Alegre: Compós, 2011.

CASTILLA DEL PINO, Carlos. *La Incomunicación*. Barcelona:

Ediciones Península, 1970.

COLODRO, Max. *El silencio em la palabra*. Aproximaciones a lo innombrable. Santiago de Chile: Editorial Cuarto Próprio, 2000.

LEVINAS, Emmanuel. *O eu e a totalidade*. Petrópolis: Vozes, 1954.

LEVINAS, Emmanuel. *Le temps et l'autre*. Montpellier: Fata Morgana, 1979.

MARCONDES FILHO, Ciro *Até que ponto de fato nos comunicamos?* São Paulo: Paulus, 2004.

MARCONDES FILHO, Ciro. *O escavador de silêncios*. Formas de

construir e de desconstruir sentidos na comunicação. São Paulo:

Paulus, 2004b.

MARCONDES FILHO, Ciro. *Dicionário da Comunicação*. São Paulo: Paulus, 2008.

MARCONDES FILHO, Ciro. *Para entender a comunicação*. São Paulo: Paulus, 2008b.

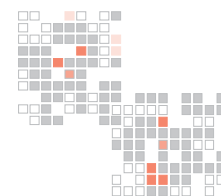
MARCONDES FILHO, Ciro. *O princípio da razão durante*. Nova Teoria da Comunicação, Vol. III, Tomo 5, São Paulo: Paulus, 2010.

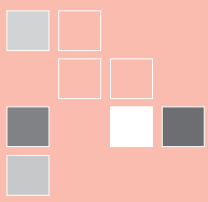
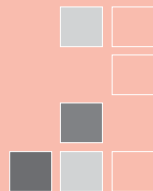
REALE, Giovanni. *História da filosofia antiga*. Vol. V - Léxico, índices e bibliografia. São Paulo: Loyola, 1995.

VON FOERSTER, H. *Sicht und Einsicht [Vista e conhecimento]*.

Versuche zu einer operativen Erkenntnistheorie. Braunschweig/Wiesbaden, Friedr: Vieweg & Sohn, 1985. [Tradução minha].

WINNICOTT, D. Comunicação e falta de comunicação levando ao estudo de certos opostos. In: WINNICOTT, D. W. *O ambiente e os processos de maturação: estudos sobre a teoria do desenvolvimento emocional*. Trad. Irineo C. Schuch Ortiz. Porto Alegre: Artes Médicas, 1963.





# ESPECIFICIDADES DA REDE INTERMÍDIA CONTEMPORÂNEA: CONSIDERAÇÕES SOBRE A AUDIÊNCIA EM CONTEXTOS RETICULARES

ESPECIFICIDADES DE LA RED DEL INTERMEDIA CONTEMPORÂNEA:  
CONSIDERACIONES SOBRE LA AUDIENCIA EN CONTEXTOS RETICULARES

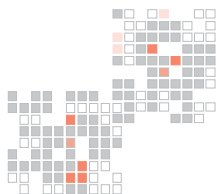
*SPECIFICITIES OF THE CONTEMPORARY INTERMEDIA NET:  
CONSIDERATIONS ABOUT AUDIENCE IN RETICULAR CONTEXTS*

## Geane Carvalho Alzamora

■ Possui graduação em Comunicação Social, mestrado e doutorado em Comunicação e Semiótica. Atualmente é professora da graduação da UFMG (Comunicação Social) e do Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social. É pesquisadora do Centro de Convergência de Novas Mídias e colaboradora do Instituto Nacional de Ciência e Tecnologia da WEB. Tem experiência na área de Comunicação, com ênfase em Semiótica e Teorias da Comunicação.

■ E-mail: [geanealzamora@uol.com.br](mailto:geanealzamora@uol.com.br)

50



## RESUMO

Regida pela lógica das conexões, a rede intermídia contemporânea integra formatos tradicionais e emergentes em perspectivas diferenciadas de audiência. Antes compreendida como atributo quantitativo da recepção massificada, a noção se redimensiona para abrigar aspectos qualitativos da interlocução tecnicamente mediada, aqui relacionados à conectividade ampliada, espacialidade dispersa e temporalidade diferida. O argumento é demonstrado em três episódios intermediáticos: a) a queda do ditador egípcio Hosni Mubarak; b) as reações de *hackers* em todo o mundo contra prisão do criador do site *WikiLeaks*, Julian Assange; e c) a circulação intermediática de informações postadas no *Twitter* pelo estudante Rene Silva, morador da Comunidade do Adeus (Complexo do Alemão/Rio de Janeiro).

PALAVRAS-CHAVE: INTERMEDIA; AUDIÊNCIA; REDE.

## RESUMEN

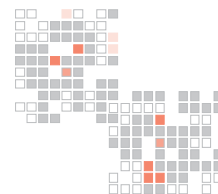
Prevalcido en la lógica de las conexiones, la red del intermedia contemporánea integra formatos tradicionales e nuevos en perspectivas distinguidas de la audiencia. Antes entendida como aspecto cuantitativo de la recepción massificada, la noción si redimensiona para abrigar los aspectos cualitativos del interlocution técnica, aquí relacionado con el conectividade extendido, el espacialidade dispersado y la temporalidad diferenciada. La discusión se demuestra en tres episodios intermediáticos: a) la caída del dictador egipcio Hosni Mubarak; b) las reacciones de hackers en el mundo entero contra la detención del creador del sitio WikiLeaks, Julian Assange; la circulación intermediatica de las informaciones postadas en el Twitter para por René Silva, estudiante y habitante de la Comunidade do Adeus (Complexo do Alemão/Rio de Janeiro).

PALABRAS CLAVE: INTERMEDIA; AUDIENCIA; RED.

## ABSTRACT

Inserted in the logic of the connections, the contemporary intermedia net integrates traditional and emergent formats in differentiated perspectives of audience. Before understood as quantitative aspect of the mass reception, the notion is modified to consider qualitative aspects of the interlocution technical mediated, related here to the extended conectivity, dispersed spatiality and differed temporality. The argument is demonstrated in three intermediáticos episodes: a) the fall of the Egyptian dictator Hosni Mubarak; b) the reactions of hackers in the whole world against the arrest of the creator of the site WikiLeaks, Julian Assange; e c) the intermediática circulation of information posted in the Twitter for the student René da Silva, inhabitant of the Comunidade do Adeus (Complexo do Alemão/Rio de Janeiro).

KEYWORDS: INTERMEDIA; AUDIENCE; NETWORK.



## 1. Notas preliminares

23 de Março de 2011: o estudante Renê Silva dos Santos, 17 anos, morador da Comunidade do Adeus, no Complexo do Alemão, Zona Norte do Rio de Janeiro, recebeu o *Prêmio Faz Diferença*, na categoria *Magazine*, concedido pelo jornal *O Globo*, pela cobertura que ele fez da tomada do Complexo do Alemão, pela polícia, em Novembro de 2010<sup>1</sup>. O estudante, que tinha atuação apenas local em sua comunidade, acordou celebridade no dia 29 de Novembro de 2010. Durante o final de semana seu número de seguidores no *Twitter* saltou de 180 para mais de 19 mil<sup>2</sup> e a expressão #vozda-comunidade chegou ao *Trending Topics Brasil* do *Twitter*. Há cinco anos Renê edita o jornal mensal *Voz da Comunidade*, com tiragem média de cinco mil exemplares. Mas durante a ocupação da polícia no Complexo do Alemão, que tinha por objetivo expulsar os traficantes da região, René enviou, junto com seus colegas de jornal, Igor Santos, 15 anos, e Jackson Alves, 13 anos, via *Twitter*, em tempo real, informações sobre o conflito na comunidade. Essas informações foram reproduzidas pela imprensa do mundo, como *CNN*, *BBC* e *Al Jazeera*. Desde então sua vida mudou.

11 de fevereiro de 2011: o ditador do Egito, Hosni Mubarak, 82 anos, renuncia ao poder que exerceu por mais de 30 anos após 18 dias de intensos protestos nas ruas do Cairo. O movimento foi organizado via redes sociais, como *Facebook*, *Twitter* e *YouTube*. Em resposta o governo egípcio forçou a empresa britânica de telefonia celular *Vodafone* a enviar mensagens de textos favoráveis à ditadura egípcia a seus clientes. A estratégia foi complementada por ações restritivas à ação livre da mídia no país.

No dia 25 de Janeiro o acesso ao *Twitter* foi proibido no Egito e no dia seguinte a rede social

*Facebook* foi bloqueada. Em 29 de Janeiro a rede de televisão *Al Jazeera*, emissora sediada no Qatar que com conta a maior audiência no mundo árabe, entrevistou um dos opositores ao regime de Mubarak. No dia seguinte o governo ordenou que a emissora interrompesse a transmissão no Cairo. O escritório da *Al Jazeera* foi incendiado e o diretor da sucursal, Abdel Fattah Fayed, foi preso. Uma onda de ataque a jornalistas teve início nas ruas do Cairo. Em 31 de Janeiro a *Google* criou uma forma de acesso ao *Twitter* via telefone, o que permitiu aos manifestantes continuarem usando o *Twitter* para relatar os acontecimentos, a despeito do bloqueio egípcio à Internet e dos ataques a jornalistas. O *Twitter* se tornou, então, fonte prioritária de informação sobre o Egito para jornalistas e cidadãos do mundo inteiro. Em 09 de Fevereiro de 2011 o executivo da *Google* no Egito, Wael Ghonim, 30 anos, foi aclamado como herói na Praça Tahir, no Centro do Cairo. Ele esteve 12 dias presos por causa de sua atuação online durante o protesto<sup>3</sup>.

02 de Fevereiro de 2011: o site *WikiLeaks*, que publicava documentos secretos com base no que denominava “vazamentos com princípios”, foi indicado ao Prêmio Nobel da Paz. O autor da proposta, o parlamentar norueguês Snorre Valen, argumenta que o *WikiLeaks* tem promovido os direitos humanos, a democracia e a liberdade de expressão<sup>4</sup>. Grandes veículos de comunicação em todo o mundo publicam documentos vazados pelo *WikiLeaks*, como é o caso do jornal *Folha de S. Paulo*, no Brasil.

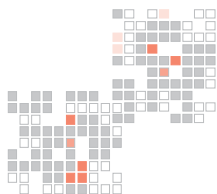
A indicação é polêmica porque o criador do site, o australiano Julian Assange, 39 anos, é acusado pela Suécia de estupro e assédio sexual. Ele nega as acusações e argumenta haver interesses políticos no processo. A despeito das acusações, Assange foi

1 Sobre o assunto ver <http://oglobo.globo.com/pais/mat/2011/03/23/faz-diferenca-garoto-rene-silva-do-complexo-do-alemao-aplauido-de-pe-924075590.asp>. Acesso: 28. Agosto. 2011.

2 Sobre o assunto ver <http://www.estadao.com.br/noticias/nacional,moradores-do-alemao-acham-cedo-para-falar-em-desfecho-no-conflito,646600,0.htm>. Acesso: 28. Agosto. 2011.

3 Sobre o assunto ver <http://veja.abril.com.br/noticia/internacional/hosni-mubarak-renuncia-a-presidencia-do-egito>. Acesso: 28. Agosto. 2011.

4 Sobre o assunto ver <http://www.estadao.com.br/noticias/internacional,deputado-noruegues-indica-wikileaks-para-nobel-da-paz-de-2011,674369,0.htm>. Acesso: 28. Agosto. 2011.



o mais votado entre os candidatos a *Person of Year 2010* no site da *Times*, que incluía personalidades como Lady Gaga (3º lugar), Barack Obama (6º lugar) e Steve Jobs (7º lugar)<sup>5</sup>, em anúncio feito em 13 de Dezembro de 2010.

Em 07 de Dezembro de 2010 Assange se entregou à polícia britânica. O site foi tirado do ar e, no dia seguinte, em suposta onda de retaliação, *hackers* bloquearam vários endereços da Internet hostis à Assange, como os sites da promotória sueca e da *Mastecard*, que teria bloqueado doações ao *WikiLeaks*. Embora o site *WikiLeaks* estivesse bloqueado e as tags “Wikileaks” e “Julian Assange” não aparecessem no *Trending Topics* do *Twitter* naquela semana, em ação não confirmada de censura no microblog<sup>6</sup>, documentos vazados pelo *WikiLeaks* continuaram a ser publicados em blogs especializados e em jornais de todo o mundo. Assange segue em prisão domiciliar, em Londres, enquanto aguarda decisão sobre recurso contra sentença de extradição para a Suécia.

Episódios como esses<sup>7</sup> atestam a reconfiguração do espaço midiático na contemporaneidade, marcado pela lógica participativa e pela interconexão em rede. São relevantes, portanto, não apenas pelas singularidades sociopolíticas que os delineiam, mas por sublinharem formas reticulares de audiência em rede, relacionadas às condições de mi-

diatização dos acontecimentos contemporâneos<sup>8</sup>.

Nota-se que as singularidades sociopolíticas relativas a esses acontecimentos estão diretamente relacionadas à capacidade que os mesmos apresentam de se espalharem intermediaticamente, adquirindo mais notoriedade à medida que são compartilhados em rede. O compartilhamento se refere a uma forma ativa de audiência, que confere valor e adiciona conteúdo às informações que replica. Quanto mais a informação compartilhada se inscreve intermediaticamente nos

**A dinâmica intermediática contemporânea não apenas configura boa parte dos acontecimentos que permeiam essa esfera da vida.**

interstícios da rede, mais visibilidade alcança e mais relevância adquire na construção social da realidade. Tal como proposto por Sodré (2002), a midiática implica uma qualificação particular da vida, uma espécie de *bios midiático*, no qual emerge uma nova forma de consciência coletiva. A dinâmica intermediática contemporânea não apenas configura boa parte dos acontecimentos que permeiam essa esfera da vida, como propaga outros tantos que nela se inscrevem.

## 2. Sobre a noção de rede intermídia

A especificidade da rede intermídia<sup>9</sup> contemporânea tem origem no imbricamento de linguagens que constituiu o desenvolvimento das mídias de

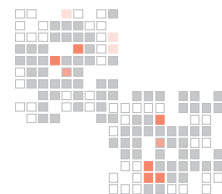
5 Sobre o assunto ver <http://newsfeed.time.com/2010/12/13/julian-assange-readers-choice-for-times-person-of-the-year-2010/>. Acesso: 28.Agosto.2011.

6 O *Twitter* se defende das acusações de censura afirmando que os *trends* são gerados automaticamente por um algoritmo que tenta identificar assuntos que estão sendo muito falados nesse momento mais que no passado. Sobre o assunto ver <http://tecnoblog.net/50588/twitter-explica-como-os-trending-topics-funcionam/>. Acesso: 14.Agosto.2011.

7 Os episódios mencionados retratam uma tendência da contemporaneidade, da qual são também exemplos a chamada “Primavera Árabe”, iniciada com os protestos via *Twitter* no Irã, em 2009, contra a reeleição do presidente Mahmoud Ahmadinejad. Após a proibição imposta à imprensa estrangeira de cobrir manifestações nas ruas, o bloqueio do sistema de mensagens de celular e a censura a diversos sites, internautas do mundo inteiro utilizaram o *Twitter* para protestar contra a reeleição de Ahmadinejad.

8 Sodré (2002, p. 21) argumenta que a sociedade contemporânea rege-se pela midiática, ou seja, “pela tendência à ‘virtualização’ ou telerrealização das relações humanas, presente na articulação do múltiplo funcionamento institucional e de determinadas pautas individuais de conduta com as tecnologias de comunicação”.

9 Scolari (2009) usa o termo *transmedia* para designar processos de construção narrativa que utilizam diferentes linguagens e diferentes meios. Ele ressalta que termos semelhantes, como *cross media* (BECHMAN, 2006) e *intermedia* (HIGGINS, 1966) orbitam o mesmo universo semântico.



massa ao longo do século 20. Segundo Santaella (1992), as mídias de massa foram se tornando formas híbridas de linguagem e compondo uma teia de relações denominada rede intermídia<sup>10</sup>. A concepção permeia, em alguma medida, o pensamento de Marshall McLuhan, para quem “o efeito de um meio se torna mais forte e intenso justamente porque o seu ‘conteúdo’ é outro meio” (MCLUHAN, 1964, p. 33). Esse é o argumento central de seu famoso ensaio “O meio é a mensagem”.

Conforme Spielman (1995, p. 114, citado por WENZ, 2008, p. 257), a intermídia é um processo formal quando o modo de processamento de uma mídia é verificado por outra. Wenz (2008) destaca a compatibilidade e a permeabilidade como características fundamentais da intermedialidade. Por causa dessas características, segundo Wenz, na intermídia as mídias nunca estão isoladas, mas conjugadas em configurações midiáticas complexas.

Na mesma linha de raciocínio, Gómez (2006) discute a “emergência de um complexo ecossistema comunicativo” e Naughton (2006) fala em nova “ecologia midiática”. O termo, segundo ele, remete à noção biológica de meio como ambiente no qual os nutrientes se misturam e no qual organismos interagem mutuamente em um ecossistema dinâmico e integrado. Assim, o desenvolvimento da ecologia midiática pressupõe que um meio adapte-se ao outro mediante processos interacionais e intermediáticos. Nessa perspectiva, nenhum meio de comunicação pode ser considerado puro, pois a mistura é parte ao mesmo tempo autônoma e constituinte da formação de cada meio e, por conseguinte, da rede intermídia.

A questão aparece também naquilo que Weisberg chama de “ecossistema cultural e técnico”. Marcado por práticas culturais coletivas e integra-

das que se revelam nas contradições das paisagens culturais emergentes, esse ecossistema se diferencia pela pluralidade das lógicas atuais, pela diversidade das mediações e por se “tecer com, e não contra o antigo” (WEISSBERG, 2004, p. 116).

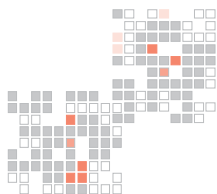
A configuração da rede intermídia contemporânea privilegia, assim, a mistura entre processos centralizados de mediação social, típicos das mídias tradicionais, e processos diversificados de mediação social, característicos da hipermídia e das mídias móveis. Essa mistura é modelada pela lógica das conexões, que integra mecanismos sociocomunicacionais típicos da lógica transmissiva, que rege a comunicação de massa, e da lógica participativa, relacionada ao compartilhamento de informações em ambientes colaborativos como blogs e redes sociais.

Com base na dinâmica de rede, a lógica das conexões privilegia o entrelaçamento e a interdependência dos fenômenos (CAPRA, 2008). O equilíbrio entre permanência e variabilidade dos ambientes integrados pelo fluxo intermediático de informações é fornecido pelo intercâmbio entre lógicas comunicacionais dissonantes, porém complementares, que articuladas na dinâmica de rede conformam a lógica das conexões. Por meio da contaminação entre lógicas comunicacionais que se engendram na lógica das conexões, processos de mediação social simultaneamente centralizados e diversificados se entrecruzam na dinâmica intermediática, ampliando a visibilidade midiática e o alcance social de acontecimentos que se desdobram em rede.

A função mediadora leva em conta “um poder originário de discriminar, de fazer distinções, logo, de um lugar simbólico, fundador de todo conhecimento” (SODRÉ, 2002, p. 21). À medida que esse “poder” se expande reticularmente, por intermédio da lógica das conexões, mais se diversificam os processos de mediação e, conseqüentemente, mais se contaminam os substratos dessas trocas, ou seja, as linguagens.

Os processos intermediáticos de mediação vin-

10 O termo intermídia foi cunhado em meados dos anos 1960 por Dick Higgins, um dos fundadores do Grupo Fluxus, para caracterizar o que ele chamava de obra intermídia, ou seja, obras de arte que se construíam na interseção de dois ou mais meios. Sobre intermídia ver também Hess-Lütch (1982).



## Em perspectiva semelhante, Castells (2009) chama de intercomunicação o processo contemporâneo de um meio exercer influência em outro.

culam-se aos parâmetros de linguagem que delineiam cada ambiente sociocomunicacional. E estes se tornam cada vez mais porosos e integrados por intermédio dos fluxos de informação que agenciam<sup>11</sup>. O contexto ruidoso da intermídia remete àquilo que Canclini (2004) chama de “deslizamentos interculturais”, relacionados “ao fascínio de estar em toda parte e o desassossego de não estar em nenhuma” (CANCLINI, 2004, p. 29). Em texto posterior, Canclini (2007) retoma a questão enfatizando que os processos interculturais tecnologicamente mediados interferem nas condições de produção, circulação e consumo da cultura.

Idéia semelhante permeia os estudos de Jenkins (2008), para quem a circulação integrada de conteúdos por meio de diferentes sistemas midiáticos constitui a “cultura da convergência”, considerada por ele característica marcante da contemporaneidade. Jenkins argumenta que a convergência é tanto de natureza corporativa, quando enfatiza a verticalização dos processos comunicacionais, quanto de natureza alternativa, quando presume a horizontalidade desses processos<sup>12</sup>. Em ambas verifica-se, segundo ele, a dispersão dos meios e a conexão dos conteúdos.

A horizontalidade dos processos comunicacio-

11 Toma-se aqui a noção de agenciamento sociotécnico proposta por Deleuze e Guattari (2004), segundo a qual um agenciamento é sempre uma multiplicidade de linhas de articulação e de fuga interligadas.

12 A verticalização parece ser uma tendência perceptível até mesmo em ambientes tipicamente horizontais, como o *Twitter*. Pesquisa recente realizada pelo *Yahoo Research* revela que metade dos *tuites* consumidos pelos usuários do *Twitter* são produzidos por 20 mil usuários, ou 0,05% do total. A pesquisa apontou ainda que usuários da chamada elite do *Twitter*, formada por celebridades, blogueiros, mídia e representantes de organizações, tendem a seguir outros usuários da elite. Sobre o assunto ver <http://idgnow.uol.com.br/internet/2011/03/29/metade-dos-tuites-relevantes-vem-de-0-05-dos-tuiteiros-aponta-pesquisa/>. Acesso: 23.Agosto.2011.

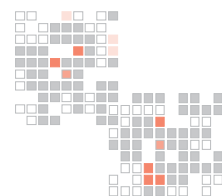
nais se desenvolve mediante o conceito de *produsage* (BRUNS, 2008), ou seja, processo de produção e consumo colaborativo de informação em ambientes de conhecimento compartilhado. De acordo com Bruns, esse processo, que se baseia na lógica participativa típica das redes sociais, caracteriza a convergência nos moldes propostos por Jenkins.

Em perspectiva semelhante, Castells (2009) chama de *intercomunicação* o processo contemporâneo de um meio exercer influência em outro. Esse processo está fundado naquilo que ele define como *mass self communication*, uma forma de comunicação de massa produzida, recebida e experienciada individualmente, via internet acoplada aos dispositivos contemporâneos de comunicação.

A noção de *mass self communication* parece bastante apropriada para designar a dinâmica intermediária contemporânea, pois esta leva em conta a proliferação cada vez mais intensa de registros midiáticos de informações livremente produzidas e livremente compartilhadas. Por intermédio de dispositivos móveis de comunicação e de formatos colaborativos, como blogs, wikis e redes sociais, essas informações circulam intermediariamente e, não raro, alcançam visibilidade em meios tradicionais de comunicação devido à audiência que alcançam nos formatos colaborativos.

### 3. Sobre a noção de audiência

Audiência é um conceito presente nos estudos comunicacionais desde, pelo menos, o período entre as duas guerras mundiais, no qual a Teoria Hipodérmica era um modelo hegemônico, interessado em descobrir quais efeitos os mass media tinham numa sociedade de massa (WOLF, 1987). Naquele período várias pesquisas se dedicaram a compreender o comportamento das audiências e



a desenvolver técnicas de persuasão que melhorassem os efeitos esperados das mensagens, sobretudo políticas.

Conforme o enfoque transmissionista, legitimado pelo modelo de Shannon-Weaver (1949, citado por Wolf, 2003), a audiência é um atributo quantitativo da recepção: quanto maior o repertório de uma mensagem, menor será sua audiência e vice-versa. Esse enfoque foi sendo aos poucos questionado por modelos que buscavam colocar ênfase no papel ativo da recepção. São ilustrativos dessa tendência modelos que alteram, pela diversidade funcional, a idéia de comunicação como processo hegemônico de transmissão de informações (JAKOBSON, 1973), que substituem a idéia de comunicação como transferência de informação por transformação de um sistema em outro, mediante a idéia de código (ECO; FABRI, 1978, citado por ECO, 2004) ou que buscam enfatizar o contexto das práticas sociais e dos sentidos produzidos no âmbito da assimetria entre codificação e decodificação (HALL, 1980<sup>13</sup>).

Mais recentemente, Braga (2006) sugeriu que a abrangência dos processos midiáticos contemporâneos não se esgotaria nos subsistemas de produção e de recepção, o que o levou a propor um terceiro sistema relacionado à circulação diferida e difusa das mensagens midiáticas. Trata-se, segundo ele, do sistema de resposta social, o qual se refere ao modo como a sociedade utiliza diversos dispositivos para efetuar a circulação comentada daquilo que o sistema produtivo oferece ao sistema de recepção.

Esse enfoque permite pensar a audiência também no âmbito da circulação, como forma de resposta social, em vez de pensá-la somente como atributo quantitativo da recepção. Porém, não leva em conta a possibilidade de a audiência se tornar também atributo da produção e, desse modo, desconsidera

aspectos relevantes da midiaticização contemporânea, tal como a noção de *produsage*, defendida por Bruns (2008).

#### 4. Características da audiência intermediária

As lógicas comunicacionais que co-habitam na rede intermediária contemporânea relacionam-se a perspectivas diferenciadas de mediação social e, por conseguinte, a contextos diversificados de audiência. No *YouTube*, por exemplo, a relevância da audiência fica explícita na *homepage*, que destaca os vídeos mais acessados e aqueles que estão sendo visto no momento. Já no *Twitter* a noção de audiência configura o ambiente na perspectiva de contagem de seguidores isolados e de *retweets*, recurso que replica informações entre seguidores, assim como na perspectiva *Trending Topics*, recurso que destaca os assuntos mais comentados na semana. O *Facebook* contabiliza a audiência pela quantidade de amigos e de comentários relacionados.

Como esses ambientes se interconectam em rede, a audiência intermediária passa a se aproximar mais da noção de *mass self communication* defendida por Castells (2009) que dos princípios consolidados pela *Mass Communication Research*, onde foi gestada. Em comum a perspectiva quantitativa, mas para além de ser um mero atributo da recepção, a audiência intermediária pode também se tornar atributo da *produsage*. A lógica do compartilhamento em rede é também levada em conta na configuração contemporânea da audiência intermediária, não mais apenas da oferta massificada.

Se nas mídias de massa a audiência deriva prioritariamente de estratégias mercadológicas fundadas em centros privilegiados de emissão, nas mídias sociais a audiência deriva predominantemente da diversificação das mediações sociais, do compartilhamento e da apropriação social de informações. É certo, porém, que novos centros se formam provisoriamente na rede contemporânea que integra mídias sociais e mídias de massa, como consequência das formas intermediárias

13 *Encoding/Decoding* (1980) foi traduzido para o português por Ana Carolina Escosteguy e Francisco Rüdger e publicado em coletânea organizada por Liv Sovik (2003)



## O uso do Twitter foi decisivo para que a cobertura dos episódios relativos à ocupação da polícia no Complexo do Alemão alcançasse visibilidade intermediática.

de audiência<sup>14</sup>. Esses novos centros não se contra-põem aos velhos centros de massa. Pelo contrário, a eles se acoplam e os potencializam pela dinâmica intermediática de conexão em rede.

Ao mesclar lógicas comunicacionais dissonantes, porém complementares, a intermedialidade não apenas mescla perspectivas diferenciadas de audiência como as potencializa mutuamente, uma vez que as características fundamentais de cada lógica se fortalecem quando a elas se acoplam as características fundamentais de outra. A audiência se torna, portanto, mais sofisticada, porém mais fragmentada e provisória, quando se hibridiza em contextos intermediáticos de comunicação, que integram mídias de massa a mídias sociais.

É o que se observa, por exemplo, nos episódios mencionados no começo deste texto. Quanto mais um tema alcança notoriedade em um conjunto de ambientes midiáticos, maiores serão suas chances de se tornarem notórios em um contexto midiático ainda mais amplo. Esse processo remete à noção de *intermedia agenda-setting* defendida por McCombs (2004). Segundo ele, esse seria um modelo horizontal de agenda-setting, no qual algumas agendas podem ser mais relevantes que outras dependendo do contexto e da situação. Assim, ele afirma, no âmbito da Internet pequenos grupos podem influenciar outros conjuntos de pequenos grupos e até a mídia de massa, dependendo da extensão da rede que se forma em torno de cada tema.

O uso do *Twitter* foi decisivo para que a cobertura dos episódios relativos à ocupação da polícia no Complexo do Alemão, feita por René, alcançasse visibilidade intermediática. À medida que alguns usuários com alta capacidade de propagação no

ambiente passaram a replicar, em tempo real, as informações postadas por René, mais e mais usuários tiveram acesso às mesmas informações e puderam também replicá-la em suas redes sociais. Como as corporações de mídia acompanhavam os episódios relativamente de longe, já que o acesso da imprensa ao local era restrito, René passou a ser uma espécie de “correspondente informal” por causa de sua proximidade ao lugar no qual acontecimentos se desenrolavam. As informações que ele postava no *Twitter*, potencializadas pela dinâmica intermediática da comunicação contemporânea, tiveram capacidade de agendar grandes corporações de mídia em todo o mundo. A enorme audiência que o pequeno jornal *Voz da Comunidade* teve no *Twitter* durante esse episódio exemplifica, portanto, o modo como a lógica das conexões favorece a permeabilidade entre processos verticalizados e horizontalizados de informação.

Gómez (2006) usa o neologismo *audienciação* para designar a transformação da audiência na passagem das massas à rede. No ecossistema comunicativo atual, segundo ele, a dinâmica da audiência é resultado de uma espiral de mediações que privilegia o critério transversal de segmentação midiática e a participação ativa dos atores sociais. Ele ressalta as diásporas e os nomadismos das audiências, que se encontram à deriva, sem um claro sentido de lugar.

Não há um claro sentido de lugar porque, diferentemente da tradicional audiência de massa, que pressupõe vinculação duradoura a certos ambientes midiáticos em detrimento de outros, a audiência intermediática é fragmentada, porosa e dispersa. Por outro lado, é potencializada pela dinâmica de interconexão em rede. É o que se verifica no caso René. Ele obteve audiência circunstancial

14 Em fevereiro de 2011 os três sites mais visitados no mundo, segundo o site Alexa (<http://www.alexa.com/>), são *Google*, *Facebook* e *YouTube*. Acesso: 14.Fev.2011.



Nota-se que a perspectiva quantitativa da comunicação de massa é potencializada pela perspectiva qualitativa da interlocução tecnicamente mediada, sendo também verdadeiro o raciocínio inverso.

no *Twitter* durante a ocupação do Complexo do Alemão pela polícia, um tipo de audiência que se caracteriza pelo nomadismo intermediático e não pela vinculação duradoura típica dos meios de massa. Mas, não fosse pela ressonância obtida em mídias de massa, o alcance social das informações postadas por René no *Twitter* seria bem menor; daí a especificidade da audiência intermediática contemporânea.

As audiências à deriva modelam também o movimento que resultou na renúncia do ditador egípcio. O movimento configurou-se por uma espiral de mediações intermediáticas, insuflada pela participação ativa dos atores sociais. Mas, para além da Praça Thair, que concentrava as manifestações públicas no Cairo, o movimento ganhou força nos interstícios da rede. Os acontecimentos foram relatados via *Twitter* pelos manifestantes e posteriormente replicados pelas corporações de mídia impedidas de cobrir os eventos. No contexto midiático da sociedade contemporânea, a divulgação dos acontecimentos, segundo Thompson (2008), se torna cada vez mais difícil de ser controlada. Mesmo com a interdição da Internet, o *Twitter* foi viabilizado em um ato de ativismo político. Para Thompson (2008) a visibilidade mediada se tornou o fundamento pelo qual as lutas sociais e políticas são articuladas e se desenrolam. A lógica das conexões amplia a visibilidade das lutas sociais e políticas pela dinâmica intermediática, reconfigurando as esferas midiáticas de poder por intermédio do intercâmbio entre lógicas comunicacionais de transmissão e de compartilhamento. Não fosse por isso, talvez Mubarak não tivesse renunciado em 18 dias de protestos.

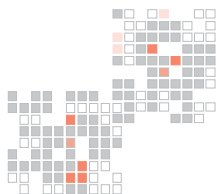
Questão semelhante se observa em relação à reação mundial dos *hackers* em retaliação à pri-

são de Julian Assange. Conforme a noção de *mass self communication* proposta por Castells (2009), o site *WikiLeaks* obteve grande audiência não por causa dos acessos diretos ao site mas porque adquiriu enorme poder de agendamento social ao ser utilizado como fonte para diversas corporações de mídia em todo o mundo e se tornar tema da conversação em diversas redes sociais. A audiência aqui é resultado da combinação entre aspectos quantitativos da recepção em ambientes de comunicação de massa e aspectos qualitativos da interlocução tecnicamente mediada, a qual expande as informações em redes sociais diversificadas e integradas por intermédio de ações isoladas e segmentadas. A audiência circunstancial, fragmentada e dispersa típica das redes sociais se complementa na audiência massificada das mídias tradicionais. Relacionadas intermediaticamente pela lógica das conexões, essas formas diferentes de audiência se hibridizam, potencializando-se mutuamente. Nota-se que a perspectiva quantitativa da comunicação de massa é potencializada pela perspectiva qualitativa da interlocução tecnicamente mediada, sendo também verdadeiro o raciocínio inverso. A miscigenação entre concepções lógicas de audiência ressoam a miscigenação dos formatos e dos gêneros discursivos na ambiência intermediática contemporânea. O hibridismo impera na rede intermídia.

## 5. Formatos emergentes

Os fluxos de informação que trafegam por ambientes intermediáticos contemporâneos não apenas se manifestam por intermédio de gêneros<sup>15</sup> e for-

<sup>15</sup> Toma-se aqui a noção de gênero como “força aglutinadora e estabilizadora dentro de uma determinada linguagem, um certo modo de organizar idéias, meios e recursos expressivos, suficientemente



matos<sup>16</sup> miscigenados, como também se vinculam a localizações desviantes e transitórias nessa rede. Remetem, assim, à noção de heterotopia, que se relaciona à justaposição de espaços invertidos, lugares de passagem ou desvios, como navios, hotéis, cemitérios e hospitais psiquiátricos. Segundo Foucault (1967, online) a heterotopia “consegue sobrepor, num só espaço real, vários espaços que por si só seriam incompatíveis”. Esse parece ser o caso dos espaços voláteis e fluidos que constituem a rede intermídia contemporânea, nos quais os formatos se desenvolvem de modo sempre miscigenado e provisório.

Foucault (1967) relaciona sua noção de heterotopia àquilo que ele denomina heterocronia, ou seja, a temporalidade diversificada das heterotopias. Segundo Foucault as heterocronias simultaneamente se referem a heterotopias de rupturas temporais, como cemitérios; de acúmulo temporal, como os museus; e de fugacidade, como festivais. De modo análogo, as heterotopias da rede intermídia contemporânea devem se constituir de heterocronias de rupturas, como formatos que se desdobram, por exemplo, entre televisão e internet; de acúmulo, como os bancos de dados; e de fugacidade, como as atualizações constantes ou randômicas.

Densamente interconectados, os fluxos de informação que emergem desse cenário vinculam grupos sociais diversos. Os intercâmbios, porém, se dissolvem efemeramente nos interstícios da rede e, paradoxalmente, se perenizam nos bancos de dados. Assim, tornam-se acessíveis a qualquer momento, a qualquer um, diferentemente da oferta midiática tradicional, que é sempre instantânea.

O regime temporal das mediações que agenciam esses fluxos de informação é, portanto, relaciona-

---

estratificado numa cultura, de modo a garantir a comunicabilidade dos produtos e a continuidade dessa forma junto às comunidades futuras” (MACHADO, 2000, p. 68).

16 Formatos orientam os sentidos dos gêneros na medida em que “atendem à necessidade de uniformização de padrões, buscando constâncias de linguagens e de discurso” (ROSSINI, 2007, p. 187). Os formatos legitimam padrões e consolidam gêneros por meio da repetição.

do a um tempo diferido (WEISSBERG, 2004). Trata-se de um regime temporal ancorado em variabilidade de durações, uma vez que estas obedecem simultaneamente à lógica transmissiva, que prioriza a oferta e à lógica de compartilhamento, que prioriza a demanda.

Relacionados a temporalidades cambiantes e a espaços desviantes, os novos formatos tendem a priorizar aspectos de linguagem condizentes com o desenvolvimento da web 2.0. Os novos formatos se transformam rapidamente e se miscigenam na ecologia midiática<sup>17</sup>.

Os formatos emergentes tendem a se referenciar mutuamente, constituindo uma rede de interações interconectadas que expande os fluxos de informação vertiginosamente. É o que se observa em contextos sociocomunicacionais densamente povoados, como *Facebook*, *YouTube* e *Twitter*, redes sociais que integram diversos ambientes por intermédio das interações sociotécnicas que abrigam. Esses formatos, cada vez mais, conectam-se a formatos oriundos da comunicação de massa, compondo um cenário híbrido, multifacetado e plural de audiência<sup>18</sup>.

A audiência intermediária contemporânea se configura, portanto, pela conectividade ampliada, espacialidade dispersa e temporalidade diferida. A combinação entre esses três aspectos permite compreender como o movimento social concretizado nas ruas do Cairo se expandiu intermediariamente. A instantaneidade do *Twitter* pautou as diferentes jornadas produtivas das mídias de massa e a conectividade ampliada entre espacialidades dispersas favoreceu o engajamento mundial

---

17 É ilustrativo desse cenário o formato blog, que varia em função da plataforma utilizada, como *Blogspot* ou *Wordpress*, por exemplo. Já o microblog é um formato no qual os usuários enviam atualizações remotas em textos de até 140 caracteres - compatível com o formato das mensagens de texto em celulares - e podem recebê-las via SMS, e-mail e RSS. Um dos servidores de microblog mais conhecidos é o *Twitter*, que é também uma rede social em vertiginoso crescimento.

18 Boa parte dos grandes veículos de comunicação hoje mantém espaços em redes sociais, como *Twitter* e *Facebook*.



ao movimento. Já a reação combativa dos *hackers* à prisão de Assange pode ser considerada uma forma peculiar de audiência modelada pela conectividade ampliada e talvez relacionada àquilo que Bruns (2008) chama de *produsage*. A proposta do *WikiLeaks*, legitimada por sua indicação ao Prêmio Nobel da Paz, certamente não teria a mesma relevância social se a lógica das conexões não favorecesse o trânsito intermediático de informações livremente produzidas.

O mesmo se pode dizer da dinâmica intermediária das informações postadas por René no *Twitter* sobre a tomada do Complexo do Alemão pela polícia. Nesse caso, porém, a dimensão circunstancial do acontecimento limitou-o à urgência do tempo real, compatível com a temporalidade do *Twitter*. Por outro lado, não fosse pelas condições intermediárias da audiência contemporânea, as informações postadas por René no *Twitter* não teriam circulado em espacialidades midiáticas dispersas, embora densamente interconectadas.

## 6. Considerações finais

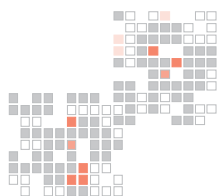
A dinâmica intermediária de comunicação favorece a diversificação das mediações e, conseqüentemente, a emergência de formas diferenciadas de audiência. Regida pela interseção entre lógicas comunicacionais dissonantes, porém complementares, a rede intermídia opera por compartilhamento e armazenamento público de informações. Desse modo, permite a vinculação entre ambientes midiáticos variados por meio dos processos interacionais que os integram.

Diferentemente da audiência de massa tradicional, que se articula somente em torno de aspectos quantitativos da recepção midiática, a tônica da audiência intermediária está na circulação com-

partilhada e em rede, a qual torna contingente e circunstancial os lugares lógicos da produção e da recepção. Mas, assim como a audiência de massa tradicional, a audiência intermediária configura-se quantitativamente. A diferença é que a quantidade se torna uma grandeza diretamente proporcional ao compartilhamento social e à participação ativa do usuário, em vez de ser, tal como era no contexto de massa, adesão indiscriminada a produtos midiáticos ofertados em larga escala.

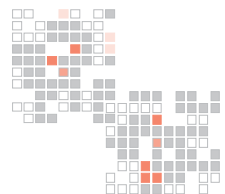
Conectividade ampliada, espacialidade dispersa e temporalidade diferida são, portanto, aspectos que singularizam a audiência intermediária e a vinculam às condições contemporâneas da midiáticação. Estas levam em conta a interconexão entre aspectos relacionados à lógica participativa e à lógica transmissiva, que integra espacialidades midiáticas variadas e dispersas. Já a dinâmica temporal da audiência intermediária mescla a urgência do tempo real à disponibilidade dos bancos de dados. Não se trata apenas ao tempo presente, do “agora”, mas do modo como o “agora” se espalha pela rede por intermédio da ação de seus usuários e se torna permanentemente disponível para atualizações futuras.

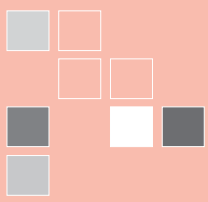
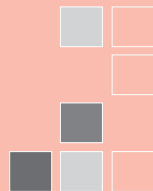
É por isso que episódios como os protestos nas ruas do Cairo, a reação dos hackers à prisão de Assange e a cobertura jornalística de garotos do Complexo do Alemão são tão significativos para se compreender a dinâmica intermediária da audiência contemporânea. Esses episódios não apenas exemplificam o funcionamento da rede intermídia contemporânea, como demonstram que essa rede opera por tensão e deslocamento de poder. Talvez resida aí o mais importante aspecto da audiência intermediária: quem sabe não seria a audiência intermediária também uma forma de ativismo político em rede?



## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- BRAGA, José Luís. *A sociedade enfrenta sua mídia – dispositivos sociais de crítica midiática*. São Paulo: Paulus, 2006.
- BRUNS, Axel. *Blogs, Wikipedia, Second Life – from production to produsage*. Peter Lang Publishing: New York, 2008.
- CANCLINI, Nestor. *Diferentes, Desiguais e desconectados*. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2007.
- \_\_\_\_\_. *Cultura híbrida*. São Paulo: Edusp, 2004.
- CAPRA, Fritjof. Vivendo redes. In: DUARTE, Fábio; QUANDT, Carlos; SOUZA, Queila (orgs). *O tempo das redes*. São Paulo: Perspectiva, 2008.
- CASTELLS, Manuel. *Communication Power*. Oxford: Oxford University Press, 2009
- DELEUZE, Gilles; GUATTARI, Félix. *Mil platôs – capitalismo e esquizofrenia – vol. 1*. São Paulo: Editora 34, 2004.
- ECO, Umberto. *Lector in fabula – a cooperação interpretativa nos textos narrativos*. Trad. Attilio Cancian. São Paulo: Perspectiva, 2004.
- FOUCAULT, Michel. *De outros espaços* (Conferência proferida por Michel Foucault no Cercle d'Études Architecturales, em 14 de Março de 1967). Disponível em: [http://www.virose.pt/vector/periferia/foucault\\_pt.html](http://www.virose.pt/vector/periferia/foucault_pt.html). Acesso: 13.Agosto.2011.
- GÓMEZ, Guillermo Orozco. Comunicação social e mudança tecnológica: um cenário de múltiplos desordenamentos. In: Denis de Moraes (org.). *Sociedade Midiatizada*. Rio de Janeiro: Mauad, 2006.
- HALL, Stuart. Encoding/Decoding. *Culture, Media, Language Working Papers in Cultural Studies, 1972-1979*. London: Hutchinson, 1980, Trad. Ana Escosteguy e Francisco Rüdger. In: SOVIK, Liv. (org). *Da diáspora – identidades e mediações culturais/Stuart Hall*. Trad. Adelaide La Guardia Resende...(et all). Belo Horizonte: Editora UFMG; Brasília: Representação da UNESCO no Brasil, 2003.
- HESS-LÜTCHEN, E. Multimedial communication: semiotic problems and its notation. In: HESS-LÜTECHEN (ed). *Multimedial communication. Tübingen*: Gunter Narr Verlag, 1982.
- JAKOBSON, Roman. *Linguística e comunicação*. Trad. Izidoro Blickstein e José Paulo Paes. São Paulo: Cultrix, 1973.
- JENKINS, Henry. *Cultura da convergência*. São Paulo: Editora Aleph, 2008.
- LATOUR, Bruno. *Ciência em ação: como seguir cientistas e engenheiros sociedade afora*. São Paulo: Unesp, 2000.
- MACHADO, Arlindo. *A televisão levada a sério*. São Paulo: Editora Senac, 2000.
- MCCOMBS, Maxwell. *A teoria da agenda – a mídia e a opinião pública*. Trad.: Jacques A. Wainberg. Petrópolis, Vozes, 2004.
- MCLUHAN, Marshall. *Os meios de comunicação como extensões do homem*. São Paulo: Cultrix, 1964.
- NAUGHTON John. *Blogging and the emerging media ecosystem*, 2006. Disponível em: <http://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/fileadmin/documents/discussion/blogging.pdf> - Acesso: 09.Out.2008.
- ROSSINI, Miriam. Convergência tecnológica e os novos formatos híbridos de produtos audiovisuais. In: DUARTE, Elizabeth; CASTRO, Maria Lilia. *Comunicação audiovisual - gêneros e formatos*. Porto Alegre: Sulinas, 2007.
- SANTAELLA, Lúcia. *Cultura das mídias*. São Paulo: Razão Social, 1992.
- SCOLARI, Carlos. *La estética posthipertextual*, 2006. [http://www.uvic.cat/fec/\\_fitxers/archivos\\_scolari/Scolari\\_Hiperliteratura2006.pdf](http://www.uvic.cat/fec/_fitxers/archivos_scolari/Scolari_Hiperliteratura2006.pdf). Acesso: 14. Fevereiro.2009.
- \_\_\_\_\_. Transmedia storytelling – implicit consumers, narrative words, and branding in contemporary media production. *International Journal of Communication* 3 (2009), 586-606.
- SODRÉ, Muniz. *Antropológica do espelho – uma teoria da comunicação linear e em rede*. Rio de Janeiro: Vozes, 2002.
- THOMPSON, John. A nova visibilidade. *Matrizes*. n. 2, Abril, 2008. Pp 15 – 38.
- WEISSBERG, Jean-Louis. Paradoxos da teleinformática. In: PARENTE, André (org). *Tramas da rede*. Porto Alegre: Sulina, 2004.
- WENZ, Karen. As formas intermediárias em textos digitais. In: SANTAELLA, Lúcia; NÖTH, Winfried (orgs). *Palavra e imagem nas mídias – um estudo intercultural*. Belém: Editora Universitária UFPA, 2008.
- WOLF, Mauro. *Teorias da comunicação*. Lisboa: Presença, 2003.





# BRASIL: A SELEÇÃO É A PÁTRIA EM CHUTEIRAS

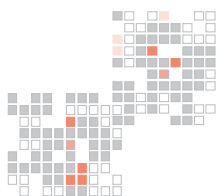
BRASIL: LA SELECCIÓN ES LA PATRIA EM TACOS

*BRAZIL: THE TEAM IS THE HOMELAND IN CLEATS*

## Emanoel Francisco Pinto Barreto

■ Graduado em Comunicação Social, habilitação em Jornalismo pela UFRN (1980), mestre em Ciências Sociais pela UFRN (2004), doutor em Ciências Sociais pela UFRN. Atualmente é professor Adjunto I da Universidade Federal do Rio Grande do Norte. Tem experiência na área de Comunicação, com ênfase em Teoria da Comunicação, atuando principalmente nos seguintes temas: realidade social, jornalismo impresso, cultura.

■ E-mail: [e.barreto@ufrnet.br](mailto:e.barreto@ufrnet.br).





## RESUMO

Este artigo tem por objetivo analisar o processo de construção/positivação da imagem da Copa do Mundo de 2014 junto ao imaginário brasileiro, tomando como ponto de partida a centralidade social do futebol e daquele certame junto à cultura nacional. Abordaremos o contraste entre a realidade festiva da Seleção Brasileira, os enormes dispêndios com a construção de estádios e o *consenso passivo* em torno do evento. Tomamos como pista heurística – e referente metafórico – a obra de George Orwell 1984 para nos debruçarmos sobre a dionisíaca futebolística e seu gesto de compensar, no rito do jogo, os efeitos históricos do Brasil real sobre os sujeitos assujeitados a esse consenso.

**PALAVRAS-CHAVE:** SELEÇÃO BRASILEIRA; FUTEBOL; COPA DO MUNDO; BRASIL.

## RESUMEN

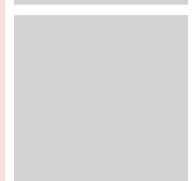
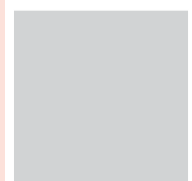
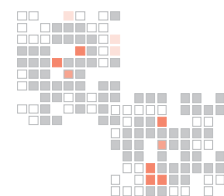
Este artículo tiene como objetivo analizar el proceso de construcción de la imagen/positivación de la Copa del Mundo de 2014 con la imaginación de Brasil, teniendo como punto de partida la importancia social del fútbol y el caso de que con la cultura nacional. Vamos a discutir el contraste entre la realidad de la fiesta de Brasil, el gasto enorme en la construcción de estadios y consentimiento pasivo de todo el evento. Tomamos como referencia heurística - y referente metafórico - la obra de George Orwell 1984 para estudiar el fútbol dionisiaco y su gesto para compensar, en el rito del juego real, los efectos históricos de Brasil, sobre sujetos carentes de este consenso.

**PALABRAS CLAVES:** SELECCIÓN BRASILEÑA; FÚTBOL; LA COPA DEL MUNDO; BRASIL.

## ABSTRACT

This article aims to analyze the process of construction/positivation image of the 2014 World Cup with the Brazilian imagination, taking as its starting point the social centrality of football and that event with the national culture. We will discuss the contrast between the reality of the Brazilian festival, the huge expenditure on construction of stadiums and passive consent around the event. We take as a cue heuristics - and metaphorical referent - the work of George Orwell in 1984 to look into the Dionysian football and his gesture to compensate, in the rite of the game, Brazil's real historical effects on subjects devoid of this consensus.

**KEYWORDS:** BRAZILIAN NATIONAL TEAM; SOCCER; WORLD CUP; BRAZIL.



## 1. Introdução

“A Seleção é a pátria em calções e chuteiras [...]” (Rodrigues, 1994, p. 179). Com este pronunciamento o jornalista e dramaturgo Nelson Rodrigues produziu bem mais que uma frase de efeito. Abaixo do verniz retórico do dito, na matriz profunda do enunciado, encontramos uma dimensão também bastante forte: se o futebol no Brasil tem a haver com pátria, futebol no Brasil é fato político; é virtualmente partido único a encampar via Seleção o imaginário nacional. A assertiva rodriguiana assumiu, com o passar do tempo, foros de verdade – verdade inusitada e ratificada pelo jornalismo quando o assunto é futebol. Essa construção jornalístico-social, o esporte como fator midiático de união e elemento-liga que estabelece e fixa uma forma de sentimento de pertença da nacionalidade pode ser verificada especialmente agora, quando o país co-vive o período pré-Copa de 2014.

Desta forma, tal sentimento perpassa a imprensa brasileira em relação à Copa. Na essência desse pronunciamento pode-se vislumbrar o jornalismo como ação de intelectuais orgânicos ao capital segundo a compreensão gramsciana. A ideologia vivida é instrumentalizada pelo jornalismo e repassada ao social na busca de produzir *forma mentis* receptiva à mensagem daquele advinda. O jornal/jornalismo liberal atua a partir da condição de integrante da sociedade civil, entendida como espaço de debate e conflitos ideológicos no qual se busca manter prevacente o ideário hegemônico. Como será percebido adiante, o discurso racionalista, que justifica a realização do certame, advém das elites e passa a ser replicado pelo jornalismo. Estádios são erguidos, anunciam-se obras de mobilidade urbana e se propala o “legado da Copa” como herança futura.

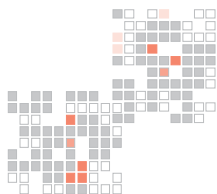
[A construção de um estádio] “É o primeiro gol da Copa de 2014, numa união dos governos federal, estadual e municipal, a sociedade civil e as torcidas. [A declaração é de Geraldo Alckmin]

*governador de São Paulo, que admite pagar R\$ 50 milhões para que o [estádio] Itaquero possa abrir a Copa; quando era candidato, havia dito que não havia sentido em colocar dinheiro público em estádios* (Folha de S. Paulo, 2011c).

Essa temporalidade social, estabelecida a partir do longo consenso histórico da agenda pública, ganha agendamento midiático e tem alicerce no senso comum que dá legitimidade ao futebol como cimento espetacular da nacionalidade. “O jornalismo não cria o tempo presente, mas atua de forma privilegiada como reforço de uma temporalidade social (Franciscato, 2005, p. 20). Integrado ao senso comum, do qual tira as experiências e fatos que enuncia, o jornalismo, quando redigido “com vivacidade, com um certo distanciamento (de modo a não assumir tons de pregador), mas com cordial interesse pela opinião média” tem capacidade de influenciar e reforçar situações preexistentes (Gramsci, 1999, p. 208). O excerto abaixo é claro ao enfatizar termos caros ao senso comum como “investimento”, “projeto”, “obras” e altos valores monetários. Circunstâncias indiciais do que se entende como “progresso”:

*A presidente Dilma Rousseff anunciará nos próximos dias investimentos de cerca de R\$ 5 bilhões em metrô. É o maior valor já investido pelo governo federal nesse tipo de transporte. Projetos em quatro cidades (Belo Horizonte, Salvador, Porto Alegre e Curitiba) já estão confirmados. O Rio de Janeiro ainda tenta recursos. Os projetos já aprovados somam 80,8 km de metrô e têm previsão de obras com duração de três a quatro anos. Eles teriam custo total estimado em cerca de R\$ 10 bilhões* (Nery; Amora, 2011).

A notícia saiu sob o título “Dilma prevê investimento de R\$ 5 bi em obra do metrô”, na *Folha de S. Paulo*. Percebe-se no discurso a racionalização adequada ao tempo. Encontramos a presença do





Poder como instância capaz de gerar prioridades, escolher, estabelecer destinos e destinações, mediante a fixação dos contornos imediatos da história para fins especificados como prioritários. Tudo isso em função de que

*A apropriação do tempo e a produção do homem pelo trabalho humano se desenvolvem em uma sociedade dividida em classes. O poder que se constituiu acima da penúria da sociedade do tempo cíclico, a classe que organiza esse trabalho social e se apropria da limitada mais-valia desse trabalho apropria-se também da mais-valia temporal de sua organização do tempo social: ela possui só para si o tempo irreversível do ser vivo (Debord, 2005, p. 89).*

Desta forma, o anúncio da Copa justifica-a como gesto de política pública ou pelo menos a isso assemelhada para os fins práticos de aplicação dos recursos. O pronunciamento oficial engloba presuntivamente, por efeito dos enunciados jornalísticos, o pronunciamento social que com isso assume aspecto de projeto nacional. Ademais, pronunciamento e enunciado jornalístico moldam-se um ao outro, vez que o referente, ao gerar a referência, ganha foro de verdade e naquela “objetivamente” se valida; então, por isso mesmo, a torna válida como representação e uma coisa justifica a outra como dados intercambiáveis. Consequentemente se instaura, pela primazia técnica, a verdade do que se disse, surge um “álibi profissional” e “o jornalismo passa a ser valorizado como disciplina operativa, a serviço de um fazer” (Pereira Júnior, 2006, p. 15).

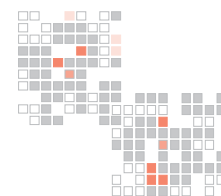
## 2. “Eu não sou um vira-lata”

Condição essencial do esporte, a espetaculosidade é parte do pronunciamento político que vê na monumentalidade da empreitada a necessidade do projeto: se é grande deve ser feito. O futebol, como cimento identitário, tem ação funcional na

troca de sentidos entre as elites e o ser coletivo povo. Com isso se apassiva uma relação complexa, cujas divergências históricas são midiaticamente ocultadas. É da ação continuada do jornalismo como processo orgânico ao capital que resulta tal situação. Tal quadro, como é marca dos processos ideológicos, não se explicita; ao invés é vivido e na sua experienciação se naturaliza, uma vez que o discurso oficial, como manifestação de racionalidade, parece confirmar o que é dito: o Brasil precisa ter sua Copa em 2014.

A assertiva de que o leitor deve ser considerado sob dois aspectos, elemento ideológico transformável e elemento econômico, incentivando outros a adquirir a publicação (Gramsci, 1999, p. 246), refere também o jornalismo liberal, mesmo que com propósitos inversos aos do pensador sardo. E nessa ação orgânica o jornalismo liberal promove, mesmo que em noticiário tido como objetivo, os enunciados que vão ao encontro da ordem estabelecida e do senso comum, reforçando seus padrões e valores. Ou seja: como a relação entre emissor e receptor não depende das mensagens, mas de predisposições e receptividades da audiência, as quais podem ser mais facilmente reforçadas (Rüdiger, 2002, p. 56), e no senso comum do brasileiro o futebol cristalizou-se como patrimônio nacional imaterial, foi grandemente facilitada a anunciação da Copa como algo imprescindível.

O noticiário emulou a atmosfera social, mesmo com as obras dos estádios em atraso. “Com gastos estimados em R\$ 23 bilhões, a Copa do Mundo no Brasil ainda não saiu do papel [...] Das 12 cidades-sede, metade já extrapolou os gastos [...] o sobrepreço chega a mais de R\$ 1 bilhão” (Coutinho, 2011). Isso, porém, é sugerido como desafio à sociedade, não inépcia de quem dirige o processo. Desafio como incitamento a alguém para que faça algo, processo de superação. Sob tal aspecto de superação, episódio marcante deu-se em 1958, quando o Brasil ganhou sua primeira Copa:



*Nelson Rodrigues diz que foi aí [...] que pela primeira vez o brasileiro se sentiu desagravado de velhas fomes e santas humilhações. No rosto dos que andavam pela rua depois de 29 de junho de 1958, Nelson lia o desabafo furibundo: – Eu não sou um vira-lata!* (Santos, 1998, p. 13).

Resgatar esse passado, especialmente seu *espírito pós-vira-lata*, foi tornado importante. É necessário reeditar e reescrever o passado como fazia o Partido do Grande Irmão na obra *1984*, adequando o passado às necessidades do presente. É preciso a atualização orwelliana do “então” de 58 até o “agora” com todas as suas urgências: de um jeito ou de outro a Copa tem de sair. Trata-se, como em Gramsci, da constatação de como funcionam as empresas jornalísticas: sua atuação como aparelhos privados de hegemonia que por vezes se assemelham a partidos políticos (Fonseca, 2005, p. 43). Isso solidifica o consenso em torno do futebol como fomento da nacionalidade, solvente do dissenso histórico das classes.

### 3. O duplipensar como solução ética

O feito de 58 sinalizou ao mundo, mas sinalizou especialmente ao brasileiro, que o esporte se transformara em licença social, rampa ascensional a quem tivesse talento: o imaginário nacional diz que jogador de futebol não é visto como *trabalhador*, mas *craque*; não tem *patrão*, tem *clube*; não cumpre jornada de trabalho, *atua*. A preparação do torneio de 2014 reativa aquele passado de 1958, dá ânimo e confere necessidade à festa: que seja realizada, mesmo que a custos muito altos. No registro abaixo temos exemplo da dinâmica do jornalismo, que agindo como aparelho privado de hegemonia de classe fundamental sobre outras, faz a crítica de aspectos negativos do evento ocultando os interesses daquela classe e assumindo presuntiva objetividade:

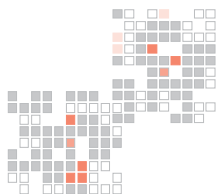
*A Copa do Mundo da iniciativa privada ruiu. Um estudo do TCU (Tribunal de Contas da União) mostra que sairão dos cofres públicos*

*98,56% dos R\$ 23 bilhões orçados para as obras de 2014. Isso menos de dois anos após o presidente do COL (Comitê Organizador Local), Ricardo Teixeira, declarar que a maioria dos gastos do próximo Mundial seria bancada com dinheiro privado. A maior parte das verbas virá dos bancos governamentais (Caixa Econômica Federal e BNDES) e da Infraero, estatal que administra os aeroportos do país. Juntas, as três empresas públicas investirão cerca de R\$ 16,5 bilhões até a abertura da Copa* (Rangel, 2011).

A atitude, eminentemente ideológica, enquadra-se à compreensão da ideologia enquanto “capacidade de universalização de interesses e visão de mundo particularistas, o que pressupõe fundamentalmente um contínuo e sinuoso processo de ocultação da realidade (Fonseca, 2005, p. 36). Consequentemente, para levar adiante o empreendimento relega-se ao esquecimento o confronto entre a festividade do futebol e o dado trágico do país; o discurso oficial assume ares orwellianos e magnifica o *real* da Copa ante outros *reais*. A substituição de um real por outro, como se fora em Orwell, é a base desse sistema de pensamento. Temos aqui, numa face, o real das ruas:

*[...] análise do Censo do IBGE, mostra que, apesar de quase R\$ 3 bilhões investidos pelo governo federal na alfabetização de adultos, uma vez completados 20 anos de idade, foram poucos os analfabetos que aprenderam a ler e escrever entre 2000 e 2010* (Costa, 2011).

O fragmento mencionado, as implicações decorrentes da inversão de capitais públicos em programa de governo que resultou em esforço inválido, são um dado da circunstância Brasil: o Brasil dos analfabetos teve **R\$ 3 bilhões ao longo de dez anos**. Quanto ao Brasil da Copa, a *Folha de S. Paulo* registra: “Obras da Copa aumentam **R\$ 2,7 bilhões em 8 meses**”. Apesar disso, este Brasil



Desse contrassenso, dessa situação de o Estado colocar-se a serviço do privado, desse desapego do indivíduo à condição de sujeito, resultaram fatos que sagraram o futebol.

prevalece sobre aquele e as despesas são legitimadas apesar de todo o paradoxo. Detalha a matéria:

*As obras da Copa-2014 tiveram um aumento de custo de R\$ 2,7 bilhões desde janeiro. Estudo da consultoria legislativa do Senado comparou os orçamentos previstos para estádios, obras de mobilidade, portos e aeroportos no começo do ano com o último balanço do governo federal, publicado na semana passada. Em janeiro, os projetos estavam avaliados em R\$ 23,8 bilhões, e agora essas mesmas obras têm o custo previsto de R\$ 26,5 bi. Proporcionalmente, a maior variação está nos portos, que cresceram 21%. Em valores absolutos, as obras de mobilidade urbana foram as que mais cresceram: R\$ 1,2 bi – ou 10%. Atualmente, os projetos de mobilidade estão avaliados em R\$ 16 bi (Coutinho; Falcão, 2011).*

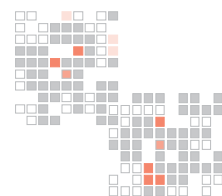
Para viver esse orwelianismo, trabalhar realidades antitéticas, é como se as elites se valessem do recurso do *duplipensar* encontrado nas páginas de 1984, ou seja: o *duplipensar* como elaborada forma de pensamento, que permitia todas as licenças desde que os fins fossem alcançados e isentavam-se de culpa íntima seus praticantes fossem quais fossem as consequências:

*Duplipensar quer dizer a capacidade de guardar simultaneamente na cabeça duas crenças contraditórias, e aceitá-las ambas. O intelectual do Partido sabe em que direção suas lembranças devem ser alteradas; portanto, sabe que está aplicando um truque na realidade: mas, pelo exercício do duplipensar, ele se convence também de que a realidade não está sendo violada.*

*O processo tem de ser consciente, ou não seria realizado com precisão suficiente, mas também deve ser inconsciente, ou provocaria uma sensação de falsidade, e, portanto, culpa (Orwell, 1975, p. 200).*

Por outra: o *duplipensar* aqui metaforicamente proposto insere-se na ética da convicção weberiana, quando os atores agem unicamente em função daquilo a que se propõem, sem levar em conta as consequências (Weber, 1998, p. 113). A realização da Copa, desta forma, está completamente legitimada e sem culpa. Os vultosos dispêndios foram transformados numa necessidade proposta e aceita; proposta por poucos e aceita por muitos. Para tanto, esse virtual *duplipensar* permite que o particular seja tornado interesse geral e o privado vire coisa pública; o que foi proposto, por efeito disso, somente o foi porque o proposto não fora proposto, mas já estava aceito previamente e somente fora “atendido”. Esse hífen entre proposta das elites e aceitação popular aplaina discrepâncias e aproxima o par antitético.

A cultura política sacraliza tudo: no Brasil, desde sua origem distante, o processo social de aceitação do liberalismo democrático não se naturalizou com a separação entre público e privado, somente sendo acatado nos termos em que houve coincidência de interesses entre aquele e a realidade dos mandantes, suas prioridades e desejos. “A democracia no Brasil foi sempre um lamentável mal-entendido” (Holanda, 2002, p. 160). Desse contrassenso, dessa situação de o Estado colocar-se a serviço do privado, desse desapego do indivíduo à condição de sujeito, resultaram fatos que sagraram o futebol – notadamente o futebol praticado durante a Copa do Mundo –,



como a manifestação *mater* daquele patriotismo de chuteiras, fato político com regras *sui generis*. Como ocorreu na Copa de 1970, quando do tricampeonato assim louvado:

*Noventa milhões em ação  
Pra frente Brasil, no meu coração  
Todos juntos, vamos pra frente Brasil  
Salve a seleção  
De repente é aquela corrente pra frente,  
parece que todo o Brasil deu a mão  
Todos ligados na mesma emoção, tudo é  
um só coração  
Todos juntos vamos, pra frente Brasil  
Salve a seleção*  
(Martins, 2011).

A composição de Miguel Gustavo Werneck de Souza Martins empalmava o discurso das elites consubstanciadas à ditadura iniciada em 1964. Havia na letra toda a exaltação do homem cordial buarquiano, só que aqui sob o efeito dionisíaco do futebol. Cordialidade no sentido das “expressões legítimas de um fundo emotivo extremamente rico e transbordante” (Holanda, 2002, p. 147). E cordialidade também na contraface patrimonialista, onde se encontram os que não estabelecem fronteiras rígidas entre público e privado e administram a *res publica* como coisa de propriedade sua, tornando jurídicas, e portanto *legais* até mesmo pela flexibilização das leis, as relações entre o interesse privado e o Estado:

*O governo fechou o texto da proposta para flexibilizar as licitações dos aeroportos da Copa-2014 e de todos os projetos da Olimpíada Rio-2016, com brechas que permitem estouro do orçamento inicial e obras sem licitação. [...]. Segundo o texto, não serão feitas licitações quando “for necessária a preservação da segurança da sociedade e do Estado”. O documento, porém, não dá detalhes de como isso deverá ser feito - prevendo*

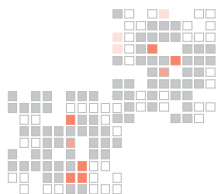
*só justificativas de responsáveis pelo projeto* (Seabra; Coutinho, 2011).

Percebemos, analisando o excerto acima, que “a notícia, ou melhor dizendo, a ideologia da notícia, é o elemento central do modelo do sistema de comunicação de massas liberal. [...] a produção da notícia define uma determinada aproximação da realidade” (Alsina, 2010, p. 295). O dado ideológico que registramos diz respeito à angulação do fato: o jornal “aproxima-se da realidade” relativa ao detalhe da flexibilização – e o ressalta criticamente com o uso de aspas –, relegando a segundo plano a forma como a realidade maior, a realização da Copa, fora construída, seus pressupostos e mecanismos ideológicos de validação.

#### 4. Seguindo os “estrangeiros”

As 12 cidades-sede da Copa – Rio de Janeiro, São Paulo, Belo Horizonte, Porto Alegre, Brasília (DF), Cuiabá, Curitiba, Fortaleza, Manaus, Natal, Recife e Salvador – têm problemas que vão desde violência urbana e hospitais inoperantes, ou quase isso, à rede educacional pública de má qualidade; da pobreza extrema no Nordeste e Norte às falhas no combate a endemias; da baixa remuneração de professores ao crescimento do consumo de drogas como o *crack*. Enquanto isso sai no jornal: “O governador do Distrito Federal, Agnelo Queiroz (PT), está na China [...] em busca de uma utilidade para o estádio de futebol de 70 mil lugares e R\$ 671 milhões que será erguido em Brasília para partidas da Copa de 2014” (Brito, 2011). Outra questão mostra até que ponto o público é colonizado pelo privado, com intervenção no plano jurídico: determinação que disciplina o pagamento de meia-entrada a estudantes e idosos incomoda à Fifa.

*Após o prefeito do Rio, Eduardo Paes (PMDB), ter proposto [...] que os custos do desconto das meias-entradas nos jogos da Copa sejam bancados por Estados, municípios e União, o governa-*



*dor do DF, Agnelo Queiroz (PT), disse [...] ser contra a Fifa arcar com esse ônus. “Cabe a cada região se adaptar ao compromisso internacional que o Brasil assumiu”* (Folha de S. Paulo, 2011a).

A inexistência de processo mais evidente de sociedade civil acompanhando o processo pré-Copa, o indiferentismo com que se vê o predomínio do privado sobre o público pode ser assim observado:

*Relator na Câmara da Lei Geral da Copa, o deputado Vicente Cândido (PT-SP) diz que vai trabalhar para liberar bebidas alcoólicas nos estádios não só durante o Mundial, mas em todos os jogos. [...] o assunto não pode ser tratado como se fosse “um congresso de freiras ou de pastores”* (Cabral, 2011).

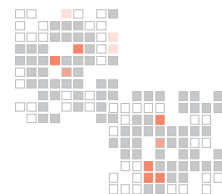
A questão legal e suas tratativas revelam, pelo fato mesmo como decorrem, aspecto fundamental no relacionamento entre os atores concernidos: trata-se de processo de imposição vindo de fora para dentro, tendo como respaldo a ansiedade social de o Brasil ter a sua Copa do Mundo. Mais que isso, a prática é reveladora de processo de hegemonia da instituição internacional, cujos dirigentes atuam de maneira empresarial para assegurar quadro que lhes garanta retorno ao investimento. A presença da ideologia, sutil, disciplina o relacionamento do Estado brasileiro com a Fifa: de fundo chega a ideia de ser esta instituição “de fora”, segundo compreensão imbricada ao imaginário nacional. Segundo essa compreensão uma entidade estrangeira, toda ela, é organizada, funcional, programática, disciplinada, hierarquizada e, acima de tudo, *séria*. Exatamente o oposto de tudo o que a cultura nacional consagrou como seu padrão e parâmetro social.

O imaginário brasileiro, ao mesmo tempo em que consagra a esperteza como forma de agir, o improvisado como uma espécie de práxis, parece perceber difusamente, no contraponto de tudo isso, que os outros povos – os *estrangeiros* –, cul-

tuam regras bem próprias de agir: no respeito às leis, no trabalho, na parcimônia, no racionalismo, na perseverança. Então, quando chega o momento da interação entre o nós nacional e o *outro*, o de fora, dá-se o processo de subsunção à hegemonia daquele, suas práticas, sua pragmática. Nessa troca de sentidos, com imposição de um discurso ao outro – mais que isso, pois o discurso não é algo em si, mas manifestação fenomênico-comportamental de um estado preexistente no sujeito –, ocorre a *débâcle*: o coletivo nacional supõe que nessa convivência ou se ajusta ou será posto fora. É preciso até mesmo transformar institutos jurídicos, como já visto, em objeto de acordo: tal prática se deu também em torno do consumo de álcool ou de outros produtos nos estádios: “A Fifa terá que negociar com as 12 sedes da Copa-2014 leis específicas para conseguir que estabelecimentos no entorno das arenas só comercializem produtos licenciados pela organização” (Folha de S. Paulo, 2011b).

A ideologia torna ao olhar brasileiro ser justificável, ter cabimento, as exigências adventícias. Afinal, isso é parte da *organização*, da *programação*, do sistema de metas e objetivos de entidade internacional, substitutivo válido do *jeitinho* nacional. Por outra parte, o anúncio do “desleixo brasileiro”, de sua falta de compromisso com algo a que ele mesmo se comprometeu, parece confirmar isso: em artigo na *Folha de S. Paulo* o senador Aécio Neves (PSDB) dizia que “a exatos mil dias para que a bola comece a rolar na abertura da Copa no Brasil”, aquilo que deveria ser motivo de comemoração num país que vive o futebol “infelizmente serve também para confirmar, de forma dramática, a instalação da política do improvisado na administração pública brasileira”, para em seguida acentuar: “Estamos atrasadíssimos e caminhando a passos lentos em direção a um calendário inexorável, apesar de o Brasil ter sido escolhido como sede da Copa em outubro de 2007” (Neves, 2011).

Percebe-se no subtexto a admissão de que se trata de sociedade historicamente desorganiza-



da. Desta forma, as relações com a Fifa são fetichizadas, como que ganham vida, tornam-se ente protagonista e modelar à superação do desleixo. O reverso de tal situação, por decorrência do contrato com tal ente, ganha outro olhar no discurso oficial, como veremos logo abaixo; não por força do sujeito Brasil, mas por obra do predicado Fifa. Aquele é vazio de sentido, pois amorfo em organização e proatividade; esta é modelo e matriz em que o país deve se espelhar. Na *Folha de S. Paulo* então ministro dos Esportes, Orlando Silva, garantia: “Faremos a melhor Copa da história”.

*A Copa do Mundo da Fifa 2014 é muito mais que a disputa de 64 partidas de futebol por seleções de 32 países. É um evento que produz oportunidades e que serve como catalisador para o desenvolvimento de quem a realiza. A Copa é excelente plataforma para a promoção de nosso país em âmbito global. [...] A Copa é compromisso de governos. As garantias governamentais oferecidas pelo país à Fifa têm sido cumpridas, inclusive com ajustes na legislação nacional. [...] A Copa estimula a melhoria do transporte coletivo nas nossas principais cidades. São 54 projetos para aperfeiçoar a mobilidade urbana. Aqui, o desafio do cronograma é urgente, pois 70% das obras começam neste ano [...] Os governos locais escolheram as arenas e o BNDES [Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social] ofereceu uma linha de crédito para atender aos padrões da Fifa. [...] Os preparativos para a organização do mundial de futebol aumentam o ritmo a cada dia. Trabalhamos para organizar a melhor Copa da história, um evento que deixe um legado que orgulhe os brasileiros. O país pode confiar (Silva, 2011).*

Fica enunciada uma pretensa busca pelo ajuste, suposto intento de adequação, mesmo admitin-

do-se que são 54 projetos e que 70% das obras começaram em meio a clima de última hora. O anúncio dos números sugere que há urgência em sua consecução. O discurso é justificador da empreitada, percebendo-se que a intenção é dar a esse pronunciamento condição de validade racional em função da grandiosidade das obras, ficando como propósito o registro de que, com a sua realização, a Copa comprovaria a capacidade de o brasileiro se qualificar globalmente ao olhar estrangeiro.

Trata-se de troca de sentidos num intercâmbio assimétrico de valores. Segundo tal quadro o pronunciamento vindo de fora agenda e pauta a resposta àquele pronunciamento, levando o ato responsivo à subsunção uma vez admitida a racionalidade do falar que o condicionou. Trata-se, entendemos, de processo em que o brasileiro fica sempre como ouvinte, ator comissivo por omissão, levado a “assentimento *racionalmente*<sup>1</sup> motivado. [Pois] os agentes que agem de forma orientada ao sucesso só podem coordenar seus planos de maneira a que um aceite a *seriedade*<sup>2</sup> das intenções ou das solicitações do outro (como também a *verdade*<sup>3</sup> das opiniões aí implicadas)” (Habermas, 2004, p. 118-119). E a Copa estabelece, a partir do discurso adventício naturalizado via imprensa que os estádios monumentais são a confirmação materializada de uma verdade que era, até então, pronunciamento. E em processo metadiscursivo os próprios estádios se tornam ilocucionários, uma vez que realizam a ação de estarem presentes retroalimentando no senso comum a necessidade do evento.

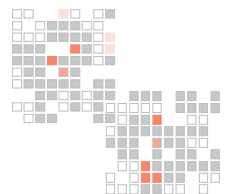
1 Itálico nosso.

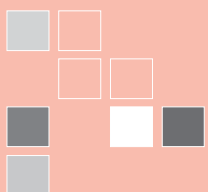
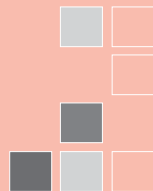
2 Itálico no original.

3 Itálico no original.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ALSINA, Rodrigo Miquel. *A Construção da Notícia*. Petrópolis: Vozes, 2010.
- BRITO, Daniel. *Distrito Federal vai à China por evento de R\$ 1 bilhão*. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/esporte/958554-distrito-federal-vai-a-china-por-evento-de-r-1-bilhao.shtml>>. Acesso em: 20 set. 2011.
- CABRAL, Maria Clara. *Deputado quer volta do álcool às arenas*. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/fsp/esporte/fk0810201114.htm>>. Acesso em: 08 out. 2011.
- COSTA, Fernando Nogueira da. *Analfabetismo no Brasil*. Disponível em: <<http://fernandonogueiracosta.wordpress.com/2011/05/24/analfabetismo-no-brasil/>>. Acesso em: 15 set. 2011.
- COUTINHO, C. N.; TEIXEIRA, A. de P. (Org.). *Ler Gramsci, entender a realidade*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2003.
- COUTINHO, Filipe. *TCU aponta erros e diz que Copa pode repetir fracassos do Pan*. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/esporte/874155-tcu-aponta-erros-e-diz-que-copa-pode-repetir-fracassos-do-pan.shtml>>. Acesso em: 10 out. 2011.
- COUTINHO, Filipe; FALCÃO, Márcio. *Obras da Copa aumentam R\$ 2,7 bilhões em 8 meses*. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/esporte/978365-obras-da-copa-aumentam-r-27-bilhoes-em-8-meses.shtml>>. Acesso em: 25 set. 2011.
- DEBORD, Guy. *A Sociedade do Espetáculo*. Rio de Janeiro: Contraponto, 2005.
- FOLHA DE S. PAULO. *Fifa ganha apoio do DF sobre meias entradas*. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/fsp/esporte/fk0810201115.htm>>. Acesso em: 08 out. 2011a.
- FOLHA DE S. PAULO. *Fifa terá de negociar com sedes para proteger produtos no Brasil*. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/fsp/esporte/fk3004201108.htm>>. Acesso em: 07 out. 2011b.
- FOLHA DE S. PAULO. *O que eles disseram*. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/fsp/corrida/cr2407201101.htm>>. Acesso em: 05 out. 2011c.
- FONSECA, Francisco. *O Consenso Forjado: a grande imprensa e a formação da Agenda Ultraliberal no Brasil*. São Paulo: Hucitec, 2005.
- FRANCISCATO, Carlos Eduardo. *A fabricação do presente: como o jornalismo reformulou a experiência do tempo nas sociedades ocidentais*. São Cristóvão: EdUFS. Fundação Oviedo Teixeira, 2005.
- GRAMSCI, Antonio. *Cadernos do cárcere: os intelectuais e o princípio educativo, jornalismo*. v.2. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1999.
- HABERMAS, Jürgen. *Verdade e justificação: ensaios filosóficos*. São Paulo: Edições Loyola, 2004.
- HOLANDA, Sérgio Buarque de. *Raízes do Brasil*. 26. ed. Rio de Janeiro: José Olympio, 1995.
- MARCHIORI, Rafael. *Torcedor do Vitória marca o primeiro gol da futura arena*. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/fsp/esporte/fk0810201116.htm>>. Acesso em: 8 out. 2011.
- MARTINS, Miguel Gustavo Werneck de Souza. *Pra frente Brasil*. Disponível em: <<http://www.vagalume.com.br/os-incriveis/prafrente-brasil.html#ixzz1aC7hGbsK>>. Acesso em: 8 de out. 2011.
- NERY, Natuza; AMORA, DIMMI. *Dilma prevê investimento de R\$ 5 bi em obra do metrô: Presidente anunciará nos próximos dias recursos para quatro capitais*. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/fsp/cotidian/ff1609201122.htm>>. Acesso em: 20 set. 2011.
- NEVES, Aécio. *Mil dias*. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/fsp/opiniao/fz1209201106.htm>>. Acesso em: 13 set. 2011.
- ORWELL, George. 1984. São Paulo: Companhia Editora Nacional, 1975.
- PEREIRA JÚNIOR, Luiz Costa. *A apuração da notícia*. Petrópolis: Vozes, 2006.
- RANGEL, Sérgio. *Copa de 2014 terá 98,5% de dinheiro público*. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/esporte/881803-copa-de-2014-tera-985-de-dinheiro-publico.shtml>>. Acesso em: 15 set. 2011.
- RODRIGUES, Nelson. *A pátria em chuteiras*. São Paulo: Companhia das Letras, 1994.
- RÜDIGER, Francisco. *Ciência Social Crítica e Pesquisa em Comunicação: Trajetória histórica e elementos de epistemologia*. São Leopoldo: Editora Unisinos, 2002.
- SANTOS, Joaquim Ferreira dos. *Feliz 1958: o ano que não devia terminar*. 5. ed. Rio de Janeiro: Record, 1998.
- SEABRA, Catia; COUTINHO, Filipe. *Proposta flexibiliza licitações*. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/fsp/esporte/fk1304201119.htm>>. Acesso em: 06 out. 2011.
- SILVA, Orlando. *Faremos a melhor Copa da história*. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/fsp/opiniao/fz0204201108.htm>>. Acesso em: 09 out. 2011.
- TAMIL, Tatiana. *Macacos movem objetos virtuais com o pensamento, diz estudo*. Disponível em: <<http://www.estadao.com.br/noticias/geral,macacos-movem-objetos-virtuais-com-o-pensamento-diz-estudo,781673,0.htm>>. Acesso em: 05 out. 2011.
- WEBER, Max. *Ciência e Política: duas vocações*. São Paulo: Cultrix, 1998.





# EL NEGRO COMO PUNTO DE PARTIDA DE LA LUCHA CONTRA EL RACISMO EN LA CUBA ACTUAL

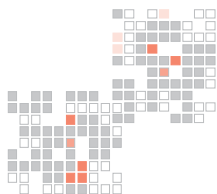
*EL NEGRO COMO PONTO DE PARTIDA DA LUTA CONTRA O RACISMO EM CUBA ATUALMENTE*

*EL NEGRO AS THE STARTING POINT OF THE FIGHT AGAINST THE RACISM IN CUBA TODAY*

## Alberto Berzosa

■ Doutor em História e Teoria da Arte da Universidade Autônoma de Madrid e da Universidade de Reims Champagne-Ardenne com o trabalho *A Sexualidade como arma política*. Sua pesquisa se concentra na história do cinema, que tem explorado principalmente o campo da marginalidade que implica o ativismo político e a análise de discursos de gênero implantados no audiovisual espanhol durante a transição.

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





## RESUMEN

*El Negro*, es un documental cubano realizado por Eduardo Manet en 1960, que aborda la problemática racial en la isla, en el preciso momento en que el gobierno de la Revolución afirmaba poder solucionar las desigualdades racistas que habían sometido a una parte de la sociedad cubana desde varios siglos atrás. En este artículo estudiaremos de qué manera se refleja en *El Negro* la realidad racial de Cuba tras 1959 y determinaremos la importancia de esta película en el debate que actualmente se mantiene sobre el racismo en la isla.

PALABRAS CLAVE: DIFERENCIAS RACIALES; HUMANISTA; SILENCIO.

## RESUMO

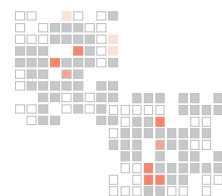
*El Negro* é um documentário cubano realizado por Eduardo Manet em 1960, que aborda a questão racial na ilha, no momento exato em que o governo da revolução afirma poder remediar as desigualdades racistas que têm vindo a submeter parte da sociedade cubana há vários séculos. Neste artigo vamos estudar o modo como em *El Negro* se reflete a realidade racial de Cuba após 1959 e vamos determinar a importância do filme no debate sobre o racismo que atualmente continua vigente na ilha.

PALAVRAS-CHAVE: DIFERENÇAS RACIAIS; HUMANISTA; SILÊNCIO.

## ABSTRACT

*El Negro* is a Cuban documentary realized by Eduardo Manet in 1960, which tackles the racial conflict in the island in the very instant in which the Revolutionary government claimed to be able to solve the racial inequalities that had affected part of the Cuban society for centuries. In this article we will study how *El Negro* reflects Cuba's racial conflict after 1959, and will highlight how important this film is for the current debate of racism in the island.

KEYWORDS: RACIAL INEQUALITY; HUMANIST; SILENCE.



El racismo es un problema universal que tiene lugar bajo toda forma política o económica, pues, según afirma Scott “cambia a lo largo del tiempo modificado por intereses y estrategias cambiantes” (1995, p.56). Un ejemplo paradigmático de la capacidad de adaptación del prejuicio racial a cualquier ámbito socioeconómico es el caso de Cuba, donde la discriminación por motivos raciales ha existido desde la llegada de los españoles en el siglo XV hasta nuestros días. En el presente trabajo nos acercamos al racismo y a sus reflejos en el mundo de la cultura cubana contemporánea. Concretamente lo haremos centrando nuestra atención en el cine del periodo revolucionario que se inició en la isla en enero de 1959 a través del estudio de *El Negro*, un documental escasamente conocido que fue realizado en 1960 por Eduardo Manet. En las siguientes páginas reconstruiremos el proceso de producción, creación y recepción de este cortometraje teniendo en cuenta las singulares condiciones sociopolíticas existentes en Cuba en el momento de su realización, al mismo tiempo propondremos una lectura del film como elemento a tener en cuenta en el debate sobre el racismo abierto hoy en Cuba.

Según explica el profesor Esteban Morales, el racismo, es “una forma ideológica de la conciencia social, que considera a unos hombres inferiores a otros, ya sea por nacionalidad, origen social, sexo, género, raza o color de la piel” (Morales, 2007a, p.50). En el contexto de este trabajo, nos interesaremos únicamente por el racismo como la expresión de un prejuicio sobre la raza o color de la piel. Para conocer en profundidad la naturaleza de este problema en Cuba, tenemos que remontarnos a los tiempos de la colonia y establecer entonces el punto de partida de un recorrido, a través del cual comprobaremos cómo ha evolucionado el prejuicio racial hasta la actualidad. Dada la amplitud de la bibliografía que cubre el estudio de la cuestión racial en Cuba desde el periodo colonial hasta el año 1959<sup>1</sup>, a continuación simplemente recordaremos

los episodios más importantes de dicha historia.

Tras la llegada de Colón en 1492 a Cuba la isla produjo una fascinación especial a los colonos castellanos, que en el siglo XVI decidieron fundar en ella los primeros asentamientos estables. El objetivo de España desde el principio fue sacar el mayor rendimiento al nuevo territorio (Morales, 2007a, p.72), para lo que se estableció un orden jerárquico entre las razas, en el que la libertad y los derechos de los blancos primaban siempre sobre los de los nativos. De este modo, se configuró un sistema legal que amparaba la violencia contra las razas “inferiores” a fin de mantener el orden. El racismo surgió pues, en los primeros años de la colonia, en forma de esclavitud.

Con el paso del tiempo la esclavitud fue evolucionando, volviéndose cada vez más negra. Entre finales del S. XVIII y mediados del XIX, comenzaron a llegar masivamente esclavos negros desde África, para poder sobrellevar el incremento de trabajo en la industria azucarera (Morales, 2007a, p.73). Esta situación cambió cuando en 1868 se declaró la Guerra Grande por la independencia de Cuba. Entonces la abolición de la esclavitud llegó a ponerse sobre la mesa de debate, pues se pensaba que el negro, como cubano pleno, es decir, como ciudadano libre, sería un factor determinante en la batalla. Al finalizar la contienda España concedió la libertad a los negros y mestizos que habían participado en la guerra, tanto del lado del Ejército Libertador como del Español. A pesar de estos avances la esclavitud no fue abolida definitivamente hasta 1886 (Morales, 2007a, p.56).

Casi una década más tarde, en 1895, comenzó la Guerra de Independencia Cubana (1895-1898) y al mando de José Martí, Antonio Maceo y Máximo Gómez, los negros y mestizos, combatieron por primera vez como iguales junto a los blancos por la construcción de un proyecto común de nación. La guerra terminó con la intervención

---

Fernández (1990), Ortiz (1996), Fermoselle (1998), De la Fuente (2000) y Morales (2007a).

<sup>1</sup> Entre los especialistas más destacados se encuentran Robaina

## En 1901, marcando el comienzo de la nueva etapa republicana, se aprobó la primera Constitución Cubana, en la que se reconocía legalmente a los negros como ciudadanos.

de EEUU en 1889, tras la cual España se vio obligada a rendirse y a firmar la paz con el *Tratado de París*, en diciembre de ese mismo año. A partir de entonces la presencia de EEUU en Cuba se hizo patente hasta 1959 de una forma u otra, ya que los distintos gobiernos norteamericanos se creyeron con la obligación de intervenir en los asuntos de la isla, por considerar a los cubanos como “niños crecidos” (Morales, 2007c), incapaces de autogobernarse.

En 1901, marcando el comienzo de la nueva etapa republicana, se aprobó la primera Constitución Cubana, en la que se reconocía legalmente a los negros como ciudadanos. Sin embargo, en la práctica esto chocaba con los prejuicios raciales y clasistas presentes en la sociedad. El carácter capitalista de la nueva república, hizo que la represión y la marginación del negro se mantuviesen para privilegiar los intereses de las clases dominantes<sup>2</sup> (Morales, 2007c).

Durante la dictadura de Gerardo Machado (1925-1933), apareció un espejismo de fraternidad racial en Cuba. En sus discursos, el dictador trató de calmar los ánimos de los más radicales y conseguir el apoyo de la comunidad negra, pero esta simpatía no se materializó en términos reales de igualdad<sup>3</sup>. Al mismo tiempo, en los últimos años de la década de los veinte, el debate sobre el racismo en Cuba cobró una gran importancia gracias a la tarea de Gustavo Urrutia, quien desde su sección “Ideales de una raza”, aparecida en el

<sup>2</sup> Esta desigualdad propició acontecimientos tan sangrientos como el de la masacre de los miembros del Partido Independiente de Color en 1912, bajo el gobierno de José Miguel Gómez (De la Fuente, 2000, p.30).

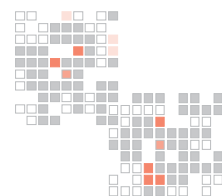
<sup>3</sup> En 1929 los negros “luchaban por sobrevivir” a las puertas del quiebro económico mundial (Morales, 2007c) y su realidad social era extremadamente más conflictiva que la de los blancos (De la Fuente, 2000, p.264-292).

*Diario de La Marina* entre 1928-1931, reivindicaba los derechos de los negros (Morales, 2007c).

El mandato de Machado, sirvió para comprender la importancia de mantener una relación cordial con los núcleos sociales de color, aunque fuese basada en la impostura, si se quería gobernar con cierta estabilidad. Por ello, a partir de entonces, todos los partidos políticos se esforzaron notablemente por mantenerse cerca de ellos. En el orden legal, la Constitución de 1940 volvió a subrayar la condena de la discriminación racial, pero de nuevo, como ya sucedió en 1901, el carácter inocuo de esta medida se hizo evidente en los años siguientes, ya que nunca se llevó a cabo una acción jurídica en contra de ninguna actitud racista (Morales, 2007a, p.150).

Bajo estas condiciones, sobrevivieron los negros y mestizos cubanos durante el periodo republicano. Sus intereses fueron siempre perjudicados y únicamente se les tendió la mano cuando se pensaba que podían ser necesarios para alcanzar el poder. La dictadura de Fulgencio Batista supuso una última muestra de esta actitud. Tras el Golpe de Estado que perpetró en 1952, Batista se presentó como un presidente que encarnaba los intereses de las minorías raciales. Sin embargo, en la práctica su política estuvo orientada a la represión y la marginación racial. Como una de las medidas tomadas por el dictador en este sentido, en 1953 se ilegalizó el Partido Socialista Popular, que se había convertido en el aliado político natural de la comunidad negra, consiguiendo dismantelar así los casi inexistentes mecanismos de defensa de dicha comunidad (De la Fuente, 2000, p.348).

La etapa republicana en Cuba terminó el 1 de enero de 1959, cuando el Ejército Rebelde entró en La Habana y en Santiago de Cuba, tomando el



## A partir de 1959 se trató de acabar con la diferencia de clases, y para ello se concedieron los mismos derechos y se otorgaron las mismas posibilidades.

poder en las dos principales ciudades de la isla. El carácter popular, nacionalista e independentista del nuevo gobierno despertó la ilusión en las clases más desfavorecidas de la sociedad, quienes vieron con buenos ojos el derrocamiento de Batista por parte de los que una vez más, pero ahora de modo más contundente, se proclamaban representantes de sus intereses.

La Revolución se definió entonces como un movimiento radicalmente social y humanista<sup>4</sup>, cuyo objetivo era poner fin a las injusticias históricas en Cuba (Morales, 2007a, p.292). En lo que al racismo se refiere, desde el mismo año 1959 se empezaron a tomar medidas para su erradicación. La discriminación racial fue considerada un elemento de división y de desigualdad entre los cubanos, que entonces empezaban a ser tratados como iguales. Por este motivo se la tachó de lacra social (Morales, 2007b, p.12), y se tomaron diversas medidas para acabar con los privilegios históricos que el racismo había otorgado a las clases dominantes, fundamentalmente blancas, y que afectaban a la vida diaria de los negros y mestizos<sup>5</sup>.

El cambio se estaba produciendo, y la nación “con todos y para el bien todos” que predicó Martí, parecía estar a punto de hacerse realidad. Pero la misma radicalidad que permitió pensar en el cambio, fue la que finalmente lo ahogó. Al querer acabar con la discriminación racial de una manera contundente,

el racismo fue analizado como un subproducto de las clases privilegiadas (De la Fuente, 2000, p.40), reduciendo así un problema con imbricaciones históricas, sociales y culturales al terreno de la lucha de clases –deduciéndose de esto que el final de las clases supondría el final del racismo.

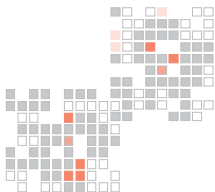
La celeridad con la que el gobierno revolucionario actuó para establecer la igualdad entre las razas, hizo que se pasase por alto un hecho fundamental: no pueden considerarse iguales quienes históricamente nunca lo fueron. A partir de 1959 se trató de acabar con la diferencia de clases, y para ello se concedieron los mismos derechos y se otorgaron las mismas posibilidades –de acceso a los estudios, a la sanidad o al trabajo– a todos los cubanos sin importar su raza. De esta política se beneficiaron todos por igual, a pesar de que el punto de partida de unos y otros en 1959 no era el mismo, es decir, que no todos necesitaban la misma ayuda para subsanar sus desigualdades<sup>6</sup>.

Al mismo tiempo, esta rapidez y radicalidad de la Revolución a la hora de eliminar el racismo tuvo el efecto contrario al deseado, pues provocó que en ocasiones se reprimiese la cultura y la religión africana con el objetivo de acabar con la presencia de las manifestaciones de diferenciación racial de cualquier signo, perjudicando así a los que en un principio se quería proteger (De la Fuente, 2000, p.40). De este modo, intentando terminar con las diferencias raciales, se acabó por zanjar el tema reprimiendo la diversidad y, a partir de 1962, alejando además el racismo del discurso público, pretendiendo hacer ver que ya no existía (De la Fuente, 2000, p.40), (Morales, 2007a, p.291). Obviar las cuestiones raciales se convirtió una vez más en la

4 La utilización del término humanista en referencia a la Revolución Cubana en este trabajo hace acepción al carácter social de la misma, a la base antidiscriminatoria en el reparto de la riqueza social que desde el inicio ésta dispuso y al interés demostrado en la democratización del acceso a la educación, la salud y la cultura entre todos los ciudadanos (Morales, 2007).

5 Entre estas medidas cabe destacar que las playas se hicieron públicas para todos, que se eliminaron los clubes privados y que las escuelas fueron abiertas para todos los niños (De la Fuente, 2000, p.40).

6 Para saber más sobre el punto de partida de los distintos grupos raciales consúltense Morales (2007a, p 156-160)



solución elegida ante el miedo a que la raza pudiese devenir en una cuestión que dividiese a los ciudadanos en momentos de dificultad, como el que Cuba vivía desde 1961, año en que comenzaron las políticas hostiles por parte de EEUU<sup>7</sup>.

Tras este breve recorrido por la historia del racismo en Cuba, hemos de centrar ahora nuestra atención en el terreno cinematográfico, con el fin de introducirnos paulatinamente en el análisis del documental *El Negro*, sabiendo que se trata del primer momento, desde el triunfo de la Revolución, en que racismo y cine cruzaron sus caminos.

Hablar del cine cubano de los inicios de la década de los 60 es hablar del Instituto Cubano de Arte e Industria Cinematográficos (ICAIC), fundado en 1959. La creación del ICAIC vino a suplir la ausencia de un centro que rigiera la producción cinematográfica en Cuba. En su primera etapa el Instituto fue dirigido por Alfredo Guevara, quien comprendió inmediatamente la importante tarea designada al cine en el periodo histórico que la isla estaba viviendo, como una herramienta informativa y orientativa en cuestiones como la educación, pero también propagandística de los avances aportados por la Revolución. Por este motivo, desde los primeros años el Instituto promovió la producción de documentales de carácter divulgativo y científico-popular<sup>8</sup> (Mahieu, 1969, p.641).

Con el paso de los meses, el ICAIC fue cobrando cada vez más importancia dentro del panorama cultural cubano, llegando a convertirse en el punto de referencia de la reflexión intelectual<sup>9</sup>. La

sintonía ideológica entre el Instituto y el gobierno revolucionario hizo que este organismo se convirtiese en el elemento de apoyo gubernamental a la creación audiovisual que precisaban los jóvenes realizadores cubanos. El estado de optimismo que reinaba entre los directores y la élite cultural a nivel general, quedó patente en las cartas que Gutiérrez Alea escribió a los intelectuales que se encontraban en el extranjero en el momento del triunfo de la Revolución. En dichas misivas les invitaba eufórico a regresar a Cuba, donde podrían realizar todas sus empresas culturales (García Borrero, 2007, p.34). Entre las personas que recibieron las cartas del director cubano se encontraban Néstor Almendros, Ramón Suárez, y Eduardo Manet, director del documental que aquí nos ocupa y que entonces se encontraba en París formándose como actor y dramaturgo<sup>10</sup>.

Como respuesta a esta misiva, Manet (Santiago de Cuba, 1930), intrigado por las palabras de Gutiérrez Alea, volvió a Cuba en 1960 con la intención de hacer teatro, algo que pudo llevar a cabo con facilidad gracias a su amistad con miembros del Partido Comunista Cubano<sup>11</sup>. Pero pronto, su amigo Alfredo Guevara le propuso formar parte del ICAIC, oferta que Manet aceptó sin reservas. Su primer trabajo para el ICAIC fue dirigir un taller de guiones cinematográficos junto al documentalista holandés Joris Ivens. Después tras trabajar fugazmente como redactor jefe de la *Revista de Cine Cubano* pasó a dedicarse únicamente a su incipiente carrera de director.

7 Como explica Morales (2007a), el “miedo al negro” estuvo presente en Cuba desde la Revolución Haitiana (1781-1804), y en numerosas ocasiones fue motivo de represión de la comunidad negra. El caso más llamativo es el de la llamada Guerrita de 1912, cuando se produjo la masacre de los miembros del Partido Independiente de Color.

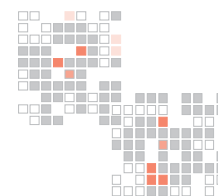
8 Dentro de este ámbito documental, a partir de junio de 1960 se produjo de manera regular el *Noticiero ICAIC Latinoamericano*, de expresión combativa y militante, que estuvo dirigido por Santiago Álvarez y se dedicó a mostrar las actualidades de la Revolución.

9 Este estatus lo alcanzó en detrimento del suplemento cultural *Lunes de Revolución* (suplemento del periódico *Revolución*), que se opuso a la deriva política del gobierno cubano y fue perdiendo cada vez más presencia en

la sociedad, hasta 1961, fecha en que desapareció (Ortega, 2008, p.35-37).

10 Primero en la Ecole Pédagogique de Jeux Dramatiques (1952-54) y después en la escuela de Jacques Lecoq (1956 y 1958).

11 Su estancia en el país natal no pudo ser más productiva, ya que allí trabajó durante los ocho años siguientes como director, tanto de teatro como de cine, y como pedagogo en el Conjunto Dramático Nacional, el grupo Teatro Estudio y el Ballet Nacional de Cuba, además de colaborar en numerosas revistas. En 1961 fue elegido miembro del primer Comité Nacional de la Unión Nacional de Escritores y Artistas de Cuba. Como podemos observar por estos datos, Manet obtuvo un gran reconocimiento en Cuba durante este periodo. Información obtenida en entrevistas con Eduardo Manet.



Como muchos realizadores cubanos, Manet comenzó su trayectoria cinematográfica en el terreno del documental para posteriormente dedicarse a la ficción. De este modo, en 1960, nació *El Negro* (10'), documental que reflexiona sobre los prejuicios raciales en los primeros años de la Revolución Cubana, y en el que queda patente la sintonía entre el pensamiento del director (exiliado en Francia desde 1968) y la ideología humanista del nuevo gobierno.

Llegados a este punto, hemos de especificar en qué sentido se produjo la sintonía entre ambas partes, ya que estuvo muy condicionada por la

### Como muchos realizadores cubanos, Manet comenzó su trayectoria cinematográfica en el terreno del documental para posteriormente dedicarse a la ficción.

formación europea de Manet, que él mismo califica de “afrancesada”<sup>12</sup>. Por una parte, hemos de tener en cuenta que sus intereses, puestos siempre del lado del desarrollo intelectual y de la investigación en los distintos campos del arte, le llevaron a ampliar su formación artística en el viejo continente. Mientras que por la otra, hemos de remarcar que, cuando la Revolución alcanzó el poder, su carácter social y humanista hizo que se potenciasen y se extendiesen los canales de creación, producción y distribución artística a los estratos sociales que históricamente habían tenido menor acceso a esos terrenos<sup>13</sup>. El hecho de intentar que la cultura, a todos los niveles, fuese algo al alcance de todos los cubanos, era una idea demasiado seductora para que alguien con las miras intelectuales de Manet no la supiera apreciar. Fue en este sentido en el que el director en-

contró su afinidad con la Revolución, más que en la proximidad al proyecto económico y político socialista, que conllevaba una actitud ortodoxa hacia ciertas ideas y actitudes, lo cual quedaba ya muy lejos del pensamiento ilustrado de Manet<sup>14</sup>.

Esta cualidad hizo que sus primeros documentales estuviesen dedicados a temas como el del racismo en *El Negro*, o el de la transformación de las entidades privadas en públicas en *Napoleón gratis* (1961). El tratamiento de estas temáticas presenta al autor como un intelectual alineado con la Revolución y su modo de actuar, pero lo hace al mismo tiempo con cierta distancia, ya que nunca opta por la glorificación de la institución revolucionaria ni del nuevo gobierno, sino por los valores universales que esta defiende, como la igualdad y la justicia social.

La elección del racismo como tema central en *El Negro*, se debe a tres causas: en primer lugar, en 1960, cuando el film fue concebido, las cuestiones raciales estaban siendo analizadas y tratadas por parte del gobierno cubano, con el objetivo de eliminar las diferencias históricas entre los ciudadanos para hacer así desaparecer el racismo de la sociedad; en segundo lugar hemos de tener en cuenta motivos biográficos, puesto que la madre de Manet había sido perseguida por cuestiones de raza<sup>15</sup>; y por último, a estos dos aspectos, el histórico nacional y el personal, hemos de añadir un tercer impulso: el incremento de la influencia del *Black Power* estadounidense en Cuba. Esta línea de pensamiento radical se hizo notar en la defensa de los derechos raciales de la isla por

14 Todo esto no quiere decir que, sin ningún tipo de fanatismos, Manet no defendiese en esta primera etapa al gobierno revolucionario de Cuba, tal y como expresa Eugenio Barba hablando de cómo Manet defendió el proyecto socialista de la isla ante el estatismo de las potencias soviéticas (Barba, 2000).

15 La madre de Manet era una judía sefardí que mantuvo sus tradiciones religiosas de forma clandestina en España (Andalucía, concretamente). Además, su nodriza en Santiago de Cuba, era una haitiana negra que le cantaba en criollo, por lo que desde edad temprana estuvo en contacto con la diferencia de razas. Información obtenida en entrevistas con Eduardo Manet.

12 Ídem.

13 Con la creación de centros de producción cinematográfica, teatral y plástica, entre otros, a los que tuvieron acceso todas las personas por igual, sin tener en cuenta su clase social o su raza.

parte de los propios discriminados. En el caso de nuestro autor significó un aliciente más para reeditar su empresa; sin embargo, hubo directores, como Nicolás Guillén Landrián o Sara Gómez, que asumieron de modo más radical las reivindicaciones del poder negro, y después tuvieron problemas por ello<sup>16</sup>.

Animado por esta triple motivación, Manet aprovechó el momento histórico propiciado por la Revolución para combatir el prejuicio racial y depositar sus esperanzas en el proceso de cambio que parecía tener lugar en Cuba. Según cuenta el propio autor, por aquél entonces “le divertía” tratar un tema tan complejo como este, ya que “en Cuba existía un tipo de racismo social en el que, a diferencia de lo que ocurría en los EEUU en los años 40, un negro rico, seguía siendo negro”<sup>17</sup> y marginado por ello, a pesar de su posición económica.

En los escasos diez minutos de duración de *El Negro*, Eduardo Manet combina secuencias de ficción con fragmentos rodados de manera documental a pie de calle, e imágenes de archivo. La convivencia de estos recursos hace del film una obra singular, característica de un momento decisivo dentro de la evolución creativa del ICAIC, ya que combina elementos heredados de los antiguos documentales, como las recreaciones dramáticas de la realidad, con técnicas que no se habían empleado aún en el cine cubano, como la introducción de la fotografía fija (Espinosa, 1964, p.3-21).

Con estos elementos, Manet configuró un cortometraje en el que se repasa visualmente la historia del racismo desde sus comienzos, con la explotación de esclavos durante la época colonial, hasta su presente más cercano. El recorrido histórico está acompañado por unas voces en over que narran los hechos y reflexionan sobre la condición histórica de los negros. La película expresa en tono docente una opinión bien definida y un tanto maniquea: se trata de un discurso unidirec-

cional, donde no hay espacio para la interacción entre el público y el realizador, ni se da opción a interpretaciones paralelas.

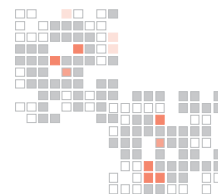
En dicho discurso se denuncia la explotación de los esclavos negros como mano de obra, y se hace ver que, tras la obtención de su libertad, el prejuicio racial seguía instalado en la sociedad y la discriminación laboral se manifestaba aún en los criterios de selección, donde los negros eran descartados siempre antes que los blancos<sup>18</sup>. Aunque el protagonista racial sea el negro, en el documental se hacen alusiones a las matanzas de judíos durante el Tercer Reich, detalle que amplía el problema del racismo a dimensiones universales. El recorrido histórico conduce al naciente periodo revolucionario, al que se hace mención dos veces a lo largo del film: la primera, indicando que el propósito de la Revolución era acabar con la discriminación racial, y la segunda solicitando un trabajo conjunto para lograr este fin.

A simple vista parece que el cortometraje tiene como objetivo acreditar al gobierno cubano como entidad capaz de acabar con las injusticias cometidas históricamente contra las minorías raciales. Sin embargo, en él destaca una secuencia que permite crear en el espectador un atisbo de duda respecto a las posibilidades reales de cambio en los inicios de la década. Se trata de una de las secuencias de ficción escritas por Manet, concretamente aquella en la que un niño negro mira de manera cómplice a otra niña de su misma raza. La niña está limpiando las escaleras exteriores de un edificio, ambos se sonríen hasta que la propietaria, una mujer blanca que tiene a la niña como empleada, sale del edificio mirando al joven negro con desprecio. Mediante este fragmento Manet muestra cómo la burguesía que se aprovechaba de la condición desigual de los negros antes de la Revolución seguía existiendo tras 1959, planteando así las dudas sobre las soluciones radicales llevadas a cabo

16 Información obtenida en entrevistas con Eduardo Manet.

17 Ídem.

18 Las desigualdades laborales entre negros y blancos es algo ampliamente estudiado por Morales (2007a).



## Si bien es cierto que en 1960 el autor de *El Negro* confiaba en la posibilidad de terminar con la discriminación racial en Cuba.

por el gobierno de Cuba en su intento de acabar con tales discriminaciones.

Además de esta recreación ficticia, que ensombrece el panorama social cubano, más allá del optimismo del gobierno, resultan interesantes unas secuencias concebidas para indicar que el problema del racismo es cultural, algo muy difícil de eliminar por completo sirviéndose únicamente de posibles cambios en el código civil. Por medio de estas secuencias de factura más poética que realista, se explica que el racismo está inmerso en el lenguaje cotidiano, donde a todo aquello a lo que se quiere otorgar una connotación peyorativa se le añade el adjetivo “negro”, véase por ejemplo: mercado negro, trabajar como un negro, lista negra, hambre negra o tristeza negra. La complejidad del racismo en Cuba queda reflejada de este modo a través del análisis en estratos planteado por Manet (estrato cultural, laboral, histórico...).

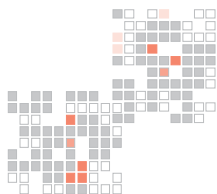
Si bien es cierto que en 1960 el autor de *El Negro* confiaba en la posibilidad de terminar con la discriminación racial en Cuba –como demuestra en este documental–, no podemos evitar pensar que, al mismo tiempo, tratase de argumentar que el racismo cubano era un problema que debía ser solucionado arreglando antes otros muchos aspectos (principalmente el de la educación), ya que sus raíces se encontraban en los mecanismos que hacen posible la vida en sociedad, como el habla. Que no todo puede ser cambiado de golpe, sino que, para que el cambio sea efectivo, deben mantenerse las medidas necesarias durante el tiempo suficiente para que puedan tomar raíces en el subsuelo de la cultura social.

*El Negro* fue exhibido dentro y fuera de Cuba, pasando por festivales internacionales como el Festival Internacional de Cortometrajes de Ober-

hausen (RFA) o el Festival Internacional de Cine de Londres, donde obtuvo un galardón en 1961. En el interior de la isla marcó el punto de partida para que otros directores denunciasen las discriminaciones raciales en los años posteriores, cuando el gobierno ya había dado por zanjada la cuestión. Entre estos directores destacan en el ámbito documental, los ya citados, Nicolás Guillén Landrián, con su cortometraje *Coffea Arábica* (1968) y Sara Gómez, con *Guanabacoa: crónica de mi familia* (1966) y *...y tenemos sabor* (1967), y, en menor medida, Juan José Grado, con *Playas del pueblo* (1960) y Santiago Álvarez, quien abordó la cuestión racial en *Now!* (1965). En el terreno de la ficción el tema del racismo también encontró su lugar en diversos filmes como *La decisión* (1964), de José Massip, *Cumbite* (1966) y *La última cena* (1976), ambas de Gutiérrez Alea, *La tierra y el cielo* (1976) de Manuel Octavio Gómez o *Maluala* (1979) de Sergio Giral.

La senda abierta por Manet fue continuada de diferentes maneras por varios realizadores. Sin embargo, en la Historia escrita (oficial) del Cine Cubano<sup>19</sup>, *El Negro* ha permanecido olvidado desde el momento de su realización, debido principalmente a la conjunción de dos circunstancias: el tabú impuesto sobre las cuestiones raciales en Cuba tras la declaración del fin del racismo en 1962, y el hecho de que en 1968 Manet abandonase la isla, convirtiéndose así en un exiliado, con todo lo que esto conlleva a la hora de recordar y distribuir su obra en Cuba. La cinta quedó guardada en los fondos del ICAIC, y en el extranjero sólo queda rastro de ella entre los archivos de algunas filmotecas, como la de Londres. Por su

<sup>19</sup> En un libro tan exhaustivo como el de Chanan, por ejemplo, el film de Manet se cita sólo de pasada (Chanan, 2004, p.129).





parte, durante su exilio, Manet no volvió a trabajar el medio documental, consagrando su actividad artística casi íntegramente a la literatura.

El silencio decretado entorno al racismo con el fin de no provocar posibles conflictos sociales en una situación de emergencia como la que vive Cuba desde 1961, bajo el bloqueo económico de EEUU, sólo fue roto en 1985, cuando Raúl Castro volvió a sacar el tema a la luz, en referencia a la composición racial de los cuadros de dirección estatal a todos los niveles (Morales, 2007a, p.236). A pesar del anuncio de diferentes medidas para lograr que los distintos grupos raciales se vean representados de forma equitativa en los puestos de poder, numerosos estudios realizados en los primeros años del nuevo milenio indican que el objetivo aún no se ha cumplido (Morales, 2007a, 237).

A nivel social, el prejuicio racial persistía silenciado desde 1962. La alineación cubana con el bloque soviético permitió mantener la estabilidad económica hasta finales de los años 80, pero tras la disolución de la URSS en 1991, Cuba tuvo que enfrentarse al bloqueo económico de los EEUU sin la ayuda de sus aliados, lo cual, unido a la necesidad de realizar variaciones internas en el sistema económico, le hizo sumirse en una profunda crisis. Los efectos de esta crisis hicieron salir a la luz las desigualdades raciales que aún existían, haciendo evidente que los negros y los mestizos seguían siendo mayoría entre los grupos más desfavorecidos (De la Fuente, 2000, p.434-457).

En la actualidad el racismo en Cuba es un problema del que se vuelve a hablar dentro de la isla. El silencio anterior sólo ayudó a mantener el germen discriminatorio en algunos ambientes concretos, como en lo más íntimo de la familia y de la conciencia social (Morales, 2007a, 313). La solución para acabar definitivamente con la discriminación racial pasa, por tanto, por acabar con este silencio y situar al racismo en el centro del debate público, animando así a que negros y mestizos recuperen su conciencia de raza y con-

tribuyan entonces a la construcción del proyecto socialista cubano.

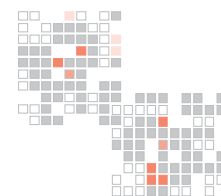
En línea con la nueva actitud frente al racismo, pueden encontrarse actualmente muchos trabajos que, desde los ámbitos académicos y científicos de la isla, se ocupan del estudio de los temas raciales y de la herencia de las raíces africanas dentro de la cultura cubana<sup>20</sup>, así como los artistas que en su obra denuncian la discriminación racial, tales como Gilberto, Lester, Alexis Esquivel o Manuel Arenas, entre otros<sup>21</sup>. En este sentido, en el ámbito estrictamente cinematográfico cabe destacar *Raza* (2008), último trabajo de Eric Corvalán, en el que varios intelectuales se suman a debatir sobre el tema tras 50 años de Revolución.

**La actual sociedad cubana no es racista en el mismo sentido en que lo era la Cuba republicana, pero el problema sigue persistiendo.**

Si tenemos en cuenta estos datos, hemos de concluir nuestra investigación recalcando el acierto de Eduardo Manet, cuando en 1960 decidió poner el acento sobre la situación discriminatoria del negro en el nuevo periodo revolucionario, intuyendo ya entonces que se trataba de uno de los problemas de más difícil solución a los que el nuevo gobierno se enfrentaba. La actual sociedad cubana no es racista en el mismo sentido en que lo era la Cuba republicana, pero el problema sigue persistiendo. Por este motivo, ahora que se ha retomado el debate racial, resulta fundamental contar con herramientas de análisis que ayuden a situar el debate, como el documental *El Negro*. Pues, Manet fue pionero en analizar la perviven-

20 Un repaso de todos ellos puede encontrarse en Morales (2008a).

21 Estos dos últimos son solo algunos de los ejemplos de artistas plásticos preocupados por los problemas raciales, sobre los que trata De la Fuente (2008).



cia tras el triunfo de la Revolución, de ciertos hábitos en el modo de vida y de empleo del lenguaje de los cubanos, que, al menos, debían haber hecho dudar, a los gobernantes, quienes, demasiado optimistas, pensaron haber resuelto el problema (Morales, 2007a, p.189). *El Negro* tiene, aún hoy,

mucho que aportar a todos aquellos que, en su deseo de seguir construyendo una nación en la que no existan las diferencias sociales, han desatado los viejos tabúes con la sola intención de seguir luchando por la Cuba “con todos y para el bien de todos” soñada por Martí.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BARBA, Eugenio. *Las entrañas del monstruo*, 2002. Disponible en: [http://www.lajiribilla.co.cu/2002/n44\\_marzo/1161\\_44.html](http://www.lajiribilla.co.cu/2002/n44_marzo/1161_44.html). Consultado el: 17 oct. 2011.

CHANAN, Michael. *Cubain cinema*. Minnesota: University of Minnesota Press, 2004.

DE LA FUENTE, Alejandro. *Una nación para todos*. Madrid: Colibrí, 2000.

\_\_\_\_\_. The New Afro-Cuban Cultural Movement and the Debate on Race in Contemporary Cuba. *Journal of Latin American Studies*, Inglaterra: Cambridge, nº 40:4, p.697-720, 2008.

FERMOSELLE, Rafael. *Política y color en Cuba, la guerrita de 1912*. Madrid: Colibrí, 1998.

GARCÍA BORRERO, Juan Antonio. *El cine cubano de los sesenta: mito y realidad*. Madrid: Ocho y Medio, 2007.

GARCÍA ESPINOSA, Julio. Nuestro cine documental. *Cine Cubano*, La Habana, nº 23- 24-25, p.3-21, 1964.

MAHIEU, José Agustín. El cine cubano. *Cuadernos hispanoamericanos*, Madrid, nº 348, p.638-646, 1979.

MORALES, Esteban. *Desafíos de la problemática racial en Cuba*. La

Habana: Fundación Fernando Ortiz, 2007a.

\_\_\_\_\_. *Cuba: color de piel, nación Identidad y cultura: ¿un desafío contemporáneo?*, 2007b. Disponible en:

<http://afrocubaweb.com/News/colordelapiel.pdf>. Consultado el: 17 oct. 2011.

\_\_\_\_\_. *Cuba: Raza y República*, 2007c. Disponible en:

[http://www.lajiribilla.co.cu/2007/n336\\_10/336\\_01.html](http://www.lajiribilla.co.cu/2007/n336_10/336_01.html). Consultado el: 17 oct. 2011.

\_\_\_\_\_. *Cuba: ciencia y racialidad 50 años después*. La Habana: Universidad de La Habana, 2008a.

ORTEGA, María Luisa. PM (Pasado Meridiano). In: AMITO, Julie; BERTHIER, Nancy. *Cuba: cinéma et revolution*. 2ª edición. Lyon: Le Grima - LCE - Grimia, 2008. p.33-42.

ORTIZ, Fernando. *Los negros esclavos*. La Habana: Editorial Ciencias Sociales, 1996.

ROBAINA FERNÁNDEZ, Tomás. *El negro en Cuba 1900-1958. Apuntes para la historia de la lucha contra la discriminación racial*. La Habana: Editorial Ciencias Sociales, 1990.

SCOTT, Rebeca J. La raza y el racismo en una perspectiva histórica. En: *Historia Social*, Valencia, nº 22, p.56-59.



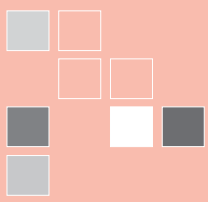
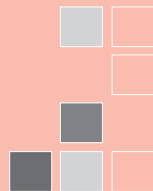
■ **REVISTA ORGANICOM  
“COMUNICAÇÃO E SAÚDE”**

Edição dupla 16-17 – jan-dez 2012

Edição especial – 2012 da Organicom – Revista Brasileira de Comunicação Organizacional e Relações Públicas.

O presente dossiê, por sua excelente qualidade e relevância para a área da Saúde e da Comunicação, será de grande utilidade para os interessados nesta temática.

A revista, publicada em formato digital, pode ser acessada através do site [www.revistaorganicom.org.br](http://www.revistaorganicom.org.br), para download no computador ou em dispositivos móveis.



# A FICÇÃO SERIADA NEOPOLICIAL DAS MAJORS NA AMÉRICA LATINA

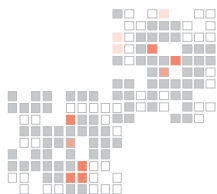
LA FICCIÓN EM SERIE NEOPOLICIAL DE *LAS MAJORS* EM AMÉRICA LATINA

*THE NEOPOLICIAL FICTIONAL SERIES OF THE MAJORS IN LATIN AMERICA*

## Luiza Lusvarghi

■ Possui Graduação em Letras (Português-Inglês) pela Faculdade de Filosofia Ciências e Letras de São Bernardo do Campo FASB (1977), em Comunicação Social (Jornalismo) pela PUC de São Paulo (1986), mestrado em Ciências da Comunicação pela ECA-USP (2002), sobre MTV e Globalização, doutorado pela ECA-USP (2007), sobre Produção Audiovisual Brasileira e Globalização, e Pós-Doutorado pela UFPE, sobre audiovisual e estratégias das corporações de mídia no Nordeste. Tem experiência na área de Comunicação, com ênfase em Estudo dos Meios e da Produção Midiática, atuando principalmente nos seguintes temas: Gêneros Audiovisuais, Gêneros Jornalísticos, Ficção Seriada.

■ E-mail: [lumecom@uol.com.br](mailto:lumecom@uol.com.br)



## RESUMO

A partir de 2000, na virada do milênio, surgem novos formatos na televisão aberta e, sobretudo, a cabo, resultantes de parcerias entre as *majors* e produtoras locais na América Latina, com destaque para México, Argentina, Brasil, Chile e Colômbia. Essa produção, em que se destacam as séries do gênero policial e de ação, pouco a pouco se coloca em contrapartida à tradicional telenovela, e é liderada por Fox e HBO. O objetivo deste artigo é mapear essas novas estratégias midiáticas (Canclini, 2008) e compreender a contribuição dessa produção ao imaginário televisivo local, enquanto categoria social, e suas relações com a tradição do gênero (Mittell, 2004; Naremore, 2008; Krutnik, 2010).

**PALAVRAS-CHAVE:** SERIADO POLICIAL; FICÇÃO SERIADA; GÊNEROS TELEVISUAIS; NARRATIVAS TRANSCULTURAIS

## RESUMEN

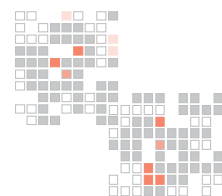
A partir de 2000, en la entrada del milenio, surgen nuevos formatos en la televisión abierta y, sobre todo, a cabo, resultantes de alianzas entre las *majors* y productoras locales en América Latina, con destaque para México, Argentina, Brasil, Chile y Colombia. Esa producción, en que se destacan las series del género policial y de acción, poco a poco se coloca en contrapartida a la tradicional telenovela, y la lidera Fox y HBO. El objetivo de este artículo es mapear esas nuevas estrategias mediáticas (Canclini, 2008) ) y comprender la contribución de esa producción al imaginario televisivo local, como categoría social, y sus relaciones con la tradición del género (Mittell, 2004; Naremore, 2008; Krutnik, 2010).

**PALABRAS CLAVE:** SERIADO POLICIACO; FICCIÓN SERIADA; GÊNEROS TELEVISUALES; NARRATIVAS TRANSCULTURALES.

## ABSTRACT

Since 2000, at the turn of the millennium, new formats have emerged on broadcast television, especially cable, resulting from partnerships between major and local producers in Latin America, particularly Mexico, Argentina, Brazil, Chile and Colombia. These types of productions, led by Fox and HBO, which highlight police and action series, little by little start to challenge the place held by traditional soap operas. The purpose of this paper is to map these new media strategies (Canclini, 2008) and understand the contribution of these productions to the constructs of local television, as a social category, and their relations with the tradition of the genre (Mittell, 2004; Naremore, 2008; Krutnik, 2010).

**KEYWORDS:** POLICE SERIES; SERIALIZED FICTION; TELEVISUAL GENRES; TRANSCULTURAL NARRATIVES.

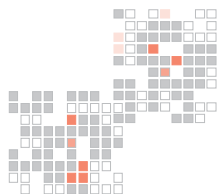


## 1. Introdução

O presente artigo analisa o surgimento de séries de TV do gênero policial e de ação na produção latino-americana, com ênfase para as produções resultantes de parcerias entre as *majors* e produtoras locais, notadamente a HBO e a FOX. O objetivo é relacionar essa produção com a indústria do audiovisual. Essas considerações integram o estudo “A Ficção Neopolicial e suas Relações de Gênero no Audiovisual – Brasil e América Latina”. A classificação crítica social ou ainda *world cinema*, comum para se referir às produções que abordem conflitos entre a lei e a ordem no continente, aos poucos vai sendo substituída pela própria crítica especializada pelos termos policial ou *thriller* de ação. Parte desta crítica vê nestas produções uma tendência à “americanização”,

expressão citada algumas vezes de forma pejorativa, numa alusão à relação entre essas obras e a literatura do gênero, mas também aos formatos consagrados pelo cinema e televisão mundiais, sobretudo a partir dos modelos hollywoodianos (Castro, 2011). Existe, contudo, outra corrente forte que prefere utilizar o termo neopolicial, ou ainda negro (de *noir*) para distinguir justamente a produção latino-americana de ação e policial mais recente do modelo hollywoodiano. A categoria surge inicialmente associada à literatura de autores como Patrícia Melo, Eduardo Saccheri, Rubem Fonseca, Ramón Díaz Eterovic, Ricardo Piglia, Paco Ignacio Taibo II, mas acaba se estendendo a obras audiovisuais, uma vez que parte dessa produção vem sendo adaptada para o cinema e a televisão.

| Autor e País   | Livro  | Cinema e Televisão  | Personagens Protagonistas                 |
|--|--|---|---|
| Rubem Fonseca, (Brasil)  | <i>A Grande Arte</i> , 1983; <i>Romance Negro e outras histórias</i> , 1992 (ficção) | <i>A Grande Arte</i> (Walter Salles, 1991) e <i>Mandrake</i> (HBO, 2005-2012) | Peter Mandrake                            |
| Ramón Díaz Eterovic (Chile)                                    | <i>La Ciudad esta triste</i> (2000) y <i>Serie Heredia</i> (Ficção)                  | <i>Heredia Y Asociados</i> (TVN)  | Detetive Heredia                          |
| Patrícia Melo (Brasil)   | <i>O Matador</i> , 1995 (ficção)   | <i>O Homem do Ano</i> (José Henrique Fonseca, 2003)                           | Maiqué                                    |
| Ricardo Piglia (Argentina)                                     | <i>Plata Quemada</i> , 1997 (ficção)   | <i>Plata Quemada</i> (Marcelo Piñeyro, 2000)                                  | Los Melissos (Gêmeos) Dorda e Brignone    |
| Marcílio de Moraes (Brasil)                                    | <i>O Crime da Gávea</i> , 2003 (ficção)  | <i>O Crime da Gávea</i> (Andre Warwar, 2012)                                  | Detetive Afrânio Paulo                    |
| Eduardo Alfredo Sacheri (Argentina)                            | <i>La pregunta de sus ojos</i> , 2005 (ficção)                                       | <i>El secreto de sus ojos</i> (José Campanella, 2010)                         | Benjamín Espósito                         |
| André Batista, Rodrigo Pimentel e Luiz Eduardo Soares (Brasil) | <i>A Elite da Tropa 1</i> , 2006, e 2, 2011) (não-ficção)                            | <i>Tropa de Elite 1</i> (2007) e 2 (2011)                                     | Capitão Nascimento                        |
| Paulo Lins (Brasil)  | <i>Cidade de Deus</i> , 1997 (ficção)  | <i>Cidade dos Homens</i>  | Buscapé, Zé Pequeno, Acerola e Laranjinha |
| Paco Ignacio Taibo II (México)                                 | <i>Días de Combate</i> , 1976 (ficção)   | <i>Días de Combate</i> (Alfredo Gurrola, 1982; Carlos Garcia Agraz, 1994)     | Hector Belascoarán Shayne                 |



## No caso específico da televisão, algumas características parecem ser comuns a essa produção audiovisual.

São esses autores que vão garantir dando ao gênero na literatura contemporânea latino-americana um reconhecimento literário do qual ele não desfrutava em passado recente. No Brasil, uma característica importante dessas obras acaba por lhe conferir outra perspectiva: as narrativas ficcionais e audiovisuais de maior êxito surgem amparadas por pesquisas de cunho científico e jornalístico, o que confere às narrativas um caráter mais verossímil, e de credibilidade. Este foi o caso da obra literária de ficção *Cidade de Deus*, adaptada para o cinema e para a televisão, e dos dois livros-reportagem *A Elite da Tropa*, escritos por André Batista e Rodrigo Pimentel (ex-policiais do BOPE, o Batalhão de Operações Especiais da Polícia Militar<sup>1</sup>) e pelo antropólogo Luiz Eduardo Soares, e que embasaram as duas sequências de *Tropa de Elite*<sup>2</sup> dirigidas por José Padilha.

No caso específico da televisão, algumas características parecem ser comuns a essa produção audiovisual. Nelas, o investigador solitário vai sendo substituído pela presença da corporação, que vai deixando de ser apenas um braço armado de governos ditatoriais. No caso de *9 MM São Paulo* (Fox Latin America, 2008-2011, Michael Hummel), a trama se desenvolve em torno da Delegacia de Homicídios, escolhida por ser justamente a menos glamourosa das carreiras dentro da polícia da cidade. A seleção de personagens e histórias se fez em cima de pesquisas e da experiência profissional de um dos produtores, o jornalista Carlos Amorim, autor do livro *CV PCC*

- *A Irmandade do Crime* (2003)<sup>3</sup>. No caso da Argentina, por exemplo, a inspiração literária parece ser mais forte, mas *Epitáfios*, roteiro ficcional assinado pelos irmãos Walter e Marcelo Slavich<sup>4</sup>, da Pol-ka Produções, também incorpora a instituição – o protagonista Renzo (Julio Chavez) é policial, assim como seu pai. E, se o olhar do *noir* é sempre um olhar sobre o passado (Naremore, 2008), nada mais adequado que a trama da segunda temporada, centrada num *serial killer*<sup>5</sup> que reproduz crimes antigos, a partir de fotografias da cena original, e de suas memórias. Já *Prófugos* (HBO, 2011-2012), aparentemente, tem por protagonistas quatro fugitivos da justiça. Na medida em que a série se desenvolve, vamos descobrir que existe um policial infiltrado no grupo. A corporação, por outro lado, abriga policiais corruptos, envolvidos com o narcotráfico.

Por este motivo, sem ignorar as classificações do gênero propostas para este modelo, em geral associadas com o cinema hollywoodiano (Neale, 2002)<sup>6</sup>, vamos estabelecer um paralelo com os conceitos elaborados por Jason Mittell (2004) sobre o surgimento do gênero na TV dos Estados Unidos, a partir do rádio, com os *cop shows*. Mittell defende o estudo do gênero na televisão como uma categoria social, a partir da perspectiva dos estudos de recepção, que deve levar em

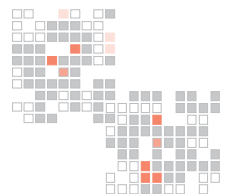
1 Responsáveis pela invasão ao Complexo do Alemão, em 2010, quando os policiais foram recebidos pelas crianças ao som da música.  
2 O nome do filme deriva da música, que já existia, do conjunto metal-punk Tihuana, que contribuiu para conquistar a audiência jovem do filme.

3 O roteiro não se baseou apenas nas obras de Amorim, mas em pesquisas voltadas diretamente para o tema da série.

4 A dupla assina o roteiro de “*Señor Avila*”, a nova série da HBO latina, que vem sendo gravada no México, sobre um assassino de aluguel. Sem data de estreia definida.

5 O assassino é interpretado por Leonardo Sbaraglia, um dos gêmeos de “Plata Quemada”.

6 Para Neale, o gênero policial e de ação se insere dentro da categoria “crimes contemporâneos”. O *noir*, na acepção discutida por Krutnik e Naremore, não se constituiria em gênero, por sua definição problemática e ideologizada.



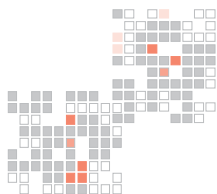
conta não apenas as classificações geralmente propostas para os gêneros na TV, originárias do cinema, mas a relação da audiência e da própria crítica com os formatos. Em seu levantamento, ele associa ainda os *cop shows* aos docudramas e ao cinema documentário da década de 1940 (Mittell, 2004).

De qualquer forma, apesar de uma origem bastante diversa, as séries latino-americanas na televisão sugerem, da mesma forma, que o formato telenovela definitivamente deixou de ser a única referência para ficção seriada televisiva latino-americana. O argentino *Epitáfios* (2004-2009, Alberto Lecchi e Jorge Nisco) o chileno “*Prófugos*” (2011-2012, Pablo Larrain) e o mexicano “*Capadocia*” (2008-2012, Epigmenio Ibarra), todos produzidos pela HBO latina, passam a integrar o imaginário latino-americano do gênero com uma produção de ficção que fala de violência, de conflitos sociais, e trata temas urbanos de forma realista e ao mesmo tempo, se espelha na tradição destes gêneros no cinema mundial e, sobretudo, no americano. O mais recente exemplo desta tendência é a série “*Prófugos*”, uma produção da HBO no Chile, produzida em parceria com a Efectores e a produtora independente Fábula, dirigida pelo cineasta Pablo Larrain, atualmente em fase de gravação da segunda temporada, que deve estreitar em 2013.

Esses seriados televisivos inovam com relação aos tradicionais melodramas característicos do formato telenovela, ainda a ficção seriada mais popular da América Latina. Assim como ocorreu com os *cop shows* americanos na década de 50, são eles que introduzem na televisão os conflitos da pós-modernidade, com personagens e ambientações mais realistas, discutindo a violência e a corrupção de forma mais contundente do que os folhetins eletrônicos, em que prevalece o melodrama. No caso das *majors*, a estratégia é interessante, colocando a disputa em um território que lhe é familiar – a dos seriados de ação e suspense.

Distintos do modelo consagrado pela TV americana, que tem como principal referência atual a franquia *Law and Order*, os policiais latino-americanos oscilam entre o bem e o mal, e por vezes se confundem com o caos que tentam ordenar. Segundo Mittell (2004), os seriados televisivos policiais americanos modernos foram produzidos desde o início com o objetivo comercial de transitarem entre TV e cinema, daí serem filmados em película, distintos dos *sitcoms*. Essa produção poderia ser identificada em duas vertentes: a dos semidocumentais, que fazem questão de se confundir com a vida real, com narrativas em primeira pessoa enfatizando o aspecto real da história narrada, e centrada na investigação e não na vida pessoal dos personagens, e que se impôs na televisão, e o estilo crítico social, dos filmes e seriados de inspiração *noir*, como *Naked City* (Cidade Nua), que usam o crime e a investigação para falar das mazelas da sociedade capitalista. O curioso é que o filme *Naked City*, feito, em 1948, por Jules Dassin, se converteria no seriado *Naked City*, dez anos depois, e iria ao ar de 1958 a 1963, mas quem ganhou a fama de cult por preservar historicamente a imagem de New York foi o filme. Para Krutnik (2010), os filmes *noir* eram *crime dramas* que representavam as mazelas da sociedade moderna e os conflitos urbanos nas telas, sobretudo pelo modelo dos *tough guys*, os protagonistas dessas produções, machões fieis ao cinismo da literatura *hard boiled* do período. As narrativas traziam usualmente um personagem masculino no papel de um detetive resolvendo um crime por meio, sobretudo, de seus talentos pessoais, de sua persistência, e de suas habilidades físicas, e não de técnicas científicas de dedução. Este detetive, por vezes um ex-policial, sempre solitário, geralmente defendia a corporação, mas para resolver o crime, ele tinha de romper de alguma forma com ela, quebrar as normas.

No caso do neopolicial latino-americano, esse dilema é praticamente inerente à trama, com





A crítica, invariavelmente, tem realçado o caráter hollywoodiano desses seriados, feitos efetivamente com um olho no mercado externo.

maior ou menor diversidade. Na franquia *9 MM São Paulo*, a policial Luiza tem de lidar com a filha drogada, que ela acaba protegendo em detrimento de seu dever, e Horácio, o policial torturador que foi do DOPS, que acaba se redimindo na segunda temporada, pois se transforma em instrumento de ascensão política de policiais e advogados corruptos. E provoca a perplexidade em seus companheiros.

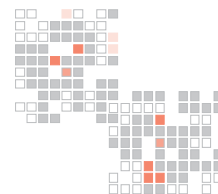
Assim como vem ocorrendo também em filmes deste mesmo período, como *Tropa de Elite 1* (2007) e 2 (2011), *O Segredo dos teus Olhos* (2010), por sua vez, esta produção estaria ancorada na tradição do cinema popular e de denúncia social de cinematografias locais do que propriamente nas categorias tradicionais de drama policial ou filmes de ação, cujo grande modelo ainda é o hollywoodiano. Desta forma, elas representam estruturas de sentimento que, a exemplo dos seriados policiais americanos dos anos 50, como *Dragnet*, tão inspiradas por legítimos anseios de uma sociedade mais democrática e menos corrupta, preocupada com a ética e os direitos humanos (Mittell, 2004).

No entanto, enquanto a crítica especializada trabalha esse registro de forma dispersa e por vezes ufanista, uma vez que na prateleira as cinematografias não anglófonas são arquivadas como gêneros à parte; na prática, filmes e seriados ganham o adjetivo de policiais. A categoria “crimes contemporâneos”, utilizada por Neale (2004) para abrigar classificações dos gêneros policiais e de ação, pode ser o melhor clichê para unir *thrillers* de suspense, filmes de ação e detetives, e *gangster movies*, categoria em que *Cidade de Deus* já foi enquadrado (Shaw In Vieira, 2005) como estratégia de lançamento no exterior, ao lado de

*Gangues de Nova York* de Martin Scorsese. É na televisão, contudo, que o gênero vai encontrar mais respaldo e se consolidar. A crítica, invariavelmente, tem realçado o caráter hollywoodiano desses seriados, feitos efetivamente com um olho no mercado externo, pelas produtoras locais, mas com uma intervenção que visa ampliar a competitividade das *majors* de uma forma muito mais contundente do que no cinema.

A argentina *Epitáfios*, a mais elogiada dessas produções, que teve uma primeira temporada em 2004, e outra em 2009, fala um castelhano isento de sotaque portenho, o que, sem dúvida, aliado à presença da argentina Cecília Roth, presença cativa em diversos filmes de Almodóvar, garantiu um passaporte europeu para a produção. A série se tornou cult e foi exibida no Brasil pelo SBT, entre 2008 e 2011. Cultuada como *noir*, a série introduz, como seus personagens protagonistas, os atormentados Renzo (Julio Chavez) e Marina (Cecília Roth), dupla que não necessariamente remete aos filmes *noir* da década de 1940 e 1950. Aparentemente, Renzo está longe do *tough guy* e Marina, a *femme fatale*, pertence à polícia. Assim, como ocorre com a Lisbeth Salander (Noomi Rapace) da trilogia *Millenium*, Marina possui características masculinas muito fortes, o que as transforma em algum momento numa alteridade do *tough guy*. Mas a necessidade de romper com as regras da sociedade organizada para encontrar a verdade, e a inviabilidade de restabelecer a ordem a partir das estruturas legais, as características do “*noir*” (Krutnik, 2010), estão presentes. O termo neopolicial soa mais adequado.

Esse movimento no audiovisual corresponde ao surgimento de autores de uma novela policial



*noir* ou negra, ou neopolicial latino-americano. O termo é creditado a Paco Ignacio Taibo II, o PIT, autor espanhol radicado no México (Rodríguez, 2006). O principal personagem de Taibo, Hector Belascoarán Shayne, é um detetive mexicano neto de irlandeses, apaixonado por cigarros e Coca-Cola.

É nos anos 80 que a ficção de detetives latino-americana deixa de ser uma paródia muitas vezes influenciada pela leitura de obras do gênero de origem americana, inglesa e francesa, para se converter num gênero de voz própria.

*Critics like Braham, and writers such as Paco Ignacio Taibo II and Leonardo Padura Fuentes, promote the notion of the neopoliciaico. This concept refers to the self-conscious appropriation of structures and elements from the detective genre and to how these appropriations can lead to the creation of original detective stories rather than literary parodies. The neopoliciaico focuses on political and social criticism of the State and society, organized in part around the events of 1968 in Mexico, the Cuban struggles, particularly after 1989, and the dictatorships in Latin America during the 1970s and 1980s. In the neopoliciaico the traditional central role of the detective or the criminal event is combined with an exhaustive examination of the struggles of communities and secondary characters, usually associated with marginal situations. The figure of the detective as restorer of order and executor of the law is inverted in favor of balanced questioning and exposition of all the characters or institutions involved in the crime (RODRIGUEZ, 2006).*

No entanto, as referências predominantes do gênero na televisão e no cinema ainda parecem ser a literatura e cinematografia dos gêneros mundiais, com uma prevalência das produções americanas.

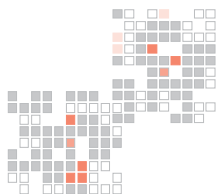
## 2. Fox e HBO Originals

Em meio a esta produção, destacam-se as recentes produções de canais como Fox e HBO, que em parceria com produtoras locais, vem realizando produções aparentemente voltadas para o mercado latino-americano.

As estratégias de ambas são, contudo, distintas. No Brasil, após a série *Mandrake*, a HBO preferiu investir em seriados que mesclam drama e costumes, como *Alice e Mulher de fases*, mas sem muito sucesso. No restante da América Latina, ela produziu obras que refletem bem o espírito neopolicial, com *Epitáfios*, *Prófugos*, *Capadócia*, e a recém-anunciada *Señor Avila*. Já a Fox optou por investir no formato policial no Brasil, privilegiando o sistema franquias, com *9 MM São Paulo* (*Calibre 9*). Ela já havia produzido na Colômbia *Tempo Final*, *Kadabra*, e *Mental*, série médica gravada na Colômbia em inglês e lançada nos EUA. No Brasil, ela chegou a investir numa co-produção com a Record, *Avassaladoras*.

A série *Prófugos* é o último lançamento desta nova safra, e foi produzida pela HBO em parceria com a Efetres e a Fábula. A série conta a história de uma família que vive do tráfico de drogas na região entre a Bolívia e o Chile. A família Ferragut é comandada por Kika (Claudia di Girólamo), uma mulher que, ao perder o marido, convence o filho mais velho, Santiago (Néstor Cantillana), um veterinário, a assumir a função do pai, tornando-se o chefe do cartel. Kika também tem uma filha, Laura (Blanca Lewin), uma advogada, com quem mantém uma relação conturbada. A contragosto, Laura mantém a função de defender e camuflar os negócios da família perante a lei. A família conta ainda com Mario Moreno (Luis Gnecco), o faz-tudo, um homem acostumado a situações violentas e que tem toda a sua família assassinada logo no início da trama, inclusive a esposa grávida.

Entre os homens que realizam o transporte da droga está Salamanca (Francisco Reyes), um



## As cenas de ação foram cuidadosamente trabalhadas com equipamentos e profissionais de referência dos filmes de ação americanos.

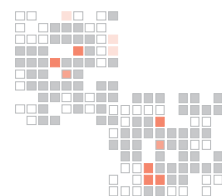
ex-revolucionário da década de 1970 que agora, diagnosticado com uma doença respiratória, precisa recorrer ao tráfico para assegurar o futuro de sua filha Irma (Camila Hirane). Tem também Álvaro Parraguez (Benjamín Vicuña), um detetive da polícia que se faz passar por traficante sob o nome de Tegui. Seu trabalho o leva a se infiltrar no meio do cartel, o que o faz tomar atitudes muitas vezes contra a lei que defende.

As decisões de Álvaro o levam a se tornar um fugitivo da polícia, deixando-o isolado, contando apenas com a ajuda de Ximena (Aline Kuppenheim), sua ex-parceira na polícia, que, ao lado de Fábian (Cesar Caillet), coloca em risco sua carreira para poder ajudá-lo sempre que ele precisa. Eles respondem às ordens do chefe de polícia local, Marcos Oliva, vivido por Marcelo Alonso, que costuma manipular a lei para conseguir realizar sua missão de capturar os traficantes, mas que vai revelar-se parte de um grande esquema de corrupção dentro da polícia.

Os Ferragut têm como inimigos os Aguilera, outra família que comanda um cartel de drogas rival, comandada por Iván (Luis Dubó), considerado um dos narcotraficantes mais poderosos e impiedosos da região. Criada por Pablo Illanes, Josefina Fernández, Mateo Iribarren e Enrique Videla, a série tem 13 episódios para a primeira temporada, e foi dirigida por Pablo Larrain (*Fuga*, *Tony Manero*, *Post Mortem*), sobre a queda do governo Allende. Larrain demonstra novamente a capacidade de criar tensões extremas de diálogos simples, mas desta vez numa narrativa que lembra o modelo de filmes americanos de ação. Os episódios, entretanto, terminam, invariavelmente, com as músicas da cantora folk experimental Camila Moreno, que produzem uma sensação de

estranhamento, como na canção *La Necesidad* que surge das maneiras mais inesperadas, como na sensacional fuga de helicóptero que encerra um dos episódios. Nada de rock ou música para estimular a adrenalina, ou ainda para anestesiar os sentidos nas cenas de violência extrema. Metuculoso, Moreno mata uma de suas vítimas com a mesma indiferença com que o médico legista de *Post Mortem* diseca seus corpos. A angústia é a sensação mais permanente.

As cenas de ação foram cuidadosamente trabalhadas com equipamentos e profissionais de referência dos filmes de ação americanos. As imagens foram feitas com câmera na mão, para dar maior mobilidade às cenas, e veracidade à trama. A luz é ambiente durante a fuga, que vai ter como cenário as paisagens desde a capital Santiago até a litorânea Valparaíso, da arborizada Iquique até o deserto do Atacama, na fronteira do salar de Uyuni, na Bolívia. Algumas participações especiais contribuem para garantir o ritmo de *thriller* de ação, que lembra filmes americanos de sucesso. Roberto W. Contreras, por exemplo, o operador de câmera, participou de filmes como *007-Casino Royale* (2006), *X-Men* (2006), *Corridal Mortal* (2008). De explosões a fugas de carro, todos os clichês do gênero estão presentes nas cenas iniciais. O *teaser* do seriado, igualmente, dá ênfase a essas características, chamando a série de “o primeiro filme de ação latino-americano da HBO”. Na medida em que a história se desenvolve, e a belíssima paisagem chilena vai invadindo a tela e a história dos fugitivos, nada é o que parecia ser. Os bandidos podem ser mais humanos do que seus algozes. O lado ético da corporação está presente, na figura de Ximena e de seu parceiro Fábian, os únicos a defender a inocência de



Parraguez, mas a corrupção impede a lei de ser cumprida. Parraguez, o policial infiltrado, vai ser o *tough guy* da vez: para fazer valer a lei, ele deve se afastar da corporação, que está infestada pelo mal, por cobiça e corrupção. Seu caminho é solitário. Assim, dentro da narrativa de ação, surge um traço que pode ser considerado mais específico do filme *noir*, categoria que Neale (2002) ignora por entender que foi criada pela crítica e é redutiva do gênero policial. Mittell (2004) concorda parcialmente com este ponto de vista. No entanto, para ele o termo pode ser muito útil para entender as diferenças entre os *cop shows* americanos originários do rádio, documentais e com uma visão maniqueísta do bem e do mal, modelo que prevaleceu desde *Dragnet* até *Law and Order*, para os filmes modernos que vão ser capazes de retratar os conflitos sociais que se revelam, sobretudo, na vida das grandes cidades.

Para Krutnik (2010), os filmes *noir* representavam as mazelas da sociedade moderna e os conflitos urbanos nas telas, sobretudo pelo modelo dos *tough thrillers*, feis ao cinismo da literatura policial daquele período. Este segmento geralmente trazia um personagem masculino no papel de um detetive resolvendo um crime através, sobretudo, de seus talentos pessoais, de sua persistência, e de suas habilidades físicas, e não de técnicas científicas de dedução. Este detetive, sempre solitário, geralmente pertencia a uma corporação policial, mas para resolver o crime, ele tinha de romper de alguma forma com ela, quebrar as normas. Esse tipo de conduta seria o cerne do *noir*. A essência do masculino nesses filmes é o cara durão, que age sempre por conta própria, pois não se pode confiar nas aparências, muito menos na verdade oficial. Para desvendar crimes, delitos, e encontrar a verdade, o sujeito durão e incorruptível terá de romper as regras, reconhecendo em si o mal, ao contrário do modelo americano que se tornou predominante em franquias como *Law and Order* (Mittell, 2004).

Do ponto de vista psicológico, o *tough guy* tem a ver com a popularização das ideias de Freud e a disseminação da psicanálise (Krutnik, 2010). E, embora os conceitos sobre a psiquê feminina de Freud deixem a desejar, sem dúvida ele foi pioneiro ao estudar a subjetividade masculina através do complexo de Édipo. A temática existencial de Édipo é a necessidade de compreender e aceitar o poder da lei, representada pela castração, ou então simplesmente encarar as devastadoras consequências e a punição (Krutnik, 2010). E este parece ser o caminho sem volta de Parraguez.

Ao longo do caminho de fuga, rumo à fronteira argentina, os fugitivos vão encontrar abrigo numa outra comunidade, que, como eles, foi excluída da sociedade democrática neoliberal: os indígenas. Ciosos de sua identidade cultural, eles constroem suas próprias leis. Sua relação com o Estado branco é clara no diálogo que um dos líderes trava com Vicente, que libera os indígenas para seguir em frente e deixá-los quando a polícia descobre o esconderijo. O líder agradece, mas deixa claro que não pretende permitir que “eles nos digam o que fazer”. Ao longo dos 13 episódios da série, isso vai ficar cada vez mais claro. O *noir* em *Prófugos*, desta forma, está longe daquilo que Naremore (2008) considera uma estética que utiliza o *noir* como comentário para lançar um outro olhar sobre uma realidade já banalizada. É mais um olhar sobre o passado que referencia o presente.

### 3. Novas estratégias

O enfraquecimento do conceito de Estado-Nação, dentro da Nova Ordem Mundial, a segmentação de mercados, a expansão dos conglomerados via franchising e internet, a partir dos anos 1990, requer produtos transnacionais e transmidiáticos que sustentem o império das grandes marcas, que funcionam como emblemas para consolidar mercados segmentados globais, e gerando conceitos como o de tribos virtuais – grupos urbanos de jovens que se identificam por meio do consumo

## Na cultura pós-moderna (Jameson, 1997), a própria cultura se tornou um produto e o mercado tornou-se seu substituto.

dessas grandes marcas. Os seriados aqui analisados correspondem a essa demanda.

O modelo de estratégia de expansão expresso pelo *thinks globally, acts locally* (pense globalmente, aja localmente), se por um lado fortaleceu a indústria cultural de entretenimento baseada no modelo americano, fez surgir em contrapartida uma produção audiovisual de contrainformação localizado sobretudo nos países periféricos – China, Irã, México, Escócia – ou ainda em moldes alternativos de produção, como o Instituto Sundance, nos EUA, presidido pelo ator e produtor Robert Redford (Lusvarghi, 2010)<sup>7</sup>. Essas iniciativas despertam as *majors* para o potencial de uma produção local e paralela que pode ser interessante do ponto de vista de novos mercados. Mas a hegemonia da distribuição e da exibição, na era dos multiplexes, permanece atrelada aos grandes grupos de mídia, na televisão e no cinema, como bem observa Canclini (2006). Não por acaso boa parte dos processos de retomada da produção audiovisual do continente, caso dos movimentos batizados pela mídia de “Retomada” e *Buena Onda*<sup>8</sup>, ocorreu sob a batuta dos grandes grupos

7 O Instituto Sundance estabeleceu parcerias com a Rio Filme para laboratórios de roteiros no Brasil – de onde saiu inclusive o roteiro de *Cidade de Deus* (2002) e *O Invasor* (2002), por exemplo – e da participação das distribuidoras Warner, Sony e Fox na comercialização, distribuição dos filmes nacionais, somado à saturação das grandes produções no mercado internacional, parece deixar entrever uma possibilidade de que o capital estrangeiro estaria disposto a investir no produto nacional, o que de fato vai ocorrer em algumas produções, mas não da forma esperada.

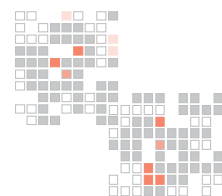
8 Na verdade, o termo *Buena Onda* é mais aceito na mídia do que pelos críticos e pesquisadores, uma vez que acabou por homogeneizar movimentos e cinematografias de distintas nacionalidades e perspectivas no continente neste período. Da mesma forma, o termo Retomada para designar a produção cinematográfica no Brasil, após a década de 1990, deixou de ser uma unanimidade.

– sem eles, essa produção não ultrapassaria as fronteiras do continente.

Desta forma, surgem parcerias entre as *majors* e as produtoras locais, como uma forma de diversificar a produção, mas também de interferir nesses mercados locais de forma mais direta. O crescimento das indicações de produções estrangeiras, e latinas, no Oscar em categorias principais é outra interface deste movimento.

O grande momento desta tendência se dá a partir da fusão da AOL-Time Warner, em 2000, assinalando uma nova era dentro da indústria do audiovisual, que de qualquer forma corresponde a um período de distensão política, e de abertura econômica ao capital internacional em todo o continente latino-americano, com leis e projetos de incentivo a coproduções (Lusvarghi, 2010).

Na cultura pós-moderna (Jameson, 1997), a própria cultura se tornou um produto e o mercado tornou-se seu substituto. O modernismo era, ainda que minimamente tendencial, uma crítica à mercadoria e um esforço de fazê-la se auto-transcender. O pós-modernismo é o consumo da própria produção de mercadorias como processo. Seu sintoma principal seria a perda da historicidade. Não se trata, portanto de uma nova cultura, que só poderia surgir com um novo sistema social, mas de um “deslocamento”. Para Jameson (1996), em termos de método, pós-modernismo não é, portanto, a descrição de um estilo, que se pode escolher entre outros, mas uma hipótese de periodização, ou seja, é uma concepção histórica. Exemplos podem ser encontrados na noção de pasticho ou simulacro da historicidade, presentes em romances e filmes de ficção científica, por exemplo, ou ainda em produções do assim chamado filme B hollywoodiano, em



filmes emblemáticos como *Veludo Azul*, de David Lynch. Essa estereotipia do passado ele traduziu como uma nostalgia do presente.

*A historicidade, de fato, nem é uma representação do passado, nem uma representação do futuro (ainda que suas várias formas utilizem tais representações): ela pode ser definida, antes de mais nada, como uma percepção do presente como história, isto é, como uma relação com o presente que o desfamiliariza e nos permite aquela distância da imediaticidade que pode ser caracterizada, finalmente, como uma perspectiva histórica* (JAMESON, 1997, p. 290).

Em outras palavras, a identificação do sujeito com os modos de vida coletivos - as visões de mundo - é mediada pelo mercado, e no caso da identidade cultural, é preciso levar em conta que a própria cultura, dentro desta concepção, se tornou mercadoria (Lusvarghi, 2010). Portanto, é necessário criar uma identidade cultural para o mercado. Os protagonistas das sagas de *Prófugos*, *Epitáfios*, *9 MM São Paulo* representam identidades locais mediadas por padrões narrativos internacionais. Sua absorção pelo mercado internacional é facilitada por essa via, caso de *Cidade de Deus* em seu lançamento, ao lado da obra de Scorsese, *Gangues de Nova York*, como um *gangster film*, para facilitar o processo de identificação da plateia internacional com a obra. O mesmo deve ocorrer, ao menos essa é a expectativa, com o lançamento da série *Prófugos* nos Estados Unidos, pela HBO, ainda em 2012, em um canal de fala hispânica. Essa característica faz com que a crítica, em algum momento, as reconheça como “americanizadas”, em alusão ao modelo. É forçoso reconhecer, entretanto, que a realidade latino-americana fornece terreno fértil a essa produção,

como reconhece Naremore (2008), em seu célebre ensaio sobre o *noir* (Naremore, 2008, p. 232-3).

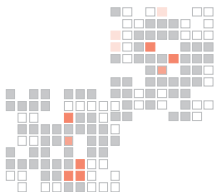
#### 4. Conclusões

Um novo tipo de ficção seriada vem ocupando as telas da televisão na América Latina – as séries policiais. Em um passado recente, os policiais eram sempre vilões, ocupando papéis de pouco destaque, vistos como instrumentos da ditadura. Distantes do formato telenovela, eles mesclam exclusão social, violência urbana com as velhas e conhecidas fórmulas das séries americanas, tais como a franquia *Law and Order*.

*Mandrake* (HBO, 2005-2012) e *9 MM São Paulo* (FOX, 2009-2011), produzidas pelas *majors* Fox e HBO, ganham destaque, beneficiadas por mecanismos de fomento direto e indireto (renúncia fiscal). A lei de cotas para a televisão paga deve intensificar essa produção<sup>9</sup>. Além disso, são os grandes grupos de mídia que vão ter maior potencial de exibição desses conteúdos por todo o continente, e mesmo além-mar.

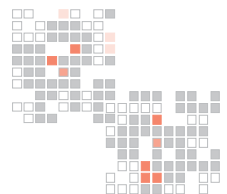
A narrativa policial tem o poder de dialogar diretamente com a experiência do cotidiano nas grandes cidades, e de lidar com as mazelas do capitalismo e a violência relacionando-se com o público de forma direta, quase documental, uma característica que contribuiu para consolidar o gênero na televisão americana (Mittell, 2004). Exibidas em horários especiais, ou ainda na televisão paga, ela surge como uma alternativa interessante ao melodrama das telenovelas.

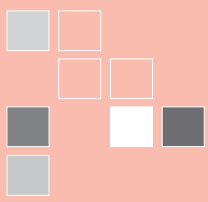
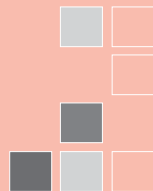
<sup>9</sup> A ANCINE publicou em maio a Instrução Normativa com alterações na cobrança da Condecine, devido à aprovação da Lei 12.485/2011, que prevê a exploração de serviços de televisão paga para as concessionárias de telefonia e cotas de produção nacional nos canais de tv paga que devem chegar a 3h30 por semana em setembro de 2014. Disponível em: <<http://www.ancine.gov.br/sala-imprensa/noticias/ancine-publica-instru-o-normativa-com-altera-es-na-cobran-da-condecine>>. Acesso em: 06 maio 2012.



## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- CASTRO, Daniel. *Nova série da HBO, Prófugos parece filme americano no Chile*. Disponível em: <<http://noticias.r7.com/blogs/daniel-castro/2011/08/28/nova-serie-da-hbo-profugos-parece-filme-americano-no-chile/>>. Acesso em: 28 ago. 2011.
- GARCIA-CANCLINI, Nestor. *Latin American Cinema as Industry and as Culture: its transnational relocation*. Keynote presented in Transnational Cinema in Globalising Societies Conference, Puebla, Mexico, September 29-31. 2008.
- GARCIA-CANCLINI, Nestor. *Culturas Híbridas: estratégias para entrar e sair da modernidade*. Trad. CINTRÃO, Heloísa Pezza; LESSA, Ana Regina. São Paulo: Edusp, 2006.
- JAMESON, Fredric. *Pós-modernismo: a lógica cultural do capitalismo tardio*. São Paulo: Ática, 1997.
- KRUTNIK, Frank. *In a lonely street: film noir, genre and masculinity*. New York: Routledge, 2010.
- LUSVARGHI, Luiza Cristina. *Mocinhos e bandidos: o policial brasileiro como gênero na televisão*. In: BORGES, Gabriela et all. *Televisão: Formas Audiovisuais de Ficção e de Documentário*. v. 1. São Paulo: Edições Ciac, 2011.
- LUSVARGHI, Luiza. *Cinema Nacional e World Cinema Globalização, exclusão e novas tecnologias na produção audiovisual brasileira*. Manaus: Edições Muiraquitã, 2010.
- MASCARELLO, Fernando. *Film Noir: história do cinema mundial*. In: MASCARELLO, Fernando (Org.) Campinas: Editora Papirus, 2006.
- MITTELL, Jason. *Genre and Television. From Cop Shows to Cartoons in American Culture*. New York and London: Routledge, 2004.
- NAREMORE, James. *More than night. Film Noir in its context*. Berkeley: University of California Press, 2008.
- NEALE, Steve. *Genre and Hollywood*. London: BFI, 2002.
- RODRIGUEZ, Franklin. *Revista CiberLetras*, v. 15, Sección Especial: *La novela policial hispánica actual*, Nova York, July 2006. Disponível em: <[www.lehman.cuny.edu/.../v15/rodriguezf.html](http://www.lehman.cuny.edu/.../v15/rodriguezf.html)>. Acesso em: 30 out. 2011.
- SHAW, Miranda. *The Brazilian Goodfellas: City of a God as a Gangster Film*. In: VIEIRA, Else. (Org.). *City of God in several voices: Brazilian social cinema as action*. London: CCCPress, 2005.





# CELEBRIDADES BRASILEÑAS EN LA POLÍTICA: HISTORIA RECIENTE, CONTINUIDADES Y RUPTURAS

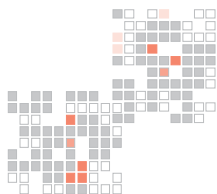
CELEBRIDADES BRASILEIRAS NA POLÍTICA: HISTÓRIA RECENTE, CONTINUIDADES E RUPTURAS

*BRAZILIAN CELEBRITIES IN POLITICS: RECENT HISTORY, CONTINUITIES AND RUPTURES*

## Nahuel Ribke

■ Pós-doutorando pelo Departamento de Comunicação e Jornalismo e PhD pela Universidade de Tel Aviv. Doutorado sobre o surgimento e expansão da Rede Globo durante o regime militar no Brasil através da análise de aspectos históricos, políticos, econômicos, culturais e tecnológicos de trabalho na televisão. Sua pesquisa abrange Processos Políticos e Culturais latino-americanos através da mídia, modelos culturais e contatos interculturais e História da mídia de massa.

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





## RESUMEN

El presente artículo se propone analizar el fenómeno de la incursión de celebridades mediáticas en la política brasilera durante la últimas tres décadas a partir del análisis de cuatro casos emblemáticos de figuras mediáticas que incursionaron en la política entre los años 1982 y 2010. Además de las particularidades de cada caso, este artículo pretende integrar al análisis aspectos que atañen a los cambios a nivel global en la relación entre el sistema político y los medios de comunicación, a las dinámicas internas de las industrias culturales - mediáticas así como a la historia política reciente del Brasil. A diferencia de otros estudios, este artículo destaca la necesidad de analizar las relaciones jerárquicas entre las distintas áreas de las industrias culturales y el campo de la política, alejándose de la lectura dominante que ve este fenómeno como necesariamente perjudicial para el ejercicio de la democracia.

**PALABRAS CLAVE:** CELEBRIDADES; POLÍTICA; ELECCIONES; INDUSTRIAS CULTURALES.

## RESUMO

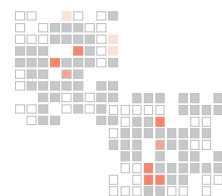
O presente artigo, procura analisar o fenômeno da inclusão de celebridades na política brasileira durante as últimas três décadas, a partir da análise de quatro casos emblemáticos de figuras de destaque na mídia que ingressaram na política entre os anos 1982-2010. Além das particularidades de cada caso, este artigo tem como objetivo, integrar a análise aspectos que correspondem a mudanças num nível global na relação entre o sistema político e os meios de comunicação, as dinâmicas internas das indústrias culturais - mediáticas, assim como a história política moderna do Brasil. A diferença de outros trabalhos, este artigo destaca a necessidade de analisar as relações hierárquicas entre as diferentes áreas das indústrias culturais e o campo da política, deixando de lado a leitura dominante que vê este fenômeno como necessariamente prejudicial ao exercício da democracia.

**PALAVRAS-CHAVE:** CELEBRIDADES; POLITICA; ELEIÇÕES; INDÚSTRIAS CULTURAIS.

## ABSTRACT

This essay proposes to analyze the transition of Brazilian media celebrities into the political sphere during the last three decades by examining four paradigmatic cases of famous figures that have forayed into politics between the years 1982-2010. Global changes in the relationship between the media and the political system as well as contemporary Brazilian history have been taken into account while examining each case. Our study emphasizes the need to analyze the hierarchical relations between the different areas of cultural industries and the field of politics, rejecting the dominant explanations which describe celebrities that became politicians as a necessarily negative influence on the democratic process.

**KEYWORDS:** CELEBRITIES; POLITICS; ELECTIONS; CULTURAL INDUSTRIES.



## 1. Introducción

La elección de Ronald Reagan como presidente de los Estados Unidos es sin duda tomada frecuentemente como un punto de partida en lo que respecta a las relaciones entre las industrias culturales y el sistema democrático actual (Rogin, 1987; Jeffords, 1994). Las posteriores elecciones de presidentes de alto perfil mediático durante los años '90 del siglo pasado como Fernando Color de Melo en Brasil, Carlos Menem en la Argentina, Silvio Berlusconi en Italia y Bill Clinton en los Estados Unidos estimularon el debate entre los investigadores de la comunicación definiendo algunos de estos este fenómeno en términos de mediatización de lo político o americanización de la política (Sarlo, 1994; Mazzoleni & Schulz, 1999; Panizza, 2000; Campus, 2010).

El presente estudio busca enriquecer el debate respecto a los procesos globales de mediatización de lo político, haciendo hincapié en las razones específicas que podrían explicar el creciente número de candidatos políticos en el Brasil, conocidos públicamente por su participación en los medios de comunicación y/o las industrias culturales. Para ello examinaremos cinco casos representativos de celebridades mediáticas que saltaron a la política en dos períodos diferentes: 1982-1990 y 2006-2010. El primer período se enmarca dentro de la etapa de transición del régimen militar hacia una democracia de elecciones presidenciales directas y el segundo período se remite al segundo mandato de Luis Inazio "Lula" da Silva en lo que muchos consideran como un período de maduración de la democracia brasilera.

## 2. Celebridades y política: entre una élite carente de poder y otra omnipresente

Desde su comienzo, el estudio de las celebridades como fenómeno social se vio envuelto en un debate respecto al poder que acaparan o a la carencia del mismo por parte aquellos que son reconocidos como celebridades – estrellas mediáticas (Alberoni, 1973). Richard Dyer, en su pionero estudio sobre las estrellas de cine del Hollywood clásico, apunta

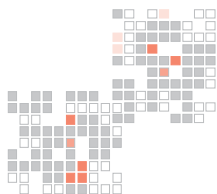
a la sincronicidad que existe entre el mensaje que éstas cargan en cuanto texto y el contexto político e ideológico en el cual éstas actúan (Dyer, 1979, 1986). Otros estudios más recientes, destacan la necesidad de examinar las diferencias existentes en cuanto a la construcción de la fama en los diferentes campos de la industria cultural, teniendo en cuenta la influencia que ejerce el público en la configuración del significado de estas figuras.

Por ejemplo algunos de estos estudios afirman que la atracción que ejercen las estrellas de cine sobre los espectadores se diferencia por la distancia con su público, sobre todo en comparación con la familiaridad y cotidianeidad de las estrellas televisivas que diariamente ingresan en el hogar (Garrison, 1994; Marshall, 1997). La definición de David Marshall de las celebridades como un sistema que permite incrementar y convertir el capital simbólico obtenido a través de la exposición mediática en prestigio y poder en otros campos de acción, parece ser la más acertada desde el punto de vista de este estudio (Marshall, 1997: x.xi).

¿Cuáles son –serían- las razones por las cuales los partidos políticos reclutan estrellas mediáticas? ¿Por qué razones las celebridades incursionan en la vida política? ¿Existen campos específicos dentro de las industrias culturales que nutren con más frecuencia que otros al sistema político de candidatos? ¿Existe una correlación firme entre la actividad mediática del candidato y la posición en el espectro ideológico del partido político al cual éste adhiere? Estas son algunas de las preguntas que intentaremos responder, analizando algunos de los casos más representativos de celebridades que incursionaron en el mundo de la política brasilera desde los años 80 del siglo pasado hasta la actualidad.

## 3. Primera ola: el régimen se retira, ¿las celebridades suman votos?

La primera ola de celebridades mediáticas que se presentaron como candidatos en las elecciones a cargos políticos vino paralelamente al gradual



proceso de redemocratización que vivió el Brasil desde mediados de los años setenta y que se acentuó entrando los años ochenta. El debilitamiento de los partidos políticos como consecuencia del régimen militar, la carencia de figuras políticas de larga trayectoria y la gran oferta de partidos políticos disputando cargos electorales son mencionados a menudo entre los motivos para el reclutamiento de figuras conocidas por una trayectoria ajena o paralela al mundo político (Mainward, 1993; Miguel, 2003, p.118).

Miguel, siguiendo la teoría de los campos de Pierre Bourdieu (1993) analizó las relaciones entre capital el simbólico y mediático y las condiciones para su conversión en capital político. Entre sus conclusiones, fruto de su análisis de las elecciones legislativas entre los años 1986-1998, afirma que el capital mediático no ejerce una influencia excluyente en las posibilidades de realizar una carrera política exitosa. En una de sus observaciones más interesantes, Miguel destaca la correspondencia entre el prestigio del campo de origen extra político del cual proviene el candidato y la jerarquía del cargo al cual aspira y al mismo tiempo la correlación entre la imagen pública creada en los medios y las propuestas programáticas del candidato. Este trabajo se propone completar y continuar en la línea de tiempo el análisis del trabajo de Miguel, colocando el foco en la especificidad de las relaciones entre las figuras mediáticas provenientes de los medios de comunicación – industrias culturales y el desempeño de los mismos en el campo político.

Uno de los casos más llamativos de este período que se presta a analizar, tiene que ver con el reclutamiento del cantante Agnaldo Timóteo al Partido Democrático Trabalhista (PDT) de Leonel Brizola. Polémico por su estilo frontal y su conducta dentro y fuera de los escenarios, Timóteo fue elegido en el año 1982 como el candidato más votado a diputado federal por el estado de Rio de Janeiro (Veja, 17 Nov. 1982, p.67). Sin una trayectoria anterior

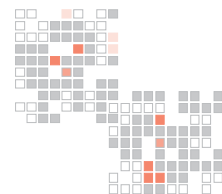
de militancia política, Timóteo aparentemente comenzó a fines de los años '70 a buscar la forma de incursionar en la política intentando impulsar su carrera en partidos de diversas corrientes ideológicas (Araujo, 2002, p.). Finalmente fue reclutado por el opositorista PDT, liderado por el histórico dirigente del estado de Rio Grande do Sul recién retornado de un largo exilio.

Timóteo ejerció un activo papel en la campaña estadual del PDT de 1982, ofreciendo recitales gratuitos y atrayendo el interés de los medios de

### Uno de los casos más llamativos de este período que se presta a analizar, tiene que ver con el reclutamiento del cantante Agnaldo Timóteo.

comunicación. Su descendencia afro brasilera, sus humildes orígenes, y su gran popularidad entre las masas de bajo ingresos actuaron al sopesar su incorporación. A la hora de analizar las razones de Brizola para sumar a su proyecto una figura tan polémica como Timóteo, uno debe tener en cuenta las duras condiciones que el régimen militar que aún estaba en el poder impuso a los partidos opositores.

La elección de figuras mediáticas de gran arraigo popular pareció a ojos de Brizola un camino apropiado para suplir la falta de cuadros partidarios formados, de estructura partidaria y de sobreponerse a la cobertura negativa de los medios de comunicación y en especial del conglomerado Globo. Evidentemente los cálculos de Brizola respecto a la figura de Timóteo no estaban del todo acertados. Lejos de ser una figura dócil, Timóteo se negó a ser una figura meramente decorativa rechazando la verticalidad de las decisiones del líder del partido lo que llevo a una ruptura con Brizola. Esta ruptura los expuso a graves acusaciones mutuas y a un escándalo de alto perfil mediático que acabó desgastando la imagen del nuevo partido y mermando el prestigio del caudillo sureño (Veja,



07 Dec. 1983, p.36-38; Veja, 06 Jun. 1984, p.23).

Las razones de Brizola para captar a Timóteo parecen claras; ahora nos cabe indagar sobre las razones de Timóteo para incorporarse a la vida política. Descartadas las motivaciones ideológicas hemos de preguntarnos por qué un cantante popular, de una carrera asentada e ingresos considerables desearía adentrarse en el mundo de la política. La búsqueda de reconocimiento profesional por parte de las élites culturales parece una constante en este período de la carrera de Timóteo y es factible que su ingreso a la política busque repositionarse en el campo de la música popular.

En un reportaje a la revista *Veja* del año 1980, anterior a su ingreso formal a la política, Timóteo expresa su resentimiento por no contar con el mismo reconocimiento que gozan los artistas identificados con las élites culturales brasileras. En este reportaje, Timóteo deja entrever que los artistas encumbrados por las élites brasileras gozan de más prestigio que los artistas populares entre las capas de menores ingresos como María Bethania, Gilberto Gil y Chico Buarque de Hollanda. Es probable que en el contexto del Brasil en transición hacia un régimen democrático, con una sociedad identificada mayormente con la oposición, Timóteo haya evaluado que la incursión en el mundo de la política le podía retribuir el reconocimiento que le era negado por su condición de cantante de boleros, que deja de entrever de forma casi explícita su condición de homosexual (Echeverría; Nunes, 1983, p.3-6, Araujo, 2002, p.140-146).

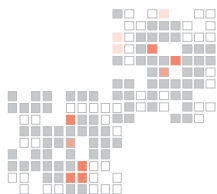
A juzgar por la cobertura mediática recibida durante este período, el salto a la política desde la oposición parece haber sido un paso correcto. Tanto su actuación parlamentaria y como su desempeño en el campo de la música popular aparecen entremezcladas en sendos reportajes abordando aspectos de la vida pública y privada de Timóteo. Entre las apariciones mediáticas más destacadas de Timóteo durante este período, cabe destacar la transmisión de un programa

televisivo especial dedicado a Agnaldo Timóteo en la red Globo en el mes de agosto de 1983 en un espacio que en general solían ocupar músicos populares consagrados por las élites culturales (Souto Maior, 2006, p.775-830).

A pesar de su gran arraigo popular, su participación en la política, parece tener la función de proveerle de una respetabilidad y aceptación a nivel personal, sin que esto signifique una reivindicación colectiva que desafíe el estatus quo. El enfrentamiento con Brizola al poco tiempo de haber asumido el cargo de diputado federal, parece indicar que Timóteo esperaba traducir rápidamente el enorme capital electoral obtenido en poder de incidencia en el gobierno estadual. Sea por el tipo de conducción personalista de Brizola, como por la escasa valoración entre las élites de su trayectoria en el campo de la música, Timóteo encontró un freno a sus aspiraciones de incidir en la política estadual.

Sin embargo, Timóteo continuó participando intermitentemente en la vida política brasilerá logrando su reelección como diputado federal en el año 1994 y luego en cargos menores como concejal de las ciudades de Rio de Janeiro y Sao Paulo en lo que representa un claro descenso respecto a la jerarquía del cargo y el caudal electoral que capturó en el año 1982. Sus posiciones conservadoras en materia social, los frecuentes cambios en su afiliación política y la falta de compromiso con grupos sociales-étnicos con los cuales comparte componentes identitarios le impidieron establecer alianzas duraderas y quizás participar de forma más incisiva en la vida política brasilerá.

El segundo caso emblemático del período de transición que analizaremos aquí es la candidatura abortada a presidente del Brasil del animador de TV y dueño de la Red de Televisión SBT, Silvio Santos, en las elecciones del año 1989. A pesar de que se trata de una candidatura fallida que no pudo concretarse debido a que fue bloqueada por Tribunal Superior Electoral en una polémica decisión, considero que este caso puede aportar



al análisis de las celebridades mediáticas que incurrían en la política. En el año 1989 Silvio Santos ya era un poderosísimo empresario, dueño de la red nacional de TV SBT y continuaba ejerciendo como animador del principal programa de TV de su emisora. La posible candidatura de Santos creó un gran revuelo en el mundo político ya que su candidatura iría a afectar las perspectivas tanto de los candidatos de la izquierda como de los partidos conservadores (Mainward, 1993, p.694).

Desde sus comienzos como vendedor ambulante en las calles de Río de Janeiro, pasando por sus programas de radio y luego TV, Silvio Santos supo vincular sus negocios con las clases menos favorecidas creando la fantasía del acceso a productos hasta entonces inaccesibles para las clases bajas (Mira, 1994). A pesar de las fuertes restricciones y censura que sufrieron los conductores de programas de auditorio durante el periodo del régimen militar, Silvio Santos supo apaciguar la lucha por el rating con sus competidores disminuyendo las atracciones sensacionalistas en su programa y al mismo tiempo logró tejer estrechos lazos con diferentes eslabones del régimen militar. Estas relaciones contribuyeron sin lugar a duda a que llegado el momento se le otorgara la licencia para crear su propia red nacional de TV (Ribke, 2010).

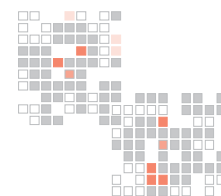
La pregunta que nos cabe aquí es: ¿por qué razón un empresario tan poderoso y bien asentado decide seriamente presentar su candidatura al cargo de presidente de la nación, pudiendo ya por su calibre empresarial, como por su continua presencia en los medios de comunicación, ejercer una influencia constante en la política nacional?

Creo que se pueden ofrecer dos respuestas parciales posibles a esta pregunta. En primer lugar, cabe destacar que Silvio Santos no se encuadró nunca dentro del modelo de los empresarios de medios que escapan a la exposición mediática o que simplemente prefieren actuar detrás de las bambalinas. Santos, además de ser el dueño de su propia red de TV, era su principal atractivo a

nivel de programación, obteniendo los mayores porcentajes de audiencia de su canal y al mismo tiempo su principal anunciante (Mira, 1994, p.72) Su figura carismática, el contacto permanente con las grandes audiencias de bajos recursos y su imagen de benefactor ya de por sí lo tornaban en una figura de atractivo a la hora de medir fuerzas en una contienda electoral.

Una de las posibles respuestas sobre la motivación de Santos para presentarse como candidato a presidente se puede encontrar en la extrema dependencia de su imperio mediático de su persona. El hecho de ser él mismo su principal activo de programación y al mismo tiempo su principal anunciante lo colocaba sin lugar a dudas en un lugar de inferioridad permanente frente al monopolio de facto de la red Globo y en una situación de vulnerabilidad permanente frente a los vaivenes de la economía nacional (Mira, 1994, p.160). Es más que probable que en el año 1989, Silvio Santos haya evaluado que el acceso a la presidencia de la nación podría contribuir a estabilizar y fortalecer su conglomerado empresarial a través del control de las riendas de la economía nacional. Esta razón, parece de por sí suficiente como para explicar el antagonismo que su posible candidatura provocó, no solo en las principales corrientes políticas como también en grandes grupos empresariales.

La segunda explicación posible toma en cuenta la biografía personal de Santos. A diferencia de Roberto Marinho, el legendario dueño de la red Globo, la historia personal de Santos lo aproxima de la narrativa del “self made man”, el hombre de origen humilde que construyó su imperio de cero. Santos no contó con apoyo económico de su familia, ni tampoco se impregnó desde temprana edad con el funcionamiento de los medios de comunicación (Silva, 2000). Creo que a la hora de evaluar sus decisiones empresariales y políticas, el hecho de no tener que seguir una senda trazada con anterioridad para su vida y su marco familiar puede haber tenido influencia en su decisión de presen-



tarse como candidato a la presidencia del Brasil.

En este caso, puede trazarse un paralelo, más allá de las diferencias evidentes de origen social como del posterior desenlace de sus carreras, con la decisión de Silvio Berlusconi de saltar a la vida política en Italia. Tanto Santos como Berlusconi, además de ser propietarios de conglomerados empresaria-

### Ambos comparten la imagen del “self made man” a pesar de que el origen de sus fortunas es cuestionado y se ubican a la derecha del espectro político.

les que incluyen importantes medios de comunicación, comparten una imagen que combina características típicas del “entertainer” y el vendedor (Allum, 2011, p.282; Lyttelton, 2009, p.68). Ambos comparten la imagen del “self made man” a pesar de que el origen de sus fortunas es cuestionado y se ubican a la derecha del espectro político. El salto a la política tanto de uno como de otro es interpretado generalmente como un intento de cuidar sus empresas de los vaivenes de la vida política y económica de sus respectivos países.

#### 4. Segunda ola: ¿la democracia como una rama más de la industria del entretenimiento?

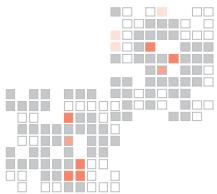
La segunda ola de celebridades mediáticas que hizo su ingreso a la vida política brasilera comparte muchas de las características de la primera, pero al mismo tiempo presenta particularidades que la distinguen de la etapa anterior. Similarmente a lo ocurrido en el período de transición, partidos políticos menores intentaron reclutar figuras mediáticas de arraigo popular con el fin de sumar votos y compensar la falta de recursos económicos para hacer campaña electoral (Mello, 2010, p.64).

A diferencia de lo ocurrido en el período anterior, en la actual etapa se observa una “desjerarquización” o quizás una mayor amplitud en los campos de proveniencia de las figuras mediáti-

cas. Futbolistas retirados, animadores de TV, un humorista televisivo de origen circense, un ex boxeador e incluso un ex participante de un reality show consiguieron ser electos a cargos legislativos federales y estatales (Sassine, 2011). En esta sección examinaremos los casos del modisto y animador de televisión Clodovil Hernandes y del payaso y humorista Tiririca, ambos electos como diputados federales con votaciones récord. Tanto por su impacto mediático como por la gran proporción de votos que recibieron del electorado, el análisis de estos dos casos puede ayudarnos a tener una mejor apreciación de los cambios ocurridos en este período.

La trayectoria profesional de Clodovil Hernandes, fallecido en el año 2009 en plenas funciones legislativas, nos puede presentar un reflejo fiel y complejo al mismo tiempo no solo de la mediación de la política, sino de los cambios culturales y económicos propios de la modernización e industrialización del Brasil. Clodovil Hernandes comenzó su carrera como diseñador de ropa a medida para mujeres de la élite brasilera en los años ‘50. Según diversas fuentes, Clodovil Hernandes no consiguió adaptarse al cambio en el mundo de la moda hacia una producción y un consumo masificado, lo que lo llevó a buscar en la televisión un medio de vida (Leite Neto, 2009, p.10). Sus incursiones en el mundo televisivo comenzaron en los años ‘70 como invitado en programas de auditorio u ómnibus en los que ofrecía consejos sobre moda y estilo de vida. Clodovil, junto a Dener Pamplona, otro modisto famoso, se destacó además por sus gestos afeminados y grandilocuentes, tornándose muy popular entre la audiencia masiva, pero al mismo tiempo causando fricción entre el público más conservador y la autoridades del régimen militar (Ribke, 2010).

Desde comienzo de los años ‘80 su carrera televisiva continuó afianzándose, convirtiéndose desde mediados del año ‘85 en el conductor de sus propios programas. Conocido por sus decla-



raciones polémicas y sus maneras extrovertidas, Clodovil se presentó en el año 2006 como candidato a diputado federal por el minúsculo Partido Laborista Cristiano (PTC) y fue electo como el tercer diputado más votado por el estado de Sao Paulo. Similarmente a sus apariciones televisivas, la campaña política de Clodovil estuvo marcada por sus declaraciones polémicas y provocativas, con menciones a su orientación sexual y al *glamour* de su figura de modisto y animador televisivo. Entre sus lemas de campaña se puede mencionar la frase “¡Brasilia nunca más será la misma!”, “¿Piensan que soy pasivo?, ¡provóquenme y ya verán!” A pesar de sus maneras extrovertidas, Clodovil se destacó por sus posiciones conservadoras y comentarios despectivos sobre la homosexualidad y también sobre otras minorías (Folha de Sao Paulo, 18 Mar. 2009, p.10). Se podría trazar un paralelismo entre las opciones políticas de Clodovil y del músico Agnaldo Timóteo. Ambos provienen de orígenes humildes, llegaron a posiciones destacadas en sus respectivos campos, pero al mismo tiempo rechazaron representar a minorías postergadas con las cuales se podrían identificar. El ingreso a la vida política parece en este caso estar vinculado a una reivindicación personal y una opción profesional.

A pesar de las similitudes que señalamos, se pueden observar también importantes diferencias. Clodovil, diferentemente de Timóteo, no se empeñó en ningún momento en “convertirse en político” y defender aunque sea de forma poco convincente una plataforma política o inmiscuirse con el lenguaje y las formas de su cargo. Quizás, todo lo contrario, su desempeño en Brasilia fue abordado como una continuación directa de su personaje en el mundo televisivo. Desde la particular decoración de su despacho, siguiendo por los comentarios sobre sus colegas y las polémicas en las que se vio envuelto se podrían encuadrar dentro del género televisivo del cual surgió. Durante su mandato legislativo Clodovil continuó

conduciendo un programa propio de televisión, que incluían permanentes referencias a su estancia en Brasilia y a sus colegas de recinto (Loprete, 2007, p.4; Folha de Sao Paulo, 11 Abr. 2007). En este sentido, se puede afirmar que el político y el hombre de televisión que encarnó Clodovil se retroalimentaban potenciando su visibilidad en ambos campos. Su constante presencia en los medios le permitió ser electo sin otra promesa que ser el mismo que aparece en la televisión, mientras que su carrera política lo nutrió de un componente adicional que acrecentaba su valor simbólico en el campo televisivo.

El caso del actual diputado Francisco Everardo Oliveira Silva, públicamente conocido por el sobrenombre Tiririca continua la línea preestablecida por Timoteo y luego por Clodovil, llevando un poco más lejos todavía la disociación entre las formas tradicionales de la actividad política y la propuesta de continuidad de la lógica del entretenimiento y la diversión como plataforma electoral. Tiririca, a diferencia de los candidatos anteriores, posee una modesta carrera en los medios de comunicación. Proveniente del nordeste brasileño y de orígenes muy humildes, comenzó su carrera en la temprana infancia como artista circense y paulatinamente fue haciéndose conocido en las ciudades y aldeas de la región. Durante la segunda mitad de los años ‘90 grabó sus primeros discos con algunas de sus canciones gozando de un masivo éxito (Ferreira, 2010). Su participación en la televisión no fue muy destacada, y participó como parte del elenco de algunos programas humorísticos e infantiles en redes de televisión de audiencia media y/o baja.

En el año 2010 se postuló a diputado federal por el minoritario partido de centroderecha Partido da Republica – PR. Con una campaña osada y provocativa, instando al público a votarlo utilizando un discurso antipolítico que se mofaba de la actividad con frases humorísticas de tipo “vótenme que no va a ser peor de lo que está ahora”



y “Yo no sé lo que hace un diputado, vótenme y les cuento”, fue electo como el segundo diputado más votado de la historia del Brasil superando ampliamente el millón de votos. A diferencia de las figuras anteriores, su candidatura a diputado parece haber potenciado y relanzado su figura mediática, colocándolo en la primera plana del debate público (Mello, 2010, 63). Su discurso festivo y descomprometido, sumado a la carencia de capital cultural básico generó rápidamente dudas sobre su dominio de la lectoescritura y debió someterse a un examen público. Esto escandalizó a las élites que ven en su incorporación a la cámara legislativa el fracaso del sistema político.

Es muy temprano todavía para evaluar la carrera política de Tiririca o de sacar conclusiones sobre su labor parlamentaria, sin embargo creo que hay algunos indicios que nos permiten realizar algunas reflexiones parciales. En primer lugar, Tiririca acude al congreso despojado de su disfraz, vestido de traje y corbata presentando un rostro austero, diferente de su imagen festiva de la campaña electoral (Folha de Sao Paulo, 16 Dec. 2010, p.6). Su participación en el recinto es escasa o nula. En contraposición a las figuras anteriores que analizamos, Tiririca fue despojado en el Congreso de su figura mediática. Su figura en el recinto en nada se asemeja al payaso mediático, asistiendo puntualmente a las sesiones, pero permaneciendo en el más absoluto silencio sin participar en los debates (Jardim, 2011). Sea por su magra carrera en los medios con anterioridad a la campaña electoral, o también por su escasa escolaridad, Tiririca parece comportarse en el recinto como un tímido alumno que fue colocado en una clase que no corresponde a su nivel. Es difícil saber si con el correr del tiempo tendrá una participación mayor en recinto y, si la tiene, qué posiciones va a defender.

## 5. Conclusiones

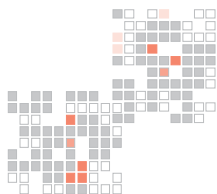
La mayoría de los análisis que intentan explicar el fenómeno de las figuras mediáticas que saltan a la política, hacen hincapié en tres aspectos: el sis-

tema electoral que permite el ingreso de una gran cantidad de partidos políticos, la debilidad de las estructuras partidarias y, por supuesto, la enorme influencia de los medios de comunicación, especialmente de la televisión comercial en la vida de los ciudadanos. Partiendo desde otro foco, otras explicaciones a este fenómeno interpretan las actitudes del electorado al darles su voto a estas figuras mediáticas como un voto de protesta frente al descredito del sistema político.

El análisis de los casos estudiados en este artículo, nos indica una perspectiva diferente. En primer lugar, estas figuras mediáticas son electas porque una parte importante de la población se siente representada por ellas más allá del programa ideológico que al que adhieran. Se puede entender el eslogan de Tiririca “Yo no sé lo que hace un diputado, vótenme y les cuento” como una apelación a gran parte de la población que percibe el sistema democrático como críptico debido a que carece de herramientas analíticas y capital cultural como para entender su funcionamiento.

Sin descartar la crítica que parte de la población expresa frente a las falencias del sistema, creo que se puede considerar el ingreso de estas figuras mediáticas a la vida política como una forma de aproximación de parte del electorado a la política y no como un rechazo a la misma.

En segundo lugar, se puede observar una homología entre la posición que los candidatos ocupan en el campo de los medios de comunicación y el cargo al cual se postulan. Por el momento, la mayoría abrumadora de los candidatos provenientes de géneros de la industria del entretenimiento se postularon a cargos legislativos a nivel municipal y federal, sin que hasta el momento hayan podido dar un salto cualitativo hacia puestos de mayor incidencia en la vida política. Para poder dar el salto hacia un lugar más destacado, deberán ser reconocidos por su labor en el recinto, o quizás ascender súbitamente a una posición de mayor autonomía en los medios tal como la que tuvo Silvio Santos en el año 1989 cuando





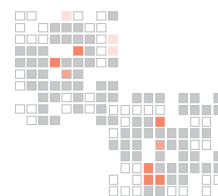
quiso postular-se a presidente de la república.

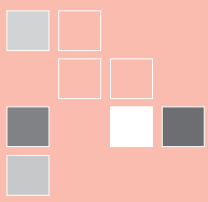
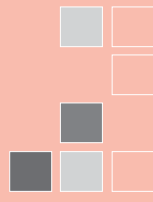
En tercer lugar, los candidatos famosos parecen lanzarse a la actividad política sin dejar de lado su actividad anterior en los medios de comunicación. En la mayoría de los casos, la participación en la política parece ser un mecanismo para mejorar su

posicionamiento en la actividad mediática. Esta supremacía de la lógica mediática por sobre la lógica de la política, parece impedir el establecimiento de alianzas con grupos y causas más amplias, limitando las probabilidades de afianzar una carrera política con perspectivas a crecer.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ALBERONI, Francesco. *L'élite senza potere*. Ricerca sociologica sul divismo. Milano: Bompiani, 1973.
- ALLUM, Felia. Silvio Berlusconi and his "Toxic" Touch. *Representation*, 47(3), 281-294, 2011.
- ARAUJO, Paulo Cesar. *Eu não sou cachorro, não*: música popular ca-fona e ditadura militar. Rio de Janeiro: Editora Record, 2002.
- BOURDIEU, Pierre. *The Field of Cultural Production: Essays on Art and Literature*. Cambridge: Polity Press, 1993.
- FOLHA, 'Cheguei Um Bom Dia', Diz Tiririca. *Folha de São Paulo*, São Paulo, 16 Dec. 2010, p.6.
- \_\_\_\_\_, A casa e sua. *Folha de São Paulo*, São Paulo, 11 Abr. 2007, p.1.
- DYER, Richard. *Heavenly Bodies: Film Stars and Society*. New York: St. Martin's Press, 1986.
- ECHEVERRIA, Regina; NUNES, Augusto. Arrepiando as Elites. *Veja*. São Paulo, 16 Jan. 1980, p.3-6.
- FERREIRA, Victor. Tiririca, o candidato que não lê. *Época*. São Paulo, 24 Set. 2010.
- GAMSON, Joshua *Claims to Fame: Celebrity in Contemporary America*. Berkeley: University of California Press, 1994.
- JARDIM, Laura. Assiduo e mudo. *Veja*. São Paulo, 21 Set. 2011
- JEFFORDS, Susan. *Hard bodies: Hollywood masculinity in the Reagan era*. New Brunswick, N.J.: Rutgers University Press, 1994.
- LYTTELTON, Adrian. Political language in Italy and Great Britain. *Journal of Modern Italian Studies*, Vol. 14, N. 1, p.66-74, 2009.
- LEITE NETO, Alcino. Estilista acrescentou o humor e a ousadia a moda. *Folha de São Paulo*. São Paulo, 18 Mar. 2009, p.10.
- LOPRETE, Renata. Dupla Jornada. *Folha de São Paulo*. Sao Paulo, 07 Abr. 2007, p.4.
- MAINWARD, Scott. Brazilian Party Underdevelopment in Comparative Perspective. *Political Science Quarterly*, v.107, n. 4, p.694, 1993.
- MARSHALL, David. *Celebrity and Power: Fame in Contemporary Culture*. Minneapolis, Minn.: University of Minnesota Press, 1997.
- MAZZOLENI, Gianpietro; SCHULZ, Winfried. Mediatization of Politics: A Challenge for Democracy? *Political Communication*, Vol.16, n.3, p.247-261, 1999.
- MELLO, Fernando. Um palhaco de laboratório. *Veja*. São Paulo, 29 Nov. 2010, p.94-96.
- MIGUEL, Luis Felipe. Capital Político e Carreira Eleitoral: Algumas Variáveis na Eleição para o Congresso Brasileiro. *Revista de Sociologia e Política*, 20 Jun, p.115-134, 2003.
- MIRA, Maria Celeste. *Circo eletrônico: Sílvio Santos e o SBT*. São Paulo, SP: Olho D'Água: Edições Loyola, 1994.
- PANIZZA, Francisco. Neopopulism and its limits in Collor's Brazil. *Bulletin of Latin American Research*, vol.19, n. 2, p.177-192, 2000.
- RIBKE, Nahuel, *Military regime and mass communication in Brazil 1964-1979: the rise of Globo TV channel*. 317 p. Tese (Doutorado em Historia e Comunicações), Tel Aviv University: Tel Aviv, 2010.
- ROGIN, Michael Paul *Ronald Reagan, the movie and other episodes in political demonology*. Berkeley: University of California Press, 1987.
- SARLO, Beatriz. Argentina under Menem: The Aesthetics of Domination. *NACLA Report on the Americas*, vol.28, n.2, p.33-37, 1994.
- SASSINE, Vinicius. Romário, Tiririca e Popó estão entre as celebridades que estreiam na Câmara. *Correio Braziliense*, Brasília, 02 Feb. 2011.
- SCHULZ, Winfried. Reconstructing Mediatization as an Analytical Concept. *European Journal of Communication*, vol.19, n.1, p.87-101, 2004.
- SILVA, Arlindo. *A fantástica história de Sílvio Santos* (5a. ed.). São Paulo: Editora do Brasil, 2000.
- SOUTO MAIOR, Marcel. *Almanaque da TV Globo*. São Paulo: Editora Globo, p.775-830, 2006.
- VEJA, Cena de Bolero. *Veja*, São Paulo, 06 Jun. 1984, p.23.
- \_\_\_\_\_, Congresso do Equilíbrio. *Veja*, São Paulo, 17 Nov. 1982, p.46-47.
- \_\_\_\_\_, O bate- boca moreno. *Veja*, São Paulo, 07 Dec. 1983, p.36





# EMPRESÁRIOS DE MÍDIA NA AMÉRICA LATINA

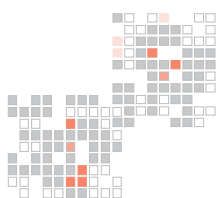
*MEDIA ENTREPRENEUR IN LATIN AMERICA*

*EMPRESARIOS DE MEDIOS EN AMÉRICA LATINA*

## Bruno Marinoni Ribeiro de Sousa

■ Doutorando do Programa de Pós-Graduação em Sociologia da Universidade Federal de Pernambuco. Possui graduação em Comunicação Social pela Universidade Federal do Ceará (2006) e mestrado em Comunicação pela Universidade Federal de Pernambuco (2008). Tem experiência na área de Comunicação, atuando principalmente nos seguintes temas: indústria cultural, comunicação e negócios, grupos de mídia.

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



## RESUMO

Propõe-se neste artigo uma análise comparada do perfil de três dos mais eminentes empresários de comunicação da América Latina. Busca-se identificar as estruturas compartilhadas na região e estabelecidas a partir de uma história comum aos países latinoamericanos.

PALAVRAS-CHAVE: EMPRESÁRIO; BURGUESIA; INDÚSTRIA CULTURAL.

## RESUMO

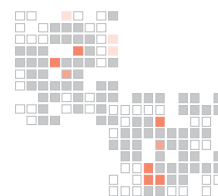
Se propone en este trabajo un análisis comparativo del perfil de tres de los empresarios más destacados de la comunicación en América Latina. El objetivo es identificar las estructuras compartidas en la región y establecidas por medio de una historia común a los países de latinoamerica.

PALABRAS CLAVE: EMPRESARIO; BURGUESÍA; INDUSTRIA CULTURAL.

## ABSTRACT

This paper proposes a comparative analysis of the profiles of three of the most eminent communication entrepreneurs in Latin America. It intends to identify shared structures in the region and established through common history in Latin American countries.

KEYWORDS: ENTREPRENEUR; BOURGEOISIE; CULTURAL INDUSTRY.



## 1. Introdução: o empresário de comunicação de massa

Se a América Latina pode ser identificada sob um signo comum, calcado em uma trajetória compartilhada de grupos sociais e nações, em que medida isto pode se estender à estrutura de produção cultural massiva no interior da região? Com o intuito de explorar essa questão, analisamos comparadamente biografias de grandes proprietários de mídia, relacionando-as ao desenvolvimento político-econômico desse quase-continente.

O aguçamento dos traços mercantis no sistema de comunicação social no século XX e as transformações qualitativas do capitalismo latino-americano no mesmo período são as linhas mestras que guiam essa investigação com foco sobre alguns dos protagonistas dos processos (particularmente seus dinamizadores econômicos). A TV aberta aparece como referência para as pistas seguidas, por se tratar da grande vedete da indústria cultural<sup>1</sup> na América Latina, embora não seja suficiente para abarcar todo o processo. A emergência de estruturas avançadas de produção cultural voltadas para o mercado se apresentam assim como fenômenos sociais amplos, reveladores de uma complexa interconexão de variáveis econômicas, políticas, sociais e culturais que expressam em um plano particular o desenvolvimento das sociedades latino-americanas.

A definição da fração de classe, do grupo social, que irá deter o controle do setor de comunicação tem uma significação diferente daquela que diz respeito à maneira como isso acontece com outras mercadorias. Segundo Miliband (1999, p.476) “uma classe dominante em qualquer sociedade de classes é constituída em virtude de seu controle efetivo sobre três fontes principais de dominação”: os meios de produção, os meios de

administração e coerção do Estado e os meios de estabelecimento de comunicação e consenso. Se há um interesse direto de determinados grupos na exploração comercial da produção de bens simbólicos, este se justapõe a um interesse geral da classe capitalista na função que a indústria cultural desempenha na reprodução do sistema.

No caso de setores como o das radiodifusões e telecomunicações a questão se complica ainda mais pelo papel que os governos assumiram desde pelo menos a década de 1930 na definição dos concessionários do espectro eletromagnético. Não se trata apenas da concessão de uma fatia de mercado, mas da organização de um setor estratégico na produção ideológica que se distribui conforme o jogo político vigente (o que reforça a asserção de Miliband). Dito isto tudo, dificilmente se pode ignorar a dimensão totalizante da indústria cultural e seu papel estratégico no jogo político-social de organizador social, político e cultural.

Qual seria, então, o papel do dono da empresa de comunicação de massa no funcionamento da mesma? Independentemente das opiniões, é fato que ele ainda detém o poder legítimo de decisão sobre o uso da sua propriedade. No entanto, esse poder é mediado por uma série de fatores, os quais, caso ignorados, podem vir a ameaçar a própria manutenção da empresa no mercado (sua razão de ser sob o capitalismo). Pode-se contar como exemplos, entre outros, a satisfação do consumidor (dimensão utilizada cinicamente pelos defensores da indústria cultural para se eximir da responsabilidade), as regras estabelecidas (tradicional ou juridicamente), das quais o corpo administrativo aparece como guardião legítimo, o saber especializado sobre a produção técnica das mercadorias (que impõe rotinas e legitimidades que se apoiam no conhecimento acumulado, antes que no poder emanado pela propriedade) e as disputas entre concorrentes no mercado.

Consideramos, então, que esses donos de empresas de comunicação de massa, mais do que

1 Utilizamos aqui a expressão no singular pois nos referimos à ideia de indústria cultural como produção cultural sob o regime do capitalismo monopolista e não como setores econômicos ou “lógicas sociais”.

indivíduos isolados que se encontrariam coincidentemente em uma mesma situação, constituem um fenômeno social somente compreensível dentro do quadro que os produz e do qual participam da produção. Vejamos a seguir como isso se manifesta na América Latina.

## 2. Donos da mídia na América Latina

A consolidação e manutenção da hegemonia burguesa na América Latina durante o século XX foi um processo diverso, turbulento e difícil (Cardoso; Faletto, 1973). Foi nesse contexto em que grandes países da região como Brasil, México e Argentina viram consolidarem-se seus mercados internos, em boa parte sob os auspícios da política econômica de substituição de importações e da ideologia desenvolvimentista. O incremento da produção e circulação dos bens de consumo duráveis se deu, no geral, de forma concomitante ao estabelecimento de indústrias culturais, capazes de fazer circular mensagens, valores e ideias fundamentais à reprodução do capitalismo em sua fase monopolista que se instaurou na América Latina na segunda metade do século.

Na medida em que iam se ampliando os estratos sociais que participavam desse mercado, meios de comunicação como a televisão iam perdendo o seu caráter “elitista” e assumindo linguagens e gostos mais “populares”, integrando culturalmente também esses mesmos estratos que participavam do sistema de circulação de mercadorias. A produção cultural em larga escala passou, assim, a integrar fundamentalmente o complexo sistema de produção de mercadorias, tornando-se não só “também” mercadoria, mas “antes de tudo” mercadoria.

Nesse ínterim, o Estado latino-americano atuou como polo convergente dos interesses particulares (e particularistas) ao mesmo tempo em que desempenhou o papel de promotor do desenvolvimento, com políticas industrializantes de incentivo ao capital industrial nacional e inter-

nacional. Catalisou, então, o processo de desenvolvimento econômico do capitalismo em parte desses países, ao qual estava atrelado o dos meios de comunicação de massa. Todavia, promoveu também a integração cultural por outros motivos que não puramente econômico, como no caso da ideologia da “segurança nacional” que produziu a incorporação de regiões brasileiras sem condições de fazê-lo pela via direta do desenvolvimento econômico endógeno.

Pode-se dizer que no período entre as décadas de 1930 e 1960 se estabeleceu a base do modelo comercial de comunicação eletrônica de massa que vigora até hoje e que fez submergir as incipientes experiências alternativas (Fox, 1988, p.13; Maringoni, 2010, p.119). Esta estrutura foi fundamental para a consolidação posterior de grandes sistemas integrados de comunicação de massa comercial nas décadas de 1960, 1970 e 1980. Embora hoje se tratem de sistemas bastante diferentes em diversos aspectos, o fundamento mercantil se impôs de tal forma que não se pode falar de recuo significativo do setor privado. Não é de se estranhar, então, que os principais grupos de radiodifusão latino-americanos hoje tenham suas raízes nesse período<sup>2</sup>.

Quando se fala de sistema de exploração privada da radiodifusão com fins mercantis, como o que se estabeleceu nos países latino-americanos, é preciso pressupor que existe um tipo de controle, dentre outros, que emana diretamente da condição de propriedade privada que é atribuída ao serviço de comunicação social. Embora esse controle encontre suas mediações, ele opera um papel importante na configuração da comunicação estabelecida.

A forma como foram “selecionados” os indivíduos que ocuparam essas posições de “donos” das comunicações na América Latina variam de acor-

2 O grupo argentino Clarín diverge desse itinerário, entrando nos negócios de televisão na década de 1990, na onda neoliberal de privatizações.



## Optamos por nos deter neste artigo sobre a trajetória dos proprietários dos principais grupos de comunicação de massa latino-americanos.

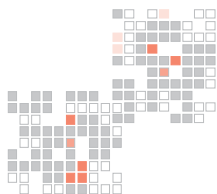
do com os diversos contextos sócio-políticos correspondentes a cada um dos países: com a seleção “natural” dos mercados via concorrência, com a sagacidade de proprietários/administradores atentos às oportunidades (e aos oportunismos), com o favoritismo por parte de grupos políticos que buscaram privilegiar seus correligionários e assim ampliar seu espectro de influência, com o clientelismo (troca de favores) entre governos e poderes locais e regionais, com a política de filtro ideológico patrocinada por movimentos “anticomunistas”, só para mencionar as mais citadas. No entanto, das diversas formas particulares que se apresentam, permanece constante no quadro geral a figura do empresário capitalista no controle do setor, com diferentes maneiras de se materializar nas realidades nacionais.

O controle político que pode se materializar na forma de censura, regulação ou mesmo da exploração direta por parte do Estado foi abdicado em nome do controle econômico, que entrega ao mercado e ao poder privado o papel de estruturadores do conteúdo e da forma da comunicação de massa. Vê-se no âmbito da cultura a repetição do mito capitalista do “trabalho livre”, em que o poder coercitivo em sua forma mais crua é suspenso em nome de um tipo de dominação mais difusa, porém, mais efetiva. Caso seja verdade que os indivíduos donos de meios de comunicação de massa não interfiram diretamente na produção dos conteúdos, como atestam seus vários defensores, também é verdade que não o fazem por não ser preciso, haja vista que já compõem o grupo dos maiores beneficiados diretos pela forma atual de funcionamento da indústria cultural. Ao mesmo tempo esses mesmos indivíduos detêm o poder, que emana de sua posição,

de interferir pontualmente na produção de conteúdos e na definição das perspectivas se acharem necessário, como comprovam inúmeros casos na história da América Latina e do mundo.

Apesar de um movimento precoce por parte de corporações como a NBC, CBS, ABC e *Time-Life* na América Latina, seguiu-se uma redução da influência americana (Straubhaar, 1983) e o capital estrangeiro foi obrigado a se retirar do setor na década de 1970, resguardando o domínio direto sobre as indústrias nacionais de produção simbólica para as burguesias autóctones. Isto de certa forma atendeu as reivindicações de movimentos progressistas que questionavam a assimetria internacional no fluxo de comunicação (Unesco, 1983), no entanto expressou também as limitações de tal bandeira que não conseguiu ultrapassar os limites do nacionalismo capitalista. As décadas de 1970 e 80 assistiram a consolidação e fortalecimento de mega-estruturas de comunicação como as Organizações Globo e a Televisa, que comprovam o poderio das indústrias culturais latino-americanas a contrapelo dos interesses dos capitais internacionais por um lado e das reivindicações por democratização da comunicação por outro.

Optamos por nos deter neste artigo sobre a trajetória dos proprietários dos principais grupos de comunicação de massa latino-americanos que possuam história reconhecida de consolidação, poder e influência internacional. São quatro os considerados mais influentes e poderosos na atualidade: Globo (Brasil), Televisa (México), Cisneros (Venezuela) e Clarín (Argentina) (Becerra, 2006; Mastrini, 2007, p.37). Todavia iremos abordar neste trabalho somente os três primeiros, considerando o fato de serem caracterizados por



alguns pesquisadores como grupos que possuem estratégias transnacionais mais sólidas (Becerra; Mastrini, 2007, p.100, 144, 217, 287) e por estarem a mais tempo (cerca de 50 anos) explorando o principal veículo de comunicação na América Latina que é a televisão<sup>3</sup>.

## 2.1 O “jornalista-empresário” brasileiro

O jornalista e empresário Roberto Marinho (1904- 2003) não desfruta como outros de uma alcunha amplamente conhecida que resuma a impressão que se tem de sua personalidade. Nunca foi um *media mogul*, voraz pilhador de empresas (até porque a constituição brasileira não favorecia a apropriação direta), utilizando-se basicamente do modelo americano de afiliações à *network* para estender os seus domínios.

Filho de um jornalista que fundou um jornal próprio, Roberto Marinho herdou ainda muito jovem “O Globo”, base dos negócios que viria a controlar. Daí em diante desenvolveu suas atividades fundamentalmente nos ramos de comunicação em um ritmo bastante lento: o jornal foi lançado em 1925, a rádio em 1944 e a TV em 1965. Na terceira geração, hoje o empreendimento se encontra sob controle de seus três filhos.

O grande salto qualitativo na história do grupo de comunicação do empresário Roberto Marinho foi dado justamente com a organização de uma estrutura de televisão em rede, aos moldes das *networks* americanas, que permitiu a extensão de sua influência por todo o território nacional e a vitória sobre poderosos concorrentes como os Diários e Emissoras Associados, do antigo “rei” das comunicações do Brasil, Assis Chateaubriand. Fundamental para isto, e para a transformação do modelo de comunicação brasileiro foi a participação do grupo estadunidense *Time-Life* no processo, que se associou ao grupo, trazendo capital e *know-how* para o setor, que passava a partir desse momento a ser administrado de for-

ma menos impressionista e mais racionalizada.

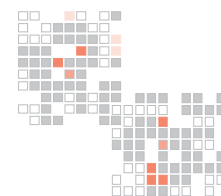
No entanto, a participação estrangeira esbarrou com a ideologia nacionalista, que conseguira reunir sob um mesmo guarda-chuva a direita conservadora, os empresários concorrentes “enciumados” e a esquerda anti-imperialista, tornando a permanência do capital internacional no setor insustentável. Como resultado, o grupo se retirou do mercado brasileiro deixando disponível, porém, toda a estrutura e estratégia montadas anteriormente em processo de desenvolvimento e de concentração. O principal beneficiário dos acontecimentos acabou sendo um grupo nacional, que perdeu o suporte, mas conseguiu assim ampliar sua autonomia para dirigir um empreendimento promissor.

Na consolidação do projeto capitalista que passou então a vigorar no Brasil, Roberto Marinho participou tanto representado por suas empresas, veículos voltados para a reprodução da cultura do consumo e para a legitimação da sociedade de mercado, quanto como membro de uma burguesia organizada, através das associações de empresários (mesmo que na forma de representação delegada) e do apoio a órgãos de disputa por hegemonia como o IPES, que foi central na organização do golpe de 1964. Além disso, atribuiu-se a ele uma influência direta na nomeação de ministros de governos, como o de Sarney<sup>4</sup> (1985-1989), além do uso pontual (e às vezes sistemático) dos seus veículos de comunicação para manipular a decisão do eleitor, como nas eleições presidenciais de 1989 (com a edição interessada de um debate) e para governador do Rio de Janeiro em 1982 (distorcendo as informações sobre pesquisa de intenção de votos).

Roberto Marinho desfrutava de grande intimidade com as elites, o que não o livrou de algumas desavenças com diferentes frações das classes dominantes (Borgeth, 2003, p.32-34). Ao mesmo tempo, mesmo com algumas tensões e alguns

3 A Argentina manteve suas emissões estatizadas entre 1974 e 1991.

4 Dono de uma emissora afiliada à Rede Globo.



questionamentos por parte da sociedade sobre o papel da Rede Globo (como na campanha contra o capital estrangeiro nas comunicações encampada durante a ditadura militar de Castelo Branco (1964-1967) ou como nas manifestações pelo direito ao voto direto nas eleições presidenciais em 1983-1984) o poder da emissora, depois de consolidado, nunca foi ameaçado de fato.

No início dos anos 1980, as Organizações Globo já exportava conteúdos com bastante sucesso, estabelecendo as bases de um processo de internacionalização da produção cultural massiva brasileira. Entretanto, a dinamização dessa tendência se deparou com alguns percalços, como o desastre que revelou ser a tentativa de estabelecer uma emissora de TV em território italiano, a TV Montecarlo. Hoje, o grupo conta com um sistema de distribuição via assinatura para comunidades de língua portuguesa no exterior, a TV Globo Internacional, e com uma associação com poderosos grupos internacionais como o *News Corporation*, do australiano Rupert-Murdoch, no sistema de TV por assinatura SKY.

Embora nos últimos anos um dos concorrentes da emissora, a TV Record<sup>5</sup>, tenha disparado na corrida por audiência no mercado de TV aberta e, assim, galgado posições importantes, a Rede Globo permanece na dianteira com uma distância considerável ante os demais participantes da disputa, mantendo ainda o padrão quase monopólico do mercado de TV aberta. Mesmo nessa condição, nunca desfrutou do total isolamento que caracterizou o caso mexicano, por exemplo, tendo sempre dois ou três concorrentes nacionais abocanhando pequenas parcelas do *share* brasileiro.

## 2.2 *El tigre mexicano*

Emílio Azcárraga Milmo (1930 - 1997), enquanto esteve à frente dos negócios da família, foi o mais poderoso empresário de comunicação de

massa da América Latina. Seu pai, foi comerciante e, assim, teria reunido o capital para investir em negócios de comunicação (discos e emissoras de rádio), servindo de intermediário no crescimento de interesses de corporações americanas no país como a RCA-Victor/NBC (Becerra; Mastriani, 2009, p.214).

Apesar, porém, desta ligação inicial, os principais negócios de comunicação do país permaneceram diretamente sob controle da burguesia nacional. Segundo alguns pesquisadores, o capital estrangeiro sempre encontrou dificuldades pra entrar no setor. (Becerra; Mastriani, 2009, p.130). Se houve no México importação de conteúdos norte-americanos e de capital no processo de expansão das grandes corporações estadunidenses, isto não ameaçou a estrutura de propriedade assegurada às elites mexicanas. Ao contrário, reforçou este poder injetando no país elementos de uma indústria cultural já solidamente desenvolvida.

O grupo Televisa, de propriedade dos Emílio Azcárraga<sup>6</sup>, se organiza basicamente como sistema de comunicação e entretenimento<sup>7</sup>, em que esses setores constituem o substrato mais importante dos negócios. Dessa forma, seus negócios são extremamente dependentes das tendências e acontecimentos do âmbito específico da economia da comunicação, apesar dos seus suportes políticos e das relações interpessoais que sustentam o poder do grupo. Entretanto, se por um lado é possível identificar essa limitação em termos de diversificação, uma das características marcantes do grupo é sua internacionalização, pois provê conteúdo para empresas praticamente em toda a América, além de capital, incluindo países de hegemonia anglo-saxã (embora seja voltado principalmente para os grupos hispano-hablantes radicados nessas regiões), dos quais os principais exemplos são a Univisión e a sua participação na Sky.

6 Dos três: Vidaurreta (avô), Milmo (pai) e Jean (filho)

7 Destaca-se seu interesse por se apropriar de times de futebol e estádios.

5 Emissora de perfil comercial liderada pela Igreja Universal do Reino de Deus.



## O apoio do “tigre” ao Partido Revolucionário Institucional (PRI) era objeto, inclusive, de declarações públicas do empresário.

No momento crucial para a consolidação do grupo de comunicação Televisa, a empresa já se encontrava na mão de Milmo (um ano após a morte de seu pai). A constituição de uma rede nacional privada de caráter quase que absolutamente monopólico emerge no contexto da tensão interna entre projetos nacionais das elites mexicanas. Durante a administração Luis Echeverría (1970-1976) houve um permanente e aberto confronto entre o governo e o setor privado de comunicação que redundou, por um lado, na criação de um sistema público nacional (desarticulado em 1985) e, por outro, na fusão de diferentes canais privados para criar o sistema Televisa (Kaplan, 1988, p.71-72).

Desse confronto, vingou o modelo comercial estruturado aos moldes do que se fazia nos Estados Unidos, porém com as marcas específicas da relação histórica entre Estado e elites mexicanas (Orozco, 2002, p.221). Desta forma, pode-se dizer que as fissuras no interior da aliança entre as elites não comprometeram de forma alguma o projeto de poder desses mesmos grupos, sendo seguidas por processos de reacomodação em que o projeto privatista para a televisão mexicana terminou por se impor, sem, no entanto, comprometer as relações de apoio recíproco entre governos e sistema de comunicação no México.

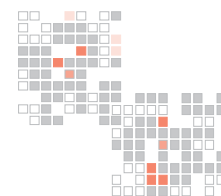
O apoio do “tigre” ao Partido Revolucionário Institucional (PRI) era objeto, inclusive, de declarações públicas do empresário. Chega-se, costumeiramente, a equacionar a posição de absoluta e inabalável liderança da Televisa no setor de comunicações durante praticamente três décadas à mesma condição do PRI no governo do país durante setenta anos. O projeto político hegemônico no México encontrou, assim, no setor priva-

do um aliado leal. Se em outros países da América Latina houvera momentos de grande tensão entre a grande mídia e a ascensão de governos de inclinação populista, não seria este o caso de um país em que a indústria cultural se encontrava sob o tacão da família Azcárraga. Todavia, se a política do PRI coincidia com a visão que Milmo tinha do que seria melhor para o México, isso se dava na medida em que os interesses do governo serviam ao desenvolvimento dos negócios do grupo Televisa e que o conteúdo produzido por este não desafiava o discurso oficial (Fernández; Paxman, 2000, p.25).

Embora tenha usufruído nacionalmente de um quase monopólio absoluto por mais de vinte anos, a década de 1990 viu o começo de algumas rachaduras na solidez do poder do “tigre”. (Orozco, 2002, p.232). Esta situação se expressa também na ascensão de um segundo grupo privado nacional, que se posicionou estrategicamente após as privatizações de empresas estatais de comunicação ocorridas no início da década de 1990. O grupo Azteca se apresenta de forma significativa no mercado mexicano de comunicações e, embora não ameace a hegemonia da Televisa, tem se apropriado de importantes fatias dos negócios. Todavia, embora represente um concorrente que altera a situação praticamente uníssona no cenário nacional, o novo competidor não desafia de nenhuma forma o modelo consolidado de exploração comercial.

### 2.3 O “empresário global” venezuelano

Com Gustavo Cisneros (1945-) defrontamos-nos com a imagem do empresário com impulsos para além das fronteiras nacionais. Trata-se do “empresário global” (Bachelet, 2004), do ímpeto



## Diego Cisneros também teve relações diretas com os líderes da Ação Democrática (Got, 2006,p.143), partido representante da direita venezuelana.

universalizante burguês, que na ânsia de transformar tudo em seu capital não se intimida diante de fronteiras político-geográficas. Os traços que o caracterizariam como tal despontam nos seus negócios: sua participação na cadeia americana de televisão Univisión, a exportação de suas produções televisivas, o controle de emissoras em outros países, como no Chile (Chilevisión) e na Colômbia (Cadena Caracol), e suas franquias de grandes marcas americanas. Nestes últimos casos, seu “globalismo” se revela mais como uma representação de vendas das grandes marcas internacionais do que uma expansão global de negócios venezuelanos, o que faz de si mais precisamente um intermediador do que um *global player*.

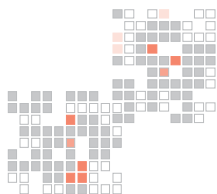
Essa vocação internacional não se limita ao espectro econômico, mas abrange também o cenário político, como se pode inferir da sua condição de membro do *Council on Foreign Relations*, um *think tank* de corporações comerciais que Dreifuss (1983) apontava como “órgão” do que seria “a Internacional Capitalista”; assim como de sua filiação à *Mont Pelerin Society*, núcleo do pensamento neoliberal, fundada pelo economista austríaco Friedrich Hayek. Da mesma forma, a sua participação no planejamento da derrubada do presidente Hugo Chavez (Got, 2006, p.148) e o relativo silêncio de seus veículos sobre a turbulência por que passava o país revelam sua ligação com interesses internacionais e nacionais contrários ao “socialismo bolivariano” e sua predisposição a intervir diretamente no cenário político, caso seja do seu interesse.

Cisneros assumiu os negócios do pai em 1970, em um momento importante, pois “durante los años sesenta e inicio de los setenta se consolidarán, em Venezuela, las bases de una(s)

industria(s) cultural(es) que tendrá a la televisión como el paradigma a seguir” (Bisbal, 2002, p.252). Casou-se com a neta de outro grande empresário de comunicações da Venezuela, fundador da RCTV, reforçando assim o fechamento do círculo daqueles que têm acesso direto aos meios de comunicação de massa no país.

O pai de Gustavo Cisneros, Diego, nascido cubano, chegou a ser amigo do magnata da incipiente mídia na América Latina, o também cubano Goar Mestre (Bachelet, 2002, p.23), figura chave na história da indústria cultural no continente, dono de importantes empresas de comunicação em Cuba, Argentina, Porto Rico, Peru e Venezuela. Diego Cisneros também teve relações diretas com os líderes da Ação Democrática (Got, 2006, p.143), partido representante da direita venezuelana, exemplificando mais uma vez os estreitos laços das elites regionais. Os vínculos familiares também são muito marcantes na história do grupo Cisneros. Pese que os negócios já envolviam os dois irmãos Diego e Oswaldo, Gustavo, que herdou do pai a chefia do conglomerado já prepara a filha Adriana para ocupar o seu lugar.

Como podemos observar, por outro lado, trata-se de um grupo em que o perfil empresarial se manifesta de forma preponderante, em que as empresas de comunicação constituem apenas um dos ramos que se procura explorar (mesmo que se tenha reduzido a participação em outros setores nos últimos anos), caracterizando um “conglomerado trans-setorial” (Meehan, 2010, p.1), ainda que nesse caso a propriedade permaneça nas mãos de um mesmo grupo familiar e não de uma grande corporação. Suas origens se encontram na empresa de transportes de Diego Cisneros, concessão do governo, e que se desdobrou



em outros negócios dos quais o engarramento e distribuição de Pepsi configuraram o salto qualitativo para a diversificação dos negócios.

Como aconteceu em outros lugares da América Latina, a entrada do capital estrangeiro no setor de comunicação de massa venezuelana foi fundamental para o desenvolvimento e consolidação de uma estrutura moderna de produção e distribuição de conteúdos. Apesar disto, houve um recuo nesta participação, no que poderia ser chamado de mal-sucedida tentativa de gestão direta de veículos de comunicação de massa por corporações estrangeiras (Bisbal, 2002, p.256). O resultado foi a permanência nas mãos de grupos nacionais da estrutura montada e do *know-how* adquirido. O próprio Gustavo Cisneros exemplifica essa absorção da experiência de corporações estrangeiras, pois estagiou na ABC, nos Estados Unidos, no ano de 1968.

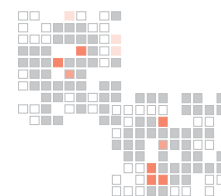
Outro traço que se manifesta de forma curiosa no mercado de televisão venezuelano quando contrastado com outros casos latino-americanos diz respeito à não existência de um monopólio tão patente, haja vista que os dois principais grupos se mantêm cada um com cerca de 33% do *share* da audiência (Becerra; Mastrini, 2009, p.165), não havendo uma liderança absoluta. No entanto, não se pode negar a existência do oligopólio, em que quatro emissoras basicamente concentram 76% desse índice e em que a diferença entre os dois primeiros lugares e o terceiro e o quarto é bastante representativa de um mercado altamente concentrado.

### 3. Conclusão

Os empresários latino-americanos de comunicação aqui analisados expressam o processo de consolidação de indústrias culturais nacionais inscritas em tendências gerais que imprimiram os contornos do capitalismo monopolista na região no século XX. Não é por acaso que identificamos nos três casos escolhidos características signifi-

cativamente comuns. Entre elas podemos apontar o período de consolidação de suas empresas (basicamente, década de 1970), a hegemonia do modelo comercial americano (quando o modelo europeu de emissoras públicas, por exemplo, aparecia ainda como uma alternativa capitalista compatível), a trajetória de ascensão de famílias de classes médias (basicamente profissionais liberais e pequenos comerciantes) à condição de “burguesia comunicacional”, as relações com os círculos de poder, o papel crucial da entrada (e retirada) do capital estrangeiro nas iniciativas privadas selecionadas, a herança recebida por uma segunda geração de jovens empresários de comunicação e a preparação da terceira (em que nos dois primeiros casos analisados já se efetivou a transmissão dos cargos diretivos), o posicionamento de liderança isolada nos mercados nacionais proporcionada pela supercapitalização prematura advinda do vínculo com o capital norte-americano (enquanto na matriz estadunidense do modelo existia um padrão de concorrência de três grandes corporações), a rápida ascensão de potenciais competidores nas décadas de 1990 e 2000, entre outros.

O desenvolvimento da indústria cultural na América Latina (especialmente no que diz respeito à sua vedete, a televisão aberta) não consolidou exatamente o que poderíamos chamar de um sistema regional integrado. Na verdade, embora existam importantes articulações entre as indústrias nacionais, com permuta de conteúdos e algum investimento direto fora das fronteiras nativas, no geral parece ainda vigorar o padrão de produção voltado para o mercado interno e considerável autonomia em relação a estruturas internacionais de gerenciamento. No entanto, ao mesmo tempo, é possível notar que existem fortes tendências para superar esses limites, principalmente quando se observa o que tem acontecido nas regiões hispano-hablantes, a arrojada estratégia do grupo Televisa sobre esses merca-



dos e o alinhamento (associação) dos três grupos analisados com o objetivo de controlar a TV por assinatura no continente sob a direção do *mogul* australiano Rupert Murdoch e seu empreendimento SKY (e por um período, DirecTV).

Embora se possa vislumbrar uma nova dinâmica no cenário das comunicações de massa da América Latina, não há ainda alteração defini-

tiva na estrutura de propriedade ou no modelo de exploração comercial. Seguem controlando as indústrias culturais nacionais os mesmos grupos que se acomodaram ali há mais de quarenta anos, independentemente das transformações políticas, sociais, econômicas e culturais por que passou o continente e das quais participaram de forma fundamental.

### REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BACHELET, Pablo. *Gustavo Cisneros: pioneer*. Barcelona: Planeta, 2004.

BECERRA, Martín; MASTRINI, Guillermo. *Los dueños de la palabra*. Buenos Aires: Prometeo, 2009.

\_\_\_\_\_. *Periodistas y magnates*. Buenos Aires: Prometeo, 2006.

\_\_\_\_\_. Presente y tendencias de la concentración de medios en América Latina. *Zer: revista de estudios de comunicación*, Bilbao(ESP), n. 22, p.15-40, 2007.

BIAL, Pedro. *Roberto Marinho*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2004.

BISBAL, Marcelino. La televisión en Venezuela. In: OROZCO, Guillermo (Org.). *Historias de la televisión en América Latina*. Barcelona: Gedisa Editorial, 2002, p. 245-285.

BORGETH, Luiz Eduardo. *Quem e como fizemos a TV Globo*. São Paulo: A Girafa, 2003.

CARDOSO, Fernando Henrique; FALETTTO, Enzo. *Dependência e desenvolvimento na América Latina*. Rio de Janeiro: Zahar, 1973.

DREIFUSS, René. *A internacional capitalista*. Rio de Janeiro: Espaço e Tempo, 1983.

FERNÁNDEZ, Cláudia; PAXMAN, Andrew. *El tigre: Emílio Azcárraga y su imperio Televisa*. México: Mondadori, 2000.

FOX, Elizabeth. Media policies in Latin America: an overview. In: FOX, Elizabeth. *Media and politics in Latin America*. London: Sage, 1988, p.6-35.

GOT, Richard. Venezuela's Murdoch. *New left review*, London, n. 39, p.149-158, may-jun 2006.

KAPLAN, Rubén Sergio Caletti. Communication policies in Mexico: an historical paradox of words and actions. In: FOX, Elizabeth. *Media and politics in Latin America*. London: Sage, 1988, p.67-81.

MARINGONI, Gilberto. Comunicações na América Latina: progresso tecnológico, difusão e concentração de capital (1870-2008). *Comunicare*, v. 10, n.1, p.111-131, jul.-dez. 2010.

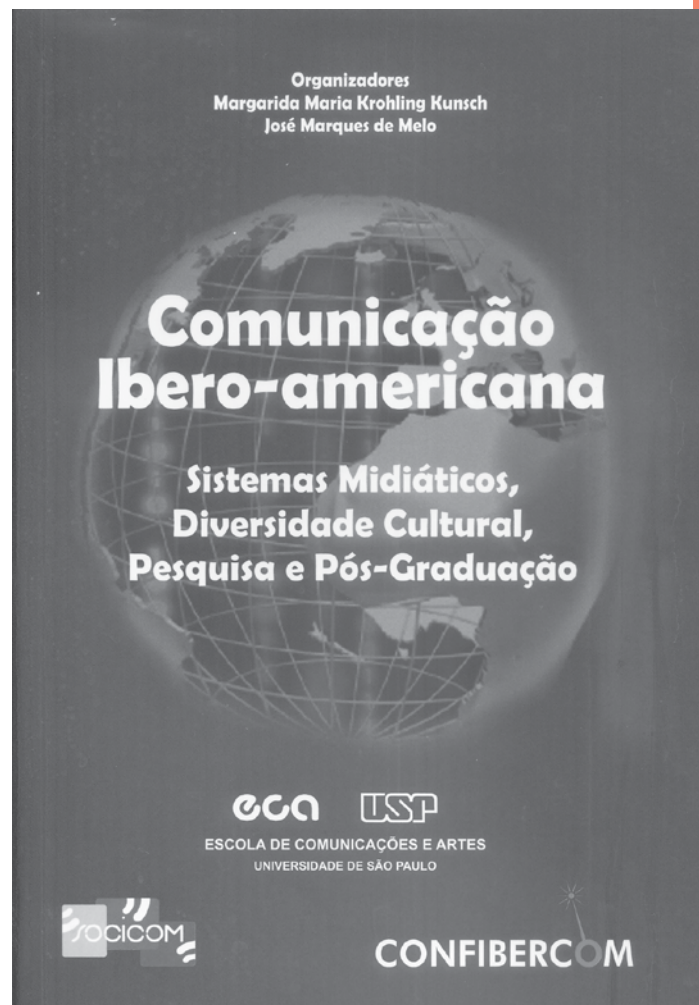
MEEHAN, E. R. Media empires: corporate, structures and lines of control. *Jump cut: a review of contemporary media*. n. 52, p.1-14, 2010. Disponível em: <<http://www.ejumpcut.org/currentissue/MeehanCorporate/text.html>>.

MILIBAND, Ralph. Análise de classes. In: GIDDENS, A.; TURNER, J. (Orgs.). *Teoria social hoje*. São Paulo: Editora UNESP, 1999.

OROZCO, Guilherme. La televisión en México. In: OROZCO, Guillermo (Org.) *Historias de la televisión en América Latina*. Barcelona: Gedisa Editorial, 2002, p.203-244.

STRAUBHAAR, Joseph. O declínio da influência americana na televisão brasileira. *Comunicação e Sociedade*, São Paulo, n. 9, p.61-77, 1983.

UNESCO. *Um mundo e muitas vozes: comunicação e informação na nossa época*. Rio de Janeiro: FGV, 1983.



Singulares e emblemáticas são as reflexões enfiadas na presente coletânea que comparam distintos modelos de sistemas comunicacionais, conceituam o fenômeno complexo da diversidade cultural e, ainda, ganham interesse e suscitam controvérsias sobre a pós-graduação em comunicação e as políticas científicas e tecnológicas, e de produção e difusão na Ibero-América. Esta obra suscita o debate e contribui para estreitar o diálogo e os esforços com o objetivo de construir um espaço identitário ibero-americano do conhecimento científico das ciências de comunicação. É este um dos grandes desafios da Confederação Ibero-Americana de Associações Científicas e Acadêmicas de Comunicação (Confibercom).

Distribuição gratuita – ECA-USP - SOCICOM

Avenida Professor Lúcio Martins Rodrigues, 443, bloco 22, sala 25, Cidade Universitária  
São Paulo SP - 05508-900 - Brasil - Tels.: 3091 8204

## UMA TRAJETÓRIA ACADÊMICA EXEMPLAR, NO ENLACE ENTRE A PESQUISA E O OBJETO POPULAR DA TELENÓVELA

UNA TRAYECTORIA ACADÉMICA EJEMPLAR, EN EL ENLACE ENTRE LA INVESTIGACIÓN Y EL OBJETO POPULAR DE LA TELENÓVELA

*AN EXEMPLARY ACADEMIC CAREER, IN THE UNION BETWEEN RESEARCH AND THE POPULAR OBJECT OF THE SOAP OPERA*

### ■ Maria Immacolata Vassallo de Lopes

Possui graduação em Ciências Sociais pela Universidade de São Paulo; mestrado e doutorado em Ciências da Comunicação pela Universidade de São Paulo; pós-doutorado na Universidade de Florença, Itália. Atualmente é professora titular da Escola de Comunicações e Artes da USP. Tem experiência na área de Comunicação, com ênfase em Epistemologia da Comunicação, Teoria da Comunicação e Metodologia da Pesquisa em Comunicação, atuando principalmente nos seguintes temas: campo da comunicação, recepção da comunicação, ficção televisiva, metodologia da comunicação. Foi coordenadora do

Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da Universidade de São Paulo. 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). Membro de conselho editorial de periódicos nacionais e internacionais. Diretora de MATRIZES, Revista do Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da USP. Publicou artigos e livros no país e no exterior em suas especialidades. É pesquisadora 1A do CNPq.

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



■ Por Alberto Efendy Maldonado

Cientista Social na área de Comunicação. Professor Titular do Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação UNISINOS (doutorado e mestrado, 2000-2012). Orientador de doutorado. Pós-doutor em Comunicação na Universidade Autônoma de Barcelona (2004-2005). Doutor em Ciências da Comunicação (USP) 1999.

■ Por Richard Romancini

Coordenador do curso Mídias na Educação-SP (NCE/USP-UFPE), professor do curso de especialização em Educomunicação (CCA-ECA/USP), pesquisador do Centro de Estudos do Campo da Comunicação (CECOM) da ECA/USP, e doutor em Ciências da Comunicação (USP).

■ Transcrição: Maytê Ramos Pires

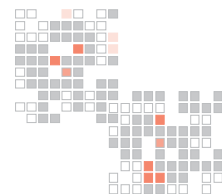
Estudante de Comunicação Social habilitação em Jornalismo da Universidade do Vale do Rio dos Sinos (Unisinos). É bolsista de Iniciação Científica no projeto de pesquisa “Coletivos culturais e espaço público midiático: configurações de usos, apropriações e produções de mídias em associações e grupos étnicos,” vinculado ao Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da Unisinos.

**Você diz em seu memorial para o concurso de professora titular que se autodenominar “metodóloga” parece pedante ou um pouco limitador, já que possui outros interesses de pesquisa. No entanto, em sua trajetória intelectual, investigativa e acadêmica O Método, ocupa, de fato, um lugar central. Como ele se apresentou na sua vida? Foi algo que tomou forma na universidade? Houve antecedentes importantes em épocas anteriores?**

Essa é uma pergunta muito interessante porque eu posso até datá-la. Fazia o curso de Ciências Sociais, e era o curso onde tinha as grandes estrelas, alguns já tinham sido afastados, como por exemplo, o Fernando Henrique, mas continuava o Ianni, o Florestan, o Luiz Pereira, essas pessoas

eram verdadeiros ídolos, e ter aula com eles foi um privilégio. É como hoje, também o pessoal da Filosofia, para os que têm aula da Graduação com a Marilena Chauí, por exemplo, certo? Então era mais ou menos a mesma coisa. O início foi um trabalho sobre método na disciplina de Métodos e Técnicas do professor Octavio Ianni, e a gente na atividade morrendo de medo do trabalho final. Aí o trabalho final era fazer uma análise metodológica sobre o trabalho de algum sociólogo. O professor organizou e orientou e isso me deu aquela coisa, era a primeira vez, então... *Kardecismo e Umbanda*, de Cândido Procópio foi aquele que eu escolhi, porque tinha um trabalho de campo a respeito da questão da adesão a religiões; e incluía análises de um *continuum* que vinha

do espiritismo branco, quer dizer de mesa, até a umbanda, que é um outro tipo, e isso me chamou inclusive muita atenção porque envolvia a questão de classes etc. E eu fiz a análise, que era uma análise da metodologia usada pelo professor Cândido Procópio e esse livro já era um livro assim, bastante referenciado e tal... Acontece que quando viu a análise, na sua avaliação, o professor falou que era o melhor trabalho que ele já tinha lido sobre metodologia. Claro que era um exagero e ele disse que não ia me dar dez, me deu 9.5, por alguma coisa que tinha a ver com a apresentação mesmo do texto. E todo mundo dizia que o Ianni não fazia, não costumava fazer isso e que, portanto, devia ter sido um trabalho realmente excelente, e coisa e tal. E aquilo realmente me



## Então, qual era a minha questão aí? Eu fiz uma pesquisa e novamente eu me maravilhei muito com as estratégias metodológicas.

marcou profundamente, porque aí vem um pouco dessa questão do reconhecimento, e de um trabalho que eu fiz com muito prazer, e veio essa questão realmente assim do método, da análise interna de um trabalho científico. Quer dizer, era uma desconstrução, como depois eu viria a falar. E, e aí a partir disso, eu dava aula de Estudos Sociais, alguma coisa de Sociologia, mas acho que aí veio vindo na minha concepção este olhar, que é um olhar estrutural, vamos dizer assim. Quer dizer, fazer uma análise, e até hoje isso, fazer uma análise de teses e dissertações, mesmo que não me perguntem, eu vou direto assim para o método, aquilo que sustenta tal edifício, que a pessoa escolhe fazer, escolhe construir. Então eu acho que vem disso sim, mas eu continuo achando que não sou metodóloga, mas tenho uma preferência por uma leitura metodológica sim.

**Você pode sintetizar o processo de configuração da sua concepção metodológica? Quais são os pilares da sua proposta?**

Os pilares estão mostrados em

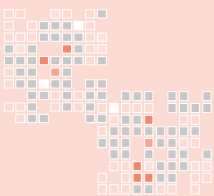
alguns textos, que se eu tivesse condições eu retomaria pra desenvolver agora, mas eu acho que está sim naquele livro de *Pesquisa em Comunicação*. Que afinal de contas é nada mais do que uma proposta de operações, não é? Do eixo vertical, do horizontal e dos níveis e das fases, dando uma concepção, vamos dizer assim, integrada, de passos, de procedimentos e enfim, eu acho que nesse livro... Nessa visão gráfica, penso que está sim a minha proposta de metodologia que deve, vamos dizer assim, ancorar o trabalho científico.

**Mas quanto ao processo dessa proposta, como é que ela foi maturando, que autores foram importantes, como é que se deu isso?**

Olha, sabe que essa é a minha tese de doutorado, mas a minha tese de doutorado, e aí eu realmente vou dizer assim: teve... eu não acho que seja uma descontinuidade exatamente, porque o meu trabalho de mestrado foi *O rádio dos pobres*, com pesquisa empírica, de fazer com método, sem dúvida alguma que a referência é Florestan Fernandes; dele era absolutamente

a questão do nível interpretativo, não apenas descritivo, o que é a observação; aquilo ali realmente está na minha formação. E fazer um trabalho de recepção de rádio, e a recepção tem essa questão propriamente do popular, não é? Nessa pesquisa exatamente eu fui recortar qual era a mensagem popular de rádio, tal como hoje eu falo da mensagem da telenovela. É a mesma coisa pra mim, é o mesmo, é o mesmo público, é aquela interação, se trata de um texto popular. A cultura popular era a temática que eu queria trabalhar em televisão, desde o mestrado. Porém, fui convencida pela professora Ruth Cardoso, que foi minha professora, a mudar de mídia, ela dizia que não podia ir para a televisão sem passar antes pelo rádio se queria mesmo trabalhar a questão popular massiva (depois chamado popular massivo) deveria começar pelo rádio.

Então, qual era a minha questão aí? Eu fiz uma pesquisa e novamente eu me maravilhei muito com as estratégias metodológicas. A questão que para mim nunca foi formal, nunca eu levei isso para o lado formal, pelo contrário. Eu





Então no meu doutorado, eu pensei em fazer  
uma análise interna das teses e  
dissertações no Brasil sobre cultura popular.

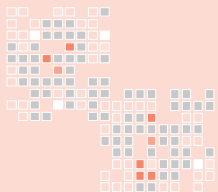
penso que a vida e o entusiasmo, vamos dizer assim, que uma pesquisa traz é exatamente isso, que não se fala. Mas o como aquilo se fala, e esse *como* pra mim tem a ver com a estratégia metodológica do autor, o que ele resolveu fazer, isto, aquilo sempre me encantou desde o início, ainda me encanta. Então no meu doutorado, eu pensei em fazer uma análise interna das teses e dissertações no Brasil sobre cultura popular. Ora, mas evidentemente que isso era um momento que eu não tinha condições nem de ter uma tese da PUC São Paulo, imagina pensar em alguma coisa que tinha sido defendida na Bahia ou lá no Nordeste. Quer dizer, ao recortar eu acabei ficando com um *corpus* que era apenas da ECA, e esse eu já vinha trabalhando, inclusive na Intercom, fazendo aquele trabalho de levantamento de teses e dissertações, para saber para onde estava indo a pesquisa. Então tudo, vamos dizer assim, no fundo estava se integrando, nesses meus interesses. Mas eu quero dizer que então para o doutorado eu fiz uma análise metodológica e acho que foram umas 24 ou 25 teses e

dissertações, o *corpus* era 24 ou 25 pesquisas defendidas. Mas aí depois começou realmente um problema muito sério de exposição, de método de exposição, e, à medida que foi andando, acabou concluindo. Não apresentei as 24 teses desconstruídas, mas o método que eu tinha inventado, quero dizer, que eu tinha armado para a leitura das pesquisas, que era um método de leitura, de desconstrução. Então, aí é que está a origem dessa proposta. Tanto que quem lê todos os capítulos desse livro acho que é o terceiro, me parece, ou o quarto, faz referência ao que era a disciplina de *Metodologia da Pesquisa* no Programa de Pós-Graduação. E foi exatamente através disso que eu pude fazer o levantamento das teses, enfim, sempre com esse objetivo de qualificar a pesquisa não é, e que me levou a isso. Portanto, ao invés de apresentar as desconstruções, eu apresentei na tese de doutorado o método de leitura dessas teses.

**Na FFLCH (Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Sociais da USP) ainda na Maria Antônia, você concluiu a graduação num ano**

**significativo, em 1968. De que maneira, o ethos acadêmico/científico da FFLCH favoreceu a formação da pesquisadora focada em problemas epistemológicos concretos da produção de pesquisa?**

Tudo a ver, tudo a ver. Não só exatamente o símbolo do ano 1968, tem a ver alguma coisa em nível internacional de uma rebeldia, de rebeldia de estudantes etc. E que, eu tive um tipo de formação que eu fiz em quatro anos, certinho, com notas, nunca repeti. Quando eu tinha algumade final de curso que ficava em volta da nota sete pra mim era uma desgraça. Porque eu entrei em 3º lugar no curso de Ciências Sociais e eu venho, portanto, a minha trajetória anterior não era, eu não fiz um cursinho daqueles que se esperava etc., dos bons preparos. Então, aquilo foi uma vitória, sou a primeira pessoa dentro da minha família que conseguiu ir para Ensino Superior... E, portanto, eu levei não apenas a sério, aquilo realmente me marcou muito, profundamente. Quando a gente fala de formação universitária, é claro que eu estava embevecida por fazer



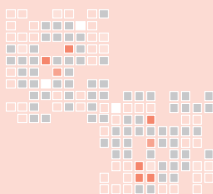
Quer dizer, o que o planejamento podia fazer para o país?  
Então era isso aí mesmo, eu queria ser uma socióloga trabalhando  
em planejamento, para o desenvolvimento.

Ciências Sociais porque era o curso que então era mais procurado, e era daquela coisa de formar um sociólogo para a mudança do país.

Eu nunca pensei em dar aula, a minha opção foi a sociologia, porque você tinha muitas optativas e tinha, por exemplo, sociologia da cultura, uma linha que ia mais para antropologia, e eu escolhi a sociologia mais dura, que era a *sociologia do desenvolvimento*. Falava-se muito de desenvolvimento, a SUDENE com o Celso Furtado, que era o grande ídolo. Quer dizer, o que o planejamento podia fazer para o país? Então era isso aí mesmo, eu queria ser uma socióloga trabalhando em planejamento, para o desenvolvimento. Orientei-me então para isso, é claro que era a cadeira do Florestan. Você veja, os discípulos que ele tinha formado eram o Octavio Ianni, o Fernando Henrique, o José de Souza Martins, o Luiz Pereira. Inclusive como questão de educação, da periferia, Então, era Maria Alice Foracchi, quer dizer, era todo um conjunto. E o Florestan teve isso, teve esse mérito, ele colocou cada um deles a trabalhar

o planejamento; outro, o desenvolvimento; outra, a educação, outra... Então era uma coisa, outra, a cidade; outra, a urbanização; outra, a formação da classe operária, que era ABC, etc. E, inclusive, disputadíssima porque eles trabalhavam, é um Centro de Estudos de Sociologia Industrial do Trabalho, CESIT, que ficava fora inclusive da FFLCH, fora da Maria Antônia, lá era uma casa onde então era uma espécie de CEBRAP, tá certo? Era coisa do CEBRAP, onde recebia dinheiro vindo de editais para fazer pesquisas empíricas. Então, era assim: não queremos receber nada, a gente só queria fazer parte do projeto pra aplicar, para trabalhar, etc. E foi numa dessas também que eu trabalhei, inclusive em pesquisa de campo, com a Ruth Cardoso. E o que tem isso a ver com o ethos? O ethos era a mudança e que através do resultado de um estudo você podia colocar em andamento a mudança. Então o estudo era a formação, depois eu acabei indo para a docência e não propriamente para o trabalho na sociologia, em Secretarias de Estado, nos

Ministérios, exatamente, claro que era para políticas públicas. Assunto de políticas de Ministérios e, portanto, políticas de governo, e... ah sim, é importante explicitar, a minha formação é marxista. Quer dizer, esse é outro componente. Quer dizer, era mesmo, hoje acho que está havendo produções do próprio Gianotti, novamente a questão da dialética, era uma orientação fundada no marxismo. Então toda essa discussão era de base marxista, foi uma coisa que eu nunca perdi, a base era marxista, mas era aberta a diálogos, e diálogos críticos etc. O problema no fundo era: como você, a partir de um trabalho que era sobre os *Parceiros do Rio Bonito*, fazia uma análise marxista dos *Parceiros do Rio Bonito* com tudo aquilo que não ia para o marxismo no sentido de uma infraestrutura, mas para o cotidiano, como o Antonio Cândido colocava nos *Parceiros do Rio Bonito*. Como é que entra a superestrutura? Como é que você vai trabalhar com autores que não são marxistas? Quer dizer, a grande coisa era essa, era a grande discussão sempre que podia, e



Era preciso interpretar, se apropriar, partir de. E aí você vai continuando, não só dando vida a essa categoria, que, sem dúvida alguma, tem que andar, não é?

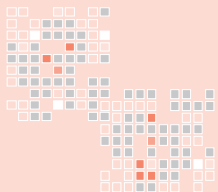
até hoje quando alguém, apesar de dizer que as narrativas caíram e, enfim, você faz uma reunião de autores onde está tudo, você acha que eles podem estar juntos, muitas vezes por causa disso que a coisa emperra, porque não dá, não dá, não dá pra colocá-los juntos. Então, no fundo, era um pouco isso. Não era para você cair, como eu digo, no democratismo teórico-metodológico ou epistemológico. A questão da percepção do outro, das outras correntes, mas a partir de um lugar de onde você olha e não, para você colocar uma colcha de retalhos, qualquer um, não. Ele é do momento ou ele está chamando atenção para uma coisa que não se chama, entende? Era preciso interpretar, se apropriar, partir de. E aí você vai continuando, não só dando vida a essa categoria, que, sem dúvida alguma, tem que andar, não é? Se não cai em uma ortodoxia, em uma doutrina, não é? Chama-me muito a atenção até hoje: “Ai, eu não leio tal autor porque ele é pós-moderno”. Mas o que é isso? Pelo contrário, porque ele se diz alguém do pós-moderno eu

quero saber o que é que ele está falando, não é? Então, é um pouco esta questão da, vamos dizer assim, de marcar distância de uma filiação ortodoxa ou cega, isso já vinha dessa formação e olha que era muito complicado, mas vinha desses professores com os quais eu me formei, e que me levaram a perceber muitas coisas. Mas a questão é basicamente essa, foi um ethos de *mudança*.

**Eu fico muito surpreso ao você dizer que não queria dar aula, pois você é reconhecida como professora muito inspiradora, muito vibrante. Eu pergunto o que tem a ver a FFLCH com isso, teve algum professor que foi uma influência, que lhe abriu essa ideia de ser também uma formadora de outros pesquisadores?**

Olha, nesse sentido eu acho que não, porque até dessa possibilidade de dar aula eu tinha medo! Quer dizer, eles me colocavam aquela questão, porque um pouco dessa coisa do pedestal, que você um pouco mistifica, aquela pessoa que estava lá na frente e misturava inteligência, perspicácia, admi-

ração, porque todos eles eram autores. Eles eram professores, mas eles tinham livros, certo? Eles indicavam e a gente ia ler e “baah, mas como isto? Aquilo?” Quer dizer, era uma época acho que de ouro e depois disso eu tenho a impressão que isso tudo, digamos assim, decaiu. Esqueci-me de falar do Gabriel Cohn, mas o Gabriel Cohn estava começando a dar aula. Ele foi meu professor, ele era auxiliar, mas o Gabriel esteve ali na minha trajetória, ele me introduziu na Comunicação, que depois se der a gente pode falar. Mas voltando aí, foi uma questão olha absolutamente assim de necessidade de trabalhar. Então, eu estava atrás de trabalho, e é claro que eu estava vendo, mas nunca tinha dado aula na vida. Porque em escola particular, evidentemente, o secundário é flexível, não era um dia inteiro de trabalho e ainda é assim, as Ciências Sociais trabalham vespertino e noturno, eu não queria sair do vespertino, entende? Então, se eu fosse trabalhar tendo oito horas, isso daí tinha que mudar. Tanto que eu fiz o concurso para um banco, quer dizer, um



Mas eu gostava porque realmente  
os alunos não eram de classe média, nem eram  
de classe alta, era baixa classe média.

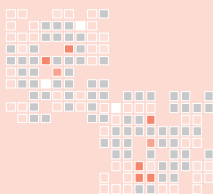
concurso, uma entrevista e tal, e tinha deixado alguma coisa assim como um currículo em algumas escolas. A questão parece de destino (risos), chegaram dois pedidos: “venha dar aula, gostamos do seu currículo etc.”, se eu podia dar aula de História, de Estudos Sociais ou de Sociologia e outro “venha para o Banco”. E no fim de semana eu tive que escolher. E aí o quê que foi? O que pesou aí de fato foi isso, foi a importância do curso, e como é que o trabalho podia ser conciliado ou não com o curso em primeiro lugar, e foi isso. Então eu fui assim para docência não assim pelo sentido, sabe? Pelo contrário, você não se imagina para dar aula, eu ficava dez dias preparando, entendeu? Para dizer o como das coisas e tudo, e depois chegava lá e ninguém entendia nada. Quer dizer, imagina que eu comecei dando aula e fiz muita coisa e gostei muito, quer dizer, era aquela coisa, escola particular, mas era uma história de comércio, escola de contabilidade, onde quem estudava lá tinha mais idade do que eu. E eu chegando lá com um discurso marxista, eu fui mandada

embora, mas com um discurso crítico, entendeu? Querendo fazer cineclube. Fim de semana, vamos passar isso, isso e isso. Porque eu achava maravilhoso, vamos assistir o *Rocco e seus irmãos*, vamos assistir *Os Companheiros*, e eles vinham. E aí eu tive um colega, o Sílvio, que fizemos o curso de Ciências Sociais juntos, ele era um apaixonado disso então, íamos lá os dois para quem viesse, sábado à tarde etc. Era uma vitória, porque alguém que estava lá para ser contador, entendeu? E sem desprezar. Mas eu gostava porque realmente os alunos não eram de classe média, nem eram de classe alta, era baixa classe média, entendeu? Isso foi uma coisa que também depois eu fui dando aula, dei aula no vocacional, mas era o vocacional noturno, onde eles só, vocacional noturno aqui do Brooklin era feito só para alunos que trabalhavam durante o dia. E tanto que eles, a única refeição que eles faziam era à noite no colégio vocacional e o jantar, o jantar era uma atividade pedagógica, todos os professores tinham que jantar com os alunos. Esse foi outra experiência, com os

vocacionais. E eu tive a oportunidade também de fazer um concurso, passar, e fui...

**E é nesse momento que você se descobre docente?**

Pois é, parece que foi um processo. Aí eu comecei a ver que gostava, me empenhava muito, achava também que tinha uma missão, sempre aquela coisa, aquela missão, porque era época de ditadura, sabe? Tudo levava ao fechamento do conhecimento, uma redução exatamente da inteligência, da coisa que tem que ser pelo contrário. Quer dizer, enquanto você está estudando, quer abrir e não fechar, era um ambiente realmente de muita vigilância e de muita pressão. Mas eu me vi, com o tempo, gostando daquilo que eu fazia, até depois eu fiz um concurso pra me tornar professora efetiva no Estado, para não ficar dando aula em escola particular. Todo mundo que fazia Ciências Sociais dizia “ah, vamos fazer concurso público, porque pelo menos aí a gente tem emprego garantido, não podemos ser mandados embora”, porque a gente tinha um conjunto de pes-



Então a questão da família migrante eu senti,  
 porque eu vim muito pequena, e eu  
 não senti muito essa diferença cultural.

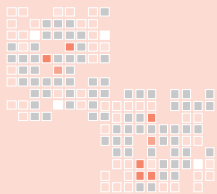
soas que viviam sendo demitidas, por motivos ideológicos.

**Você falou já de Os companheiros, Rocco e seus irmãos, isso tem muito a ver com a sua condição de migrante, e como é que foi o contexto da vida numa cidade como São Paulo, com uma miscigenação cultural intensa, nesses anos 1950, esses processos vitais familiares, políticos, emotivos. Como isso participou na sua estruturação como uma investigadora?**

Bom, primeiro eu tive a grande força dada pelo meu pai que ele queria que a filha estudasse até a faculdade. E mostrei que podia fazer isso me tornando bolsista, eu consegui a bolsa da escola na qual estudava e aí eu não pagava e também inclusive recebia os livros. Era uma bolsa boa, assim levei tanto o Ginásio como o Colegial. Eu fiz Secretariado, onde depois eu fui dar aula, voltei a dar aula. Então a questão da família migrante eu senti, porque eu vim muito pequena, e eu não senti muito essa diferença cultural, como os meus irmãos que já estavam mais velhos na Itália e que tiveram que come-

çar a fazer aqui, foi uma continuidade. Eu já comecei, eu acredito que eu já comecei até realfabetizada. Eu fui, eu era já alfabetizada, mas eu fui realfabetizada no grupo escolar e entrei inclusive com menos idade do que se podia entrar, exatamente porque eu estava mais avançada. Então, essa parte, vamos dizer assim, foi extremamente harmoniosa, tranquila, dentro da minha família, no sentido do apoio que eu tinha para estar me formando. Mas logo depois, quando eu falei que eu precisava trabalhar, entende? Foi quando eu terminei o Secundário, então eu precisava participar do orçamento da família, das entradas da família. E aí a coisa interessante, falando em termos de cultura, nesse momento, inclusive pra mim, era um momento de aculturação, onde, vamos dizer assim, o passado que eu tinha na Itália não só era pequeno, como também não tinha muita importância. Era mais aquilo que eu estava fazendo no momento, conquistando uma meta. É que na comunidade lauritana, que tem origem na cidade de Laurito, na Bela Vista, eu fui uma pessoa,

uma criança, que logo despertou admiração, sabe por quê? Porque eu tinha perdido o sotaque italiano. Uma coisa interessante, não é? Quer dizer que como eu falava português perfeitamente, você nem parece ser italiana, era coisa de admiração, porque no fundo isso era um indicador não só que eu estava sendo aceita, como eu também estava entrando nas coisas, eu estava me adaptando, e era tudo que esses italianos queriam, através do trabalho, encontrar um lugar onde eles pudessem ser aceitos, eles pudessem não ter obstáculos, não pudesse ter preconceitos, e então eu percebia isto não é? Agora, a questão da minha italianidade eu acho que veio ao longo do tempo, quanto mais brasileira eu me tornava, tanto mais vinha a questão de eu ser italiana. O fato, por exemplo, de não ter parado de falar italiano, e o italiano um dialeto, que era o dialeto da minha região. Continuei falando italiano sem ir pra escola nem nada, mas porque eu queria, eu lia revistas, lia jornais que tinha em casa, que eram jornais e revistas italianos. Ou seja,



Como que não precisava ser esquecida uma coisa,  
colocada de lado, para assumir outra, mas que podia conviver e,  
pelo contrário, até enriquecer uma com a outra.

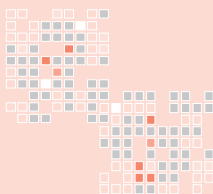
dessa questão, então, aí eu comecei a ter recursos intelectuais para pensar essa interculturalidade, entendeu? Como que não precisava ser esquecida uma coisa, colocada de lado, para assumir outra, mas que podia conviver e, pelo contrário, até enriquecer uma com a outra. Então, aí eu penso que a questão da sociologia me ajudou demais. As coisas que eu mais ouvi são exatamente a questão do cardécismo e umbanda, você podia ver que eram duas religiões, e o que eu mais gostava era dos estudos sobre as cidades norte-americanas, um pouquinho naquela linha da Escola de Chicago, entendeu? Do homem marginal que era aquele que trabalhavam Thomas e Znaniecki, das cartas de poloneses, para os seus familiares nos Estados Unidos. Esses eram livros que me marcaram demais em termos de formação, mas havia um porquê, que ainda não percebia bem, não é? Mas era dessa questão exatamente do confronto sempre de duas culturas, de realidades, de famílias, de duas... A minha família próxima: pai, mãe e irmã, já... Meu pai já tinha vindo antes,

então quer dizer, já foi aquela coisa de algo que faltou na minha infância, meu pai não estava presente, mas eu tive casos dentro da minha família dramáticos, e mesmo de se saber que alguém migrava e depois esquecia a família que estava lá. Constituíam aqui uma outra família, ou seja, desaparecia, a relação. Então eram tragédias, que eu acompanhei inclusive, em parentes, impressionante, o quê que fez a imigração italiana, em termos das famílias, em termos dos deslocamentos, de tragédias mesmo, tragédias familiares.

**Como entrou a Comunicação na sua vida? Foi o campo acadêmico? As concepções filosóficas? As práticas sociais? A produção midiática brasileira? Que encruzilhadas, circunstâncias e decisões tornaram possíveis a sua opção pela comunicação?**

Eu acho que duas coisas vão se misturar muito, é uma visão que agora eu tenho e como eu sentia aquilo ali. Então, isso foi bom, de ter vindo à ECA (*Escola de Comunicações e Artes*) USP que, apesar de ter muitos elitismos em certos

setores, realmente aqui dizendo assim, que hoje eu diria: eu fui formada pelo cinema norte-americano, os meus primeiros ídolos, certo? Foram ídolos, foram atores, atrizes, do cinema norte-americano. Eu tinha muitos álbuns de figurinhas dos atores e atrizes, de como se faz com os jogadores, e coisa assim. Mas isso daí eu neguei muito tempo porque como marxista (risos) eu convivía, mas era alguma coisa, uma contradição enorme porque ao mesmo tempo que eu descobria Visconti, Antonioni, o japonês, o... Kurosawa, quer dizer, tudo, quer dizer (risos) e, ao mesmo tempo, eu gostava dessas coisas de Hollywood, entendeu? Mas era algo assim que eu sabia que tinha em mim, isso depois continuou com a televisão. E o que era a televisão dentro da casa de paulistanos, de *status*... O pessoal entrava aquilo ali, com os filmes, com as séries norte-americanas que..., portanto, quando eu digo na minha cabeça dessa coisa da cultura eu entendo perfeitamente como o estilo de vida norte-americano, essa ideologia, passava através desses... Mas eu



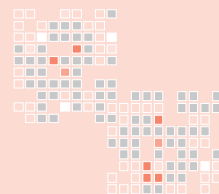
Mas então acho que as minhas aulas deviam ser doutrinações a respeito de como os seriados, como os filmes, como os jornais e revistas alienavam.

sabia fazer a crítica, mas eu gostava (risos). E até assumir isso, que gostava, foi muito tempo. Mas aí como é que entrou o Gabriel. O Gabriel Cohn foi meu professor de Sociologia da Comunicação, que se tornou dentro daquele conjunto de disciplinas que eu fazia algo importante. No programa entrava a Sociologia da Comunicação de Massa que era compreendida através de Adorno, da Escola de Frankfurt, crítica à cultura de massa, à sociedade de massa. Então eu fui apresentada a uma bibliografia que era crítica à cultura de massa, ou seja, Frankfurt puro, e achei assim maravilhoso porque aí na... dando aula, imagina que eu mandava dizer, eu tinha *E o vento levou*, você vê que até é uma clássica, mas vamos dizer hoje, não vai ver um 007. Nunca. Vamos ver *Rocco e seus irmãos*. Ou seja, era essa coisa do cinema de arte, do cinema crítico. Mas então acho que as minhas aulas deviam ser doutrinações a respeito de como os seriados, como os filmes, como os jornais e revistas alienavam. Essas minhas aulas eram concorridíssimas, da crítica

da comunicação. “Professora, nós nunca tínhamos pensado...”; “Mas pensem, pensem...”; quer dizer, fetichismo (risos), pois é, isso era muito sério naquela época, era uma coisa importante. Eu devo dizer que essa questão minha não estava resolvida, mas foi a partir dos estudos na ECA que estruturei meu ponto de vista. Como se voltar para fazer um trabalho sobre o Sílvio Santos para dizer que ele era a lata do lixo da televisão brasileira, eu não ia me voltar pra isso se eu achasse que era a lata do lixo, entende? Que era o lixo. Aí que a coisa começou, que tem um pouco a ver com uma reflexão do Jesús Martín-Barbero, dizendo exatamente que quando você resiste ou desqualifica determinados produtos não são eles que você está desqualificando, ou que você está criticando. Você está, digamos assim, dizendo que eles não valem nada, mas inclui aqueles que gostam desses produtos. Ou seja, aí está a coisa absolutamente que é do preconceito de classe contra os produtos populares. Agora não estamos falando de qualidade, porque quando você entra nessa

coisa, que também é supercomplicada abordar hoje. Eu estou trabalhando o que é qualidade na ficção televisiva? O que é qualidade? Mas o que eu quero dizer é que fico com o despeito para esses programas, e não era daquele sentido simplesmente de fora, aquilo ali era alienação pura, aquilo ali era a morte do espírito, qualquer coisa do tipo.

E, portanto, penso que eu fiz bem, porque eu estava fazendo um trabalho de estudo, de pesquisa, e que eu tinha que ter sempre um respeito com relação ao objeto e aí eu comecei, e aí já então a coisa era descobrir os latino-americanos, descobri, evidentemente, Jesús Martín-Barbero, mas toda uma linha que vinha pela análise da cultura popular e que, claro, era de Birmingham, e como lá no fundamento do Birmingham, dos fundadores de Birmingham, eram marxistas. Mas isso eu já tinha nesse trabalho de mestrado, que então foi mesmo sobre rádio, comunicação de massa, ideologia, marginalidade, social, tinha a palavra ideologia, que eu trabalhava, mas trabalhava através de Verón



## Eu acho que os primeiros autores latino-americanos que eu li foram sociólogos, que depois eu também não abandonei.

e, portanto, era alguma coisa que eu gostei de ter feito, esse tipo de trabalho, porque eu consegui mesclar várias coisas. Então, era de um lado uma coisa tão forte teoricamente, mas por outro lado, entrar na casa das pessoas para ouvir, como que elas ouviam rádio. Então eu tive que entrar com essa coisa do popular, do que era propriamente o popular, o popular vivido, o popular sentido, ou seja, o próprio cotidiano que do que pouco se falava, só se pensava em estrutura. Mas um aspecto que também até hoje, depois com o avançar dos processos disse que cotidiano sem estrutura não é nada e estrutura sem cotidiano também, entendeu? Tinha que dar conta dessas duas coisas: das construções de uma estrutura, de uma organização social e, da vida que é vivida, e é inventada, e é criada, e que tem valor, e que modifica as coisas. Então, esse foi a questão da comunicação foi meio assim.

E, agora, como é que eu vim chegar na ECA é outra coisa, porque a minha coisa era, estou falando do mestrado, que já é na ECA, e essa coisa de quando eu

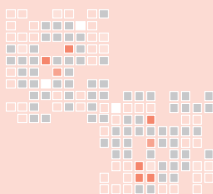
dava aula de Sociologia sempre colocava a questão da opinião pública, a questão dos meios de comunicação na ditadura, era todo esse enfoque, vamos dizer assim, Frankfurtiano que me foi apresentado pelo Gabriel Cohn.

**Você acabou de falar dos autores latino-americanos, e é uma introdutora deles na pesquisa em Comunicação no Brasil. Como se configurou sua paixão pela América Latina, seus teóricos e pensadores? Que significados têm essa Nossa América para seu pensamento?**

É, eu penso que isso daí realmente foi... Quem observa essa atenção minha pela América Latina. Eu acho que os primeiros autores latino-americanos que eu li foram sociólogos, que depois eu também não abandonei. No meu mestrado, apesar de estar na comunicação, eu usei Aníbal Quijano, usei José Nun, um é argentino, e o outro peruano. Eu tive uma disciplina chamada Sociologia da América Latina com o Ianni, e ele era uma pessoa que trazia muita literatura latino-americana

na sociologia, então, como que começou aí. Claro, era o momento, olhar para a América Latina era diferente de olhar pro Brasil, entendeu? Os mesmos problemas de periferia, de colônia, ter sofrido colonialismo, ou seja, é uma questão ideológica, é uma questão política, é uma questão propriamente latino-americana.

Mas eu não tinha descoberto ainda bem, quando eu fiz o meu mestrado, autores de comunicação, tanto que você pode ver eles são muito mais sociólogos... O grande autor latino-americano que eu usei no mestrado foi o Eliseo Verón. Aquele Verón que estava na Argentina e que era estruturalista, tanto na linguística, quanto como cientista social. Então aí misturava com Lévi-Strauss, que foi muito útil pra trabalhar o discurso, todo esse aporte dele, que muito contemporaneamente estava sendo introduzido no Brasil pelo próprio Gabriel Cohn. Mas quem o usou foi Sergio Miceli, no livro dele *A noite da madrinha*, ele vai dizer que vai usá-lo porque ele não entendia muito o que era televisão, a linguagem de





Os trabalhos do Armand Mattelart e aqui mesmo essa linha, se a gente observar aí a Intercom, isso da comunicação alternativa, isso é extremamente importante.

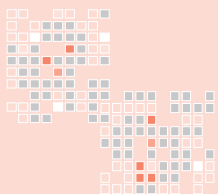
televisão, por isso usou o modelo de análise do Verón. Inclusive, Verón era um crítico da sociologia brasileira porque só via infra-estrutura, marcava muito essa coisa que, enfim, eram conflitos de escolas; mas, que marxismo é esse, que ele criticava, o chamado ortodoxo? Verón envolvia outras problemáticas e, portanto, eu gostei daí eu comecei a analisar, estudei muito Verón, li muito Verón e tal. Uma coisa interessante é que nessa época, quando eu estava terminando o curso de Ciências Sociais, o Ianni disse “faça um estágio no exterior. Se você quiser eu penso que você podia fazer alguma coisa na América Latina”. Com o Quijano, que tinha estudo do desenvolvimento, ou então na Itália, ele não sabia que eu era italiana, “fazer um estudo sobre Gramsci lá que é fundamental” (risos). E Gramsci eu não tinha, não entrou na minha dissertação de mestrado, eram outros referentes, nos autores marxistas. Depois foi através da apropriação de Gramsci para estudar as culturas populares. Foi nos estudos mesmo que eu comecei, mas sem dúvida

alguma eu acho que no fundo é essa minha disposição, que é uma disposição de vida, de posição política, de existência, de vida e de existência, com o popular, porque eu me considero dessa classe, do intelectual urbano, como tem tanta gente, não vai negar, e fazendo essa reflexão, como eu fiz, que você começou falando, eu fiz um memorial. De onde eu venho, como foi toda essa coisa, etc. Então, a questão dos latino-americanos foi muito mediada, mas aí eu descobri, nesse momento, que era na América Latina, por exemplo, havia a experiência do Allende, é onde está a questão. Os trabalhos do Armand Mattelart e aqui mesmo essa linha, se a gente observar aí a Intercom- Sociedade de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, isso da comunicação alternativa, isso é extremamente importante. Aí entra a Intercom que, de fato, por chamar essas pessoas para concretamente estar aqui em congressos ou em seminários, foi importantíssima a entrada desses autores que nunca ninguém aqui tinha convidado, os mexicanos, a gente convidou o Jorge Gonzá-

lez nessa época, estou falando já de anos 1980, o Raúl Fuentes, o Guillermo Orozco. Jesús Martín-Barbero já vinha da Colômbia, porque aí já havia a ALAIC- Asociación latinoamericana de Investigadores de la Comunicación e aí então a coisa ficou, em termos de relações, aquilo que você lia foi solidificado por amizade, pelo afeto mesmo que a gente desenvolveu entre nós. Antes de falar “olha, antes de pesquisador, é meu amigo”, entendeu? E, portanto, vamos dizer assim, entre o mestrado e o doutorado tem toda essa descoberta, propriamente dos estudos culturais e dos estudos de cultura latino-americanos e, portanto, aquilo que eu passei a me interessar, pesquisar e ensinar.

**Você fala em afeto, é obviamente interessante que esse afeto vai dar energia a todos à pesquisa, a criar infraestrutura para as trocas desse diálogo e você teve um papel muito importante nisso, e como você vê o atual momento de diálogo nosso com a América Latina e outros países?**

Olha, eu vejo sempre com muito



Então o meu trajeto foi entrar pela FFLCH e chegar na ECA,  
onde eu encontrei o meu lugar, onde eu encontrei  
as coisas que eu queria pesquisar.

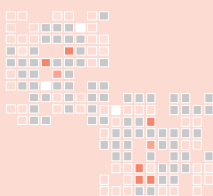
entusiasmo, no sentido de impulsionar essas pontes, quer dizer, que elas não podem parar. A área e os nossos estudos são de uma zona da periferia, quando você está ali, trabalhando e querendo desenvolver mais, as trocas com essas pessoas, com esses estudos, são fortalecedoras. Não que eu queira segregar, pelo contrário, mas você trabalha com eles e também com os ingleses, franceses, alemães e tudo mais, para colocar ao mesmo tempo, como fazer? Esses aí eles devem entrar para uma questão dos nossos interesses, para a nossa realidade, sempre essa apropriação? Aí eu voto sempre, Octavio Ianni e Florestan Fernandes, para dizer: para quem você está trabalhando? Onde e para quem você está trabalhando? Para quem você está estudando? Então eu acho que a gente se encontrou nisso de querer fazer pesquisas para a própria região, mas isso daí é algo que tem que ser renovado, ou trabalhado permanentemente, porque senão... Eu continuo, de fato, pensando como representante para oferecer bolsas. Sejam sanduíche, ou seja de qualquer

estágio, de pós-doutorado ou outros. Você pensa a América Latina tanto quanto tem que pensar, então para isso já é outra área, são outras coisas. Isso me diz bem, assim um pouco, e aí a gente vai continuar sempre falando o quê é que é hegemônico? O que não é hegemônico? Porque penso que é uma linha bastante forte, mas que não é hegemônica essa linha pelos estudos latino-americanos. Você pode falar, quando se fala de recepção todo mundo reconhece, a percepção dos estudos latino-americanos, mas é muito pouco. A todos os outros setores da área devia ser colocada essa importância da América Latina, situando-a muito mais no nosso horizonte, e isso depende de questões institucionais que você faz isso hoje, que está um ambiente muito propício para isso com convênios institucionais. Quem tem convênio aqui com a Universidade Nacional da Colômbia? Quem tem aqui com a Universidade de Guadalajara? Quem tem com a Sorbonne? Quem tem com Lion, entendeu? A coisa não vai naturalmente porque aí você percebe... Eu acho que a

ECA-USP é muito privilegiada nisso e aí a gente tem que dizer, o José Marques de Melo, a Intercom. Coloca-se aquilo que vai passar, refletir sobre a questão dos nossos objetos e também das referências, dos teóricos, e que para mim ainda são sempre poucos em relação ao que podia ser, mas...

**Já que você falou da ECA, em termos institucionais a ECA-USP, em especial seu PPG em Comunicação, tem sido o berço, a casa e o campus da sua produção de pesquisa. Como qualificá-lo em termos do seu processo de transformação em uma pesquisadora de referência internacional?**

Bom, quando eu entrei em Ciências Sociais, aliás, eu entrei na PUC também, que era paga, mas vim para USP não só por isso, mas porque o que todo mundo queria era entrar na USP, como hoje. Quer dizer, a Universidade já era pública e já era referência. Então o meu trajeto foi entrar pela FFLCH e chegar na ECA, onde eu encontrei o meu lugar, onde eu encontrei as coisas que eu queria pesquisar e isso foi, vamos dizer assim, uma

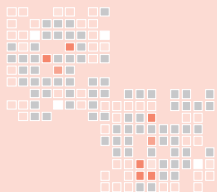


Eu me preocupava muito com aquilo que eu dava, tanto para aqueles alunos de Contabilidade quanto para quem estava fazendo Cinema, ou estavam fazendo Relações Públicas.

definição, uma escolha que realmente... Aquilo que alguém pode dizer assim: olha, seus princípios, entendeu, é dessa linha, vamos dizer assim, que eu vou, não que tenha sido nada fácil, não, mas eu fiz uma carreira aqui dentro, uma carreira de acadêmica. Logo que eu entrei - e era muito difícil -, eu logo ambicionava o regime de dedicação exclusiva, alguns anos eu tive dando aula aqui, aula em faculdade particular e mais ainda, aula aqui havia professor voluntário, quer dizer, sem ter vínculo trabalhista com a USP. Era de professor voluntário porque era permitido, era o professor assistente, mas você dava o curso inteiro e por muito tempo porque era a maneira de você estar dentro para depois, havendo um concurso, havendo necessidade de contratação. Então, aí a questão do departamento de Comunicações e Artes, quer dizer, na minha formação sempre me considerei, e todos me consideravam, que eu não era da Comunicação, como se dizia, porque ser da Comunicação era você ter feito Jornalismo, ter feito Relações Públicas, Publicidade. Mas eu tinha feito Ciências

Sociais e isso pesou bastante por muito tempo, no sentido que era alguém que vinha de fora e que não sabia da prática das coisas, do mercado. Mas isso não era apenas eu, mas também da maior parte dos colegas do CCA, e começou aquela história aqui dentro sobre o CCA em relação aos demais departamentos. Você sabe que até hoje eu acho isso interessantíssimo, mas foi uma época histórica; não sei, as pessoas que viveram com intensidade, um modelo que você estruturou, apesar de dizer “aqui foi berço”, mas eu acho que teve pessoas que sentiram muito essa dualidade teoria-prática e que até saíram daqui levando essa marca, porque a realidade da ECA era essa dicotomia; quer dizer, havia os departamentos profissionalizantes e havia o departamento dos conhecimentos básicos e gerais que era o CCA. Neste último você tinha gente de Letras, gente da História, gente da Antropologia, gente da Sociologia, que era para dar aquelas disciplinas do “tronco comum”. E isso aí eu não sei como é que está hoje, porque o mundo mostrou que essa dualidade, ou essa

dicotomia, se não tinha nada a ver na época hoje muito menos. Mas há uma história aqui de departamentalização, e até por causa disto eu insisti muito em conhecer as outras realidades acadêmicas, entendeu? Eu me preocupava muito com aquilo que eu dava, tanto para aqueles alunos de Contabilidade quanto para quem estava fazendo Cinema, ou estavam fazendo Relações Públicas. Como é que eu podia fazer entender que, aquilo que eu estava falando, era importante, fazia sentido para eles. Isso depois nas pesquisas sobre os estudantes egressos da ECA ficou claríssimo, que depois que saíam, os alunos tinham lembranças boas e os pontos positivos sobre os professores do CCA. Professores que tinham o cuidado da formação básica, mas isso é uma coisa complicada aqui nesta escola, continua sendo. Mas na Pós-Graduação comecei um trabalho que, sabe, eu fui primeiro representante discente na Pós-Graduação, comecei assim, e eu já era auxiliar, mas era representante discente, mas eu acho que foi um pouco essa história. Fiz carreira, eu acho que é uma carreira normal



Quer dizer, integração que eu quero dizer não é  
uniformidade, mas esse trabalho coletivo,  
de fazer um trabalho em equipe.

de alguém que se volta para fazer aquilo muito bem e coisas que eu acreditava. Eu acho que é aí, quando você começou a falar dizendo assim “não, mas como professora você entusiasma”. Meu entusiasmo vem, não vou falar “verdade”, mas por aquilo que eu acredito mesmo, das críticas e das coisas, mas nunca dizer que a verdade esteja comigo. Não, não é absolutamente! É assim como eu sinto, não posso expressar de outra maneira. Então porque a pesquisa se tornou realmente uma coisa muito importante na minha vida, eu não podia me ver fazendo alguma outra coisa e aí a coisa foi andando, participar de congressos, como é natural, que você vai, leva as comunicações, as produções já começam a circular e acho que tem sido isso.

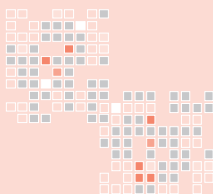
**Na pesquisa, ter participado de vários projetos integrados de pesquisa de caráter multimetodológico tem sido uma expressão importante na sua trajetória. Que conjunto de significados poderia dar a essa experiência?**

Bom, primeiro, de ter formado tanta gente boa que está por aí

(risos). Eu acho que isso é fundamental, porque entrar alguém assim, às vezes até no mestrado, às vezes até no doutorado, que nunca tinha trabalhado com metodologia e saía com tanto gosto que se torna professor de metodologia. Isso foi algo assim dos herdeiros, como dizia o Bourdieu. E essa formação de pessoas teve realmente na minha trajetória. Eu vinha fazendo trabalho de recepção quando houve uma oportunidade, também que foi uma oportunidade criada pelas circunstâncias, que depois disso vou atrás querendo reproduzi-la, mas não dá muito bem porque foi uma conjunção de fatores que eu, em respeito ao projeto chamado *Projeto*, coordenado pela Maria Aparecida Baccega, aqui, dentro deste departamento, fazer um trabalho com telenovela, que já havia o núcleo, e então, naquele projeto havia um grupo interdisciplinar com os meus orientandos, os orientandos também das outras professoras doutoras, e temos tido uma experiência de pesquisa realmente muito reveladora, uma aprendizagem para todas, uma troca, não tinha quem

mandava, era tudo uma grande descoberta pelo prazer de estar fazendo aquilo.

Até quem entrou como bolsista, fazendo alguma coisa, não esqueceu até hoje. Mas de tudo, realmente, eu acho que ali também me encontrei em termos da importância de se fazer um trabalho integrado, um trabalho coletivo. Eu já tinha isso, quer dizer, também por ter sido diretora da Intercom, trabalhei numa coisa institucional por comunidade, pela comunidade acadêmica. Isso também na pesquisa e hoje, cada vez mais, os grupos de pesquisa estão aí, na sua grande efervescência e que precisam, portanto, de ter toda uma atividade interna, uma integração teórica, metodológica. Quer dizer, integração que eu quero dizer não é uniformidade, mas esse trabalho coletivo, de fazer um trabalho em equipe. Já deu muito certo naquela época, que a partir daquilo deu muitos resultados, muitos desdobramentos, tanto profissionais, como teóricos, como metodológicos, com as pessoas que ali estavam e até hoje estão. Aí, com este trabalho, eu descobri



Eu percebi que aqui no Brasil, isso foi no começo dos anos 2000, que dava pra fazer uma coisa internacional, que era mais interessante.

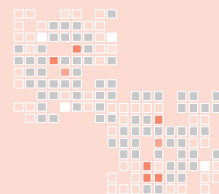
a telenovela porque eu ainda não tinha mexido com esse produto, só trabalhos de recepção, de modo geral, pensar teoricamente recepção, mediações etc., mas aí eu cheguei na telenovela e quando hoje eu falo que eu tenho duas grandes áreas de interesse, que é a epistemologia e a telenovela, as pessoas, não sei se, primeiro, elas me entenderam direito – epistemologia e telenovela, o quê que tem a ver? –, mas elas ficam admiradas porque “como é que pode?”. Primeiro eu digo que eu não tenho um só objeto de pesquisa e de fato essa coisa que continua, essa grande entusiasmo e interesse pela pesquisa, e o outro com esse objeto popular que é a telenovela, esse produto cultural que é a telenovela.

**Interessante, porque daí você já chega a outro ponto de interesse nosso, nessa trajetória da telenovela que é o OBITEL. Você tem estado bastante voltada a ele, atuante nesse núcleo de pesquisa que é uma experiência singular de articulação na América e Europa, com pesquisadores. Quais os significados dessa atuação em termos**

**da sua maturidade investigativa?**

Importantíssimo. Primeiro porque isto começou até com um desafio feito pelo próprio Jesús Martín-Barbero de fazer uma convocação, e ele fez mesmo essa convocação, de se estudar a telenovela na América Latina como fazendo dela um objeto que melhor expressava a nossa história, a nossa identidade, o nosso modo de ser como está em *Dos meios às mediações* e esse chamamento, que também nós fizemos, esse trabalho de *Vivendo com a telenovela* e tinha desdobramentos, mas aí eu resolvi e como foi isso, também por esses contatos internacionais eu descobri o Observatório da Ficção Televisiva na Europa. Então, meu pós-doutorado foi sobre isso, de ver como é que era essa metodologia, essa logística, e como é que trabalhando exatamente com aqueles produtos televisivos narrativos, de histórias narradas na televisão. E, a ideia era fazer um observatório e aí a coisa era importante que era que continuasse em grupo, só que num outro patamar, não era apenas um grupo, era grupo de

grupos, mas eu queria fazer um observatório nacional, um observatório brasileiro, mas não deu, naquele momento eu percebi que a coisa veio muito mais porque também isso que eu vi lá na Europa, porque havia observatório nacional na Itália, conduzida pela professora Milly Buonanno que fazia sobre a ficção italiana e ela também dirigia o *Euro Fiction*, que era um observatório europeu com cinco países da Europa que se interessavam por esse tipo de produção, para inclusive fazer frente, muito semelhante ao nosso problema, à produção norte-americana na Europa. Então havia um trabalho, inclusive, financiado pela agência de audiovisual europeia, mas nada que eu quisesse dar esse sentido. Eu percebi que aqui no Brasil, isso foi no começo dos anos 2000, que dava pra fazer uma coisa internacional, que era mais interessante. Aí eu comecei a pensar nessas pessoas que estavam em diversos países que podiam ser reunidas e aí foi a origem do OBITEL, que foi em 2005 que ele foi efetivamente fundado e com ele um trabalho assim de meto-



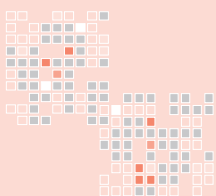
E, de fato, em 2009, a gente já saiu com o primeiro livro, fruto da reunião de equipes de investigadores nacionais que estão em diversas universidades do país.

dologia fundamental. Por isso que eu falei, o que é um observatório? Para mim um observatório é um programa metodológico, de como, envolvendo a logística e tudo aquilo que hoje em dia poder ser feito por internet, pode ser feito por plataformas, mas fundamentalmente, quer dizer, como ter um protocolo com o que a gente vai fazer, como observar dados primários e secundários e não era mais estudo de caso. Isso tinha uma coisa assim, não vamos além muito daquela coisa dos estudos de casos e programas e coisas muito de como estavam os estudos culturais ingleses, não é? Então vamos para rua, vamos trabalhar com estatística, trabalhar com macrotendências e daí começou a dar certo. Inclusive, pelas pessoas, por entenderem também a importância, aí que fica porque para todo mundo, cada vez mais é a descoberta da importância que tem essas narrativas em todos esses países. A telenovela é um formato, a gente vai falar de série, minissérie, os tais dos episódios dos capítulos, mas é essa presença constante de uma produção na-

cional e aí, é que no andar disso, isso foi em 2005, mas 2007 eu já estava pensando em retomar a ideia de um grupo nacional, por isso chamar de OBITEL, OBITEL Nacional ou OBITEL Brasil. E, de fato, em 2009, a gente já saiu com o primeiro livro, fruto da reunião de equipes de investigadores nacionais que estão em diversas universidades do país. E, inclusive, neste ano de 2012 estão entrando mais dois e está integrando o Peru no OBITEL, quer dizer, fazendo esse trabalho realmente bem sucedido. Isso é uma realização porque em tanto tempo, nós fizemos sete anos o OBITEL Nacional e produzimos cinco anuários, quer dizer, a partir do momento que a gente começou a gente tem uma coisa fantástica. E, dentro disso, tem outra questão fundamental que é dos apoios pra fazer um projeto como esse. Primeiro, apoios são os das agências de fomento, isso andou muito, porque as agências de fomento fazerem, apostarem em pesquisa com telenovela foi uma conquista e isso daqui a gente sabe muito bem que teve todo o trabalho de pesquisa

de telenovela de 1992. Outro dia nós estávamos aqui fazendo exatamente, está fazendo 20 anos e a gente rememorou num evento que a gente teve aqui na Escola. Estiveram o professor José Marques de Melo, que foi o criador, e também a professora Maria Aparecida Baccega, que também foi coordenadora deste núcleo, e... Eu quero dizer o que, a parceria com o Ibope e a parceria com a Globo Universidade – o GU, que é uma divisão da TV Globo, e que realmente entenderam, tanto um como o outro, porque a gente não tem dinheiro, nem coisa assim, de dar apoio às publicações. Isso se dá pelos dados que o Ibope dá, mas também nós com o trabalho de monitoramento, que vai além desses dados do Ibope, mas eu acho que isso é fundamental para gente trabalhar. A gente recebe com muita importância a todos esses países que têm um instituto de pesquisa de audiência e o Ibope está na maior parte deles.

Em toda a América Latina o Ibope está presente. É a nossa grande empresa de pesquisa multinacional. Portanto, não é apenas



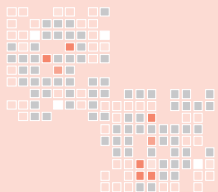
Penso que tem a ver com isso, quanto mais você vive, tanto mais você tem consciência da sua fragilidade, e coloca as coisas mais nos seus devidos lugares.

Nielsen, nos EUA e em Portugal e Espanha. E o GU de ter entendido a importância deste trabalho, apoiando as publicações e também os seminários, onde a gente faz a divulgação do anuário. Quer dizer, foi a cooperação público e privado, ou seja, universidade e mercado, universidade e empresa. Eu acho que este projeto também mostra como que isso pode ser. Uma participação conjunta com respeito, admiração, porque não se trata de jogar, pelo contrário, é verificar o valor que tem essa narrativa que está ganhando prêmios da cultura brasileira. Esses anuários estão cada vez mais sendo lidos por profissionais, então a gente não esquece nesses seminários e eu vou ver desde atores e também os profissionais mesmo os que trabalham hoje com programas de *transmídia*. Acompanha-se também as redes sociais e as suas narrativas. Então tudo isso, hoje é recepção. Nota-se o que era aquela coisa que começou de rádio e que vem agora até a recepção *transmídia*.

**Embora você seja reconhecida principalmente como pesquisadora, já fez muitas outras coisas, entre elas coordenações de entidades acadêmicas, a atuação em comissões universitárias ou em prol da área da Comunicação em agências de fomento. Além disso, você tem uma vida pessoal que exige tarefas. É possível dizer que um aspecto crucial de sua espiritualidade é a força? Comente esse aspecto, aparentemente, marcante da sua personalidade.**

Bom, eu acho que isso tem a ver com os caminhos da minha vida, aquela coisa de uma vida que é resistência de um indivíduo, de uma pessoa específica, e que não se repete. Portanto, é o viver dessa pessoa, de todos esses planos, vamos dizer assim, de ser mulher, professora, pesquisadora, de ser mãe, de ser esposa e, enfim, metida em 1001 coisas. O que eu posso dizer, falando assim genericamente, é maturidade. Penso que tem a ver com isso, quanto mais você vive, tanto mais você tem consciência da sua fragilidade, e coloca as coisas mais nos seus devidos lugares, ou que as coisas não são

tão assim. Quer dizer, a questão da humildade, mas eu acho que coisas assim da vida pessoal, de ter se projetado no fazer profissional. Então, eu me senti, ao longo da vida, mas também tem a ver, sem dúvida alguma, com a minha vida pessoal. Mas assim é com todos os problemas, questões ocorridas, mas eu acho que também uma maneira das coisas que eu fui pesquisando, que eu podia dizer assim, me tornar mais humana, e nessa coisa... esses trabalhos também muito coletivos de precisar muito das pessoas, sentir a necessidade das pessoas e também de aumentar mais o grau de entrega. Eu acho que sim, eu me senti mais compreensiva, eu já fui muito mais, e acho que isso também em termos até, vamos dizer assim, cognitivos, em termos de cabeça mesmo. Em termos de comportamentos, mais dura, muito mais longe das pessoas, afastada, tentando manter distância, isso eu acho que ao longo da minha vida, essas barreiras, essas coisas foram caindo. Foi mesmo por aprender, como a gente diz, um processo de aprender na vida, mas eu me sinto



Continuo achando que é fundamental conhecer  
a história da pesquisa em comunicação, seja no Brasil,  
ou de um modo geral das escolas.

sim. Às vezes eu fico pensando, em termos, eu ainda sou temida, ainda, “ai que medo” (risos), quer dizer achando que todo mundo já, perdeu medo do vigor da Immacolata, ou da maneira rígida, dura. Mas, ao contrário, eu acho que eu não mostrava muito essa faceta de afetuosa, carinhosa mesmo, assim, com funcionário eu sempre fui. Então, eu me sinto realmente sim, mais humana, mais espiritualizada, eu acho isso muito bom, sabe? Porque senão você entra numa coisa muito árida de você trabalhar muito com a razão, trabalhar muito com coisas, enfim, racionais. Quer dizer, você pode ir mais por esse ângulo da subjetividade, eu acho que hoje até proponho que essa subjetividade do pesquisador, da pessoa, que ela venha, seja tratada, mas é que ela deve ter um lugar.

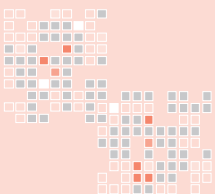
**Eu acho que isso daí tem a ver com a próxima questão: “Liberdade e determinismo, é a eterna batalha que se manifesta ao longo de todo o processo de pesquisa”. Essa é uma frase sua, que você diz no seu memorial. Atualmente, a pesquisa em Comunicação precisa do que mais, de cada uma dessas**

**noções (a liberdade, o determinismo?). Em outras palavras, para as pesquisadoras e pesquisadores reconstruírem a pesquisa em Comunicação no Brasil e na América Latina, o que assinalaria como essencial para fortalecer e qualificar os seus trabalhos?**

Pois é, porque quando eu falo aí de determinismo seria muito mais a questão da história propriamente. Continuo achando que é fundamental conhecer a história da pesquisa em comunicação, seja no Brasil, ou de um modo geral das escolas, daquilo que marcou, daquilo que influenciou, aquilo propriamente diz a “história do campo”. O que é que nós somos? Faz parte dessa atividade, mesmo eu não tendo vivido, mas estão aí. Em toda ciência há a questão da tradição, a questão do que veio antes porque senão não teria chegado a... Então, eu acho que a consciência disso não vem da comunicação, nem da pesquisa, mas do que se vive hoje, a contemporaneidade, é muito a valorização do presente, o que está emergindo tem muito pouca importância em relação ao que vem junto com isso, tanto que muita coisa é dada

como nova quando não é. Eu fico entre essas coisas de achar que nunca, quer dizer, pelo menos na minha vida, na minha trajetória, um cenário como o de hoje que dá muita margem para a criatividade, para a imaginação, para você captar certas coisas, nunca o trabalho da percepção, dos *insights* que você tem, nunca como hoje têm sido tão importantes.

Aí por causa desse ritmo alucinante, das mudanças da vida, do tempo e do espaço, como a gente diz. E da efemeridade das coisas, mas tomar um pouco de cuidado com isso em ciência, porque às vezes a gente acha que pode ser traduzido imediatamente para o campo científico. Eu gosto de falar propriamente sobre esse assunto e a coisa da permanência que entra e não é harmoniosa, é conflito mesmo. Inclusive contradições com o novo, com o risco que surge, com outros modos de ver, de trabalhar etc. E isso, sem dúvida alguma, é fascinante. Eu realmente não entro nessa assim, numa... seduzida pelo canto da sereia em todos os lugares, não é nem uma só. Mas então, um trabalho qualificado, como você disse, deve dar





Porque é aquela coisa muito da fascinação,  
por algo que não pode ser mantido dessa maneira.

importância às duas coisas. Eu acho que é exatamente, porque sabe da história, você trabalha certos autores que são de referência é que você pode se projetar, colocar para frente, é isso que eu estou falando, quer dizer, a liberdade no sentido de não apenas reproduzir, mas você vai dar aquilo, que você pode chamar, que é a inovação, a contribuição, mas eu acho essas realmente precisam ser mudadas, que teoricamente são bonitas de falar mas, assim na prática, no dia-a-dia de um trabalho é muito conflituoso. Já para você, imagina trabalhar também em grupo e você pode então imaginar como é que pode se trabalhar assim um pouco, olha, cautela com isto, olha, vai lá procurar, olha... Porque é aquela coisa muito da fascinação, por algo que não pode ser mantido dessa maneira. Então é isso, um pouco o conservadorismo, ao mesmo tempo, você está na coisa mais, saber mais, olha, o que é que tem isso, tem aquilo, eu tenho muito pouco tempo, eu queria ter muito mais tempo para estudar, mas é fácil, eu fico baixando coisas e coisas tudo para ler, arquivos para ler, você não imagina (risos).

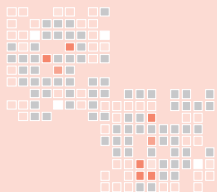
**Então, dentre esses arquivos, dentre também os projetos relevantes de pesquisa que você fez, o que destacaria na sua visão epistemológica desse seu momento atual de reflexão? Em outras palavras, nas suas pastinhas está escrito o quê?**

Uma que é *webmétodos* (risos). Não, mas dessa coisa assim é interessante, vou te dizer um pouco o nome delas: uma é *epistemologia*, das coisas que eu amarro, assim, desde coisas que eu, por exemplo, estava lendo agora uma coisa, que eu tive de parar, porque era uma coisa muito interessante a respeito do Bourdieu, *Por uma crítica da ciência da comunicação*. Então, um francês lá fazendo uma leitura muito interessante, todas essas provocações desses autores que me interessam. Mas então, uma pastinha é *epistemologia*, outra é *webmétodos*, outra é América Latina – interessante isso, essa pergunta foi bem interessante mesmo – aí entram aquelas coisas assim mais específicas que são *narrativas televisivas*, *transmídia*, e eu tenho uma de *estudos de recepção*, e várias outras coisas mais: CAPES, CNPq, PPGCOM, essas coisas são

todas as pastas, mas depois tem subpastas, e, claro, muita coisa de OBITEL, mas assim, em termos realmente de temáticas tem assim: uma é *epistemologia*, eu tenho outra que é orientandos (as orientações, aulas)...

**E dentro de epistemologia, o que você tem, o que você considera importante discutir hoje no campo da comunicação?**

Ah, então vamos fazer uma outra entrevista. Olha, um pouco o último trabalho assim mais recente que eu escrevi sobre isso era uma coisa que tem a ver como sempre da epistemologia que você leva para o trabalho de campo, mas continuam aqueles pontos importantes da reflexão sobre a sua relação com o objeto e que isto nos aproxima das outras ciências, quer dizer, que objetos são esses e o que é o sujeito, aí vem aquela questão da discussão muito do sujeito, da relação que ele tem com o objeto e, portanto, como é que se coloca a questão da objetividade, depois aí entram as coisas dos métodos etc. E a outra coisa que me chama muito a atenção é que a gente tem que focar, sem dúvida



E, ao colocar que há um ponto de vista comunicacional, você pode encontrar em qualquer coisa, porque esta vai ser a questão da interdisciplinaridade.

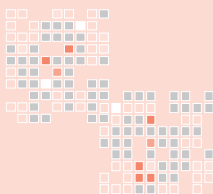
alguma, a questão da transdisciplinaridade, que não pode ficar um conceito vazio. Todo mundo trabalha isso hoje na ciência, mas eu acho que a comunicação é uma dessas ciências que nasce transdisciplinar. Enquanto que para os outros o assunto é “vamos fazer um programa interdisciplinar ou transdisciplinar”. Mas quando você fala de uma natureza mesmo, daquela delimitação, e que a gente achava que era negativo, que era um déficit nós sermos a encruzilhada. Eu acho que hoje não, pelo contrário, essa encruzilhada é que eu acho que germinam aí coisas, eu considero a comunicação realmente um laboratório e, portanto, nessa questão, por exemplo, da dispersão dos objetos, olha você sabe que para mim, eu resolvi isso. E, ao colocar que há um ponto de vista comunicacional, você pode encontrar em qualquer coisa, porque esta vai ser a questão da interdisciplinaridade. Você pode colocar um ponto de vista numa coisa que é história, imediatamente você vai ter que fazer a mescla, a fusão, com conhecimentos que estão aí e, não apenas de reprodução, mas eu

quero dizer que não é apenas o diálogo com a história, por exemplo, aí, mas é que tem muita coisa que pode te abrir, daqui a pouco ter até uma nova lógica, uma nova problemática. Pode ser que nessa coisa assim de repente, depende muito do projeto, mas eu acho que é exatamente essa possibilidade de fazer a coisa, os caminhos transversais e que não é qualquer um que possa, mas é muito difícil você no âmbito das ciências, ela tem andado, hein, tem andado, das chamadas ciências disciplinares, mas eu não sei se ainda hoje pode-se falar de ciência disciplinar, em todas elas, em qualquer instância que você está ela já, de alguma maneira, está trabalhando com coisas de outra frente, seja com método, seja com... Então, eu acho que a História da Ciência tem que ser colocada, cada vez mais eu acho que o Bourdieu me ajudou muito quando falou que a epistemologia não é uma coisa relativa apenas ao conhecimento, mas ao contexto que faz esse conhecimento, que a sociologia da ciência ou do conhecimento é, vamos dizer assim, não é apenas um recurso, mas é inato você falar

da epistemologia, entendeu? Então por isso aí você abre pra história, você abre para outras coisas que você tem aí andando, não é? Então eu acho que essa questão do interno, do externo, como eu coloco, quer dizer, essa relação das coisas do tempo lógico, de um rigor, da função de uma hipótese etc. Com o tempo histórico da ciência. Isso ainda continua me ajudando muito a pensar e talvez por isso que eu continue insistindo e fundamentando as questões das narrativas ficcionais da televisão.

**O campo de pesquisa em comunicação no Brasil tem em Immacolata Lopes uma batalhadora sistemática e incansável pelo seu fortalecimento, qualificação e renovação. Que aspectos têm sido mais gratificantes nessa caminhada? O que você faria de outros modos?**

Ah, é muito difícil, o quê que eu faria de outros modos... Olha, é tão prazeroso, quer dizer, eu tive muitos problemas na vida, de todas as ordens, coisas assim que realmente eu tenho que aprender a tirar seiva de alguma coisa para fortalecer ou fertilizar outra, quer



Eu acho que seria isso, me ver através do que eu publiquei porque o que eu não publiquei fica na vontade.

dizer, eu me vejo numa batalha permanente, mas pensar de ter feito de outra maneira... Eu acho que não, eu penso que é mais me afirmar no que eu sou hoje e, afirmar o que eu sou hoje, é dar importância a todo esse trajeto. Eu posso, evidentemente, não quer dizer que a Immacolata não tenha feito erros, alguma coisa que tenha me desviado nada, eu podia na hora achar que era um desvio, mas sabe, com o tempo você vai achando que as coisas se encaixaram.

**Então vou colocar de outro modo: como você definiria esse percurso, o que você sente sobre o que você construiu?**

Primeiro, o percurso que você está falando é o percurso intelectual?

**Sim, intelectual.**

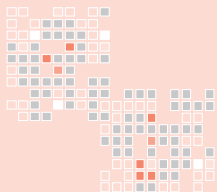
Sim, eu acho que eu consegui dar uma identidade, fazer um nome, uma autoria. Há algumas propostas que são principalmente de ordem teórica e metodológica. Eu acho que seria isso, me ver através do que eu publiquei porque o que eu não publiquei fica na vontade, como, por exem-

plo, de dar mais importância às questões... Esse livro de pesquisa eu queria fazer o segundo, o terceiro etc. Talvez quando eu me aposente eu tenha mais tempo de continuar fazendo trabalhos, mas que atualmente eu estou muito tomada pelo OBITEL e apostando nisso. Então eu acho que essa trajetória é uma trajetória que, claro, vendo-a, como sempre a gente fala, é um olhar de uma coisa passada e aparar as arestas, dando muito sentido a coisas que podem não ter sentido, quer dizer, uma tendência a fazer uma coisa como se fosse algo que se completasse etc. Mas talvez seja como eu me sinto hoje, no momento em que eu estou que um pouco desse, mas o entusiasmo eu não perdi, eu acho que essa é uma coisa que faz parte do temperamento também, e a partir de um momento eu acho que eu aprendi a extravasar, alguma coisa que eu sempre gostei do que eu estava fazendo, mesmo quando dizendo assim: olha, está muito difícil, tentar fazer alguma coisa, eu tentei fazer outras coisas, mas eu voltei a retomar porque era o quê? Basicamente era

de dar aula, ser docente e estudar e pesquisar.

**A última pergunta, só mais uma, falamos de livros publicados, de pesquisas, mas e os livros lidos? Você poderia citar duas, três obras que marcaram a sua trajetória como pesquisadora de uma maneira firme?**

Dois ou três... O primeiro é *Fundamentos empíricos da explicação sociológica*, aqui você vai encontrar muito no trabalho do Florestan Fernandes, e aquilo é uma coisa muito particular, mas é um clássico para mim, quer dizer, da formação de pesquisadora etc. E outro é *O ofício de sociólogo*, do Bourdieu. E o outro é *Dos meios às mediações*, do Jesús Martín-Barbero. Indo mais para os clássicos, de fato, eu colocaria, sem dúvida alguma, o Gramsci, em termos de trabalhos que eu fui recortando. Penso que está bem, acho que é bom colocar alguma coisa de um italiano, aí (risos), filósofo, que eu me identifico profundamente, tanto em termos de obra quanto em termos de vida, até que a gente saiu da mesma região.





■ **Entre cultura(s) e cibercultur@(s) – incursões e outras rotas não lineares, Jorge A. González, 266 p., 2012**

As transformações e readequações constantes trazem uma série de ajustes e tensões nas formas de ver o mundo e a vida das sociedades. Essas mudanças se constituem em processos de permanência, de transformação e de aparição de inovações que têm sido tradicionalmente o objeto de estudo da cultura. As mudanças tecnológicas fazem parte desse processo.

A comunicação opera nessa dinâmica não apenas como troca de informação ou geração de negociações de sentido, mas como uma capacidade para a coordenação de ações mediadas. Este volume é mais uma das contribuições do conjunto de obras autor para o avanço da pesquisa científica e ao mesmo tempo em que está metido na investigação, está também refletindo sobre a mesma e trabalhando para a construção de uma nova cultura de investigação.

EDITORA: UNIVERSIDADE METODISTA DE SÃO PAULO, SÃO BERNARDO DO CAMPO



■ **EL MEDIO MEDIADO. Una mirada crítica al discurso mediático, Fernando Checa Montúfar, 401 p., 2011**

Es una guía para reconstruir el discurso mediático con un espíritu crítico, como un trabajo de mediación entre los contenidos de los medios y las audiencias, y como una contribución a la formación de ciudadanos para que exijan una mejor oferta mediática. Para este propósito, el autor presenta una serie de artículos e investigaciones que plantean una mirada crítica, no estigmatizadora, propositiva, pedagógica e independiente de los poderes políticos, económicos, empresariales, de los anunciantes y, en general, de todos los actores que se mueven alrededor del mundo de la información.

EDITORA: CIESPAL



■ **OBITEL 2012 : TRANSNACIONALIZAÇÃO DA FICÇÃO TELEVISIVA NOS PAÍSES IBERO-AMERICANOS, Maria Immacolata Vassallo de Lopes, Guillermo Orozco Gómez (coord), 583 p., 2012.**

O Anuário Obitel 2012 constitui o sexto de uma série iniciada em 2007, e reflete o amadurecimento de uma metodologia que combina o estudo de base quantitativa com a análise contextual da ficção televisiva, sua transmediação em outras telas e as dinâmicas socioculturais que estão presentes nos contextos de cada um dos países participantes.

O Obitel optou para este Anuário 2012 por eleger como tema do ano “a transnacionalização da ficção televisiva” com o objetivo de realizar um mapeamento das características dos

fluxos transnacionais entre e para fora dos 11 países participantes. Foram analisadas três instâncias em que impacta ou incide o transnacional: a indústria, os conteúdos e os fluxos e audiências.

EDITORA: SULINA, PORTO ALEGRE



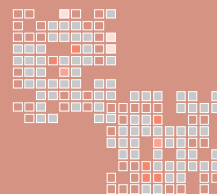
■ **70 ANOS DE RADIOJORNALISMO NO BRASIL – 1941-2011, Sonia Virgínia Moreira (org), 384 p., 2011**

Onipresentes, sempre retumbantes e perturbadoramente instantâneas, as notícias ouvidas do rádio ajudaram a mudar o imaginário do povo brasileiro numa dimensão difícil de medir, mas provavelmente subdimensionada, como tudo mais que se refere ao impacto desse meio, até hoje tão mágico quanto invisível.

Em 1991, foi criado o Grupo de Pesquisa em Rádio na Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação (Intercom), fundado pela organizadora desta obra e uma de suas coautoras. Este volume recupera e atualiza boa parte da memória desses vinte anos de estudos, com textos de uma amostra

altamente representativa dos autores, de sucessivas gerações de especialistas, que têm feito essa outra bela história investigando, refletindo e escrevendo sobre a primeira.

EDITORA: UERJ, RIO DE JANEIRO





■ **JORGE FERNÁNDEZ: Artífice del pensamiento comunicacional latinoamericano, José Marques de Melo (org), 278 p., 2012**

Este libro se concibió para conmemorar el centenario del nacimiento de Jorge Fernández, considerado como el protagonista de los estudios de comunicación en América Latina, para rescatar y construir memoria sobre este importante escritor y periodista ecuatoriano, fundador y primer director del CIESPAL. Es una recopilación de las principales aportaciones de Jorge Fernández en tres grandes ejes temáticos: pensamiento sociopolítico, pensamiento periodístico y pensamiento mediático.

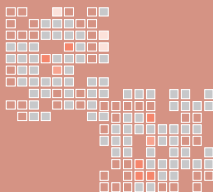
EDITORIA: CIESPAL



■ **LA TRANSICIÓN A LA TELEVISIÓN DIGITAL TERRESTRE EN IBEROAMÉRICA: diagnóstico y prospectiva, Varios autores, 242 p., 2011**

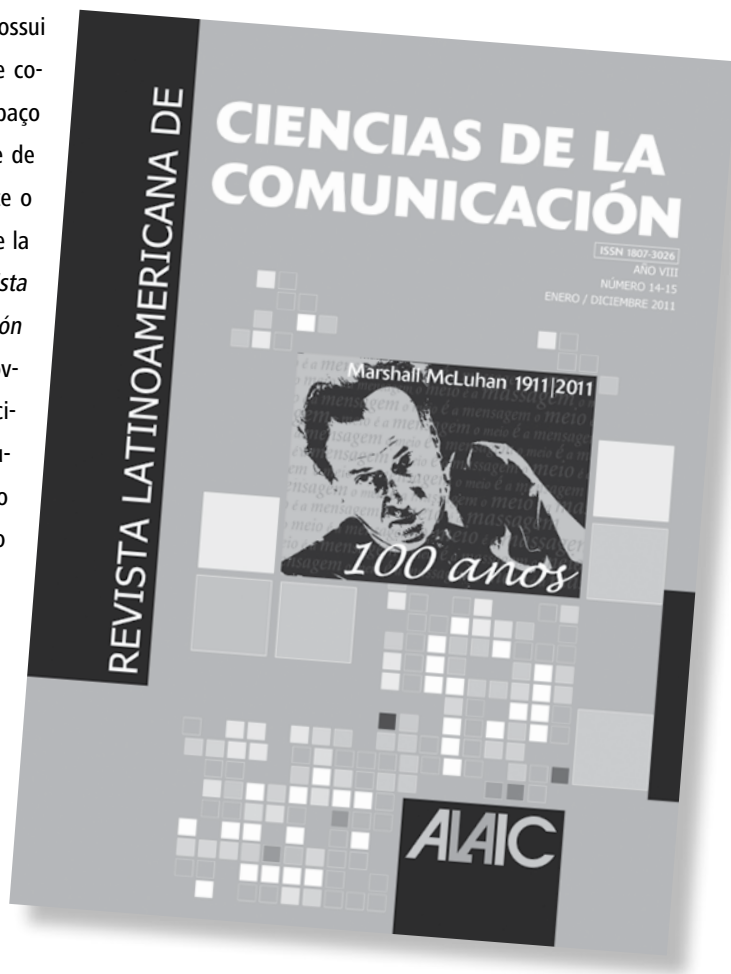
Contiene las experiencias vividas por diferentes países, tanto de Europa como de América Latina, en su proceso de traspaso de la televisión analógica a la digital; el papel jugado por los diferentes Estados, sus órganos regulatorios, la incidencia de las grandes transnacionales televisivas, los intereses económicos de las empresas y países dueños de la nueva tecnología para vender su formato a los países. Además, actualiza temas de fondo como el pluralismo, los derechos de acceso, la estructura y equilibrios del mercado, las nuevas formas de consumo o la política de estandarización tecnológica.

EDITORIA: CIESPAL



# 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.



## PROGRAMA DE ESTUDOS PÓS-GRADUADOS EM COMUNICAÇÃO E SEMIÓTICA DA PUC-SP – 42 ANOS DEDICADOS A PESQUISAS INTERDISCIPLINARES SOBRE COMUNICAÇÃO, CULTURA E TECNOLOGIA\*

PROGRAMA DE ESTUDIOS DE POST-GRADUADOS DE LA COMUNICACIÓN Y LA SEMIÓTICA DE LA PUC-SP - 42 AÑOS DEDICADOS A LA INVESTIGACIÓN INTERDISCIPLINARIO DE COMUNICACIÓN, CULTURA Y TECNOLOGÍA

POSTGRADUATE STUDIES PROGRAM IN COMMUNICATION AND SEMIOTICS OF PUC-SP – 42 YEARS DEDICATED TO INTERDISCIPLINARY RESEARCH ABOUT COMMUNICATION, CULTURE AND TECHNOLOGY

### Eugênio Trivinho

Coordenador do biênio 2011-2013 do Programa de Estudos Pós-Graduados em Comunicação e Semiótica da Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PEPGCOS/PUC-SP), Coordenador Geral do CENCIB - Centro Interdisciplinar de Pesquisas em Comunicação e Cibercultura nessa instituição e Pesquisador do CNPq - Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico, em cujo Diretório de Grupos de Pesquisa o CENCIB/PUC-SP está cadastrado. Doutor em Ciências da Comunicação pela Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo (ECA/USP), é Assessor ad hoc do CNPq, da CAPES - Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior e da FAPESP - Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de São Paulo. Coordenador do PEPGCOS/PUC-SP no biênio 2011-2013 e Vice-Coordenador no período de 2005 a 2009.

\* Os elementos estruturais do presente texto, destinado à apresentação do PEPGCOS/PUC-SP, foram fixados, de modo *sine qua non*, em parceria com os Prof(as). Dr(as). Ana Claudia de Oliveira, Helena Katz, Lucrécia D'Alessio Ferrara, José Luiz Aidar Prado, Amalio Pinheiro, membros(as) do Colegiado do PEPGCOS/PUC-SP e da respectiva Comissão Data CAPES. Para todos os efeitos, esses(as) pesquisadores(as) permanecem como co-autores(as) do artigo, ressalvados os equívocos e aspectos falíveis porventura existentes, de responsabilidade exclusiva do sistematizador que assina a autoria.



## 1. Nota introdutória

Criado em 1970 e credenciado pelo Parecer CFE 383/73, o Programa de Estudos Pós-Graduados em Comunicação e Semiótica da Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PEPGCOS/PUC-SP; [www.pucsp.br/pos/cos](http://www.pucsp.br/pos/cos)) é um dos mais antigos na área de Comunicação no Brasil. Sua inserção institucional, social e científica se identifica com a própria história dessa área de conhecimento, ao nível tanto da Pós-Graduação, quanto da Graduação, da Especialização e da Extensão. Ao longo de seus 42 anos de atuação diversificada e consistente em prol da ciência e da cultura desenvolvidas no país, o Programa granjeou posição consolidada seja como centro de produção e renovação do conhecimento, seja como formador de recursos humanos e profissionais qualificados para a pesquisa e para a carreira docente (impacto educacional), para a sociedade civil (impacto social), para o desenvolvimento cultural e artístico e/ou para a formulação de políticas culturais e de acesso à cultura e às artes em geral (impacto cultural) e para a disseminação, aperfeiçoamento e/ou renovação de saberes técnicos (impacto tecnológico). Tal lastro permitiu ao Programa exercer contributiva e contínua influência em vários campos de atuação teórico-epistemológica e metodológica nas áreas das Ciências Humanas e Ciências Sociais Aplicadas. Titulados pelo Programa, em nível de Doutorado e Mestrado, têm colaborado, desde sempre, para nuclear, desenvolver e/ou aperfeiçoar Programas de Pós-Graduação (*stricto sensu*, novos ou em consolidação), cursos de Graduação e de Especialização e/ou Grupos de Pesquisa na área de Comunicação e afins, bem como órgãos de Estado e empresas privadas, em nível nacional, estadual ou local.

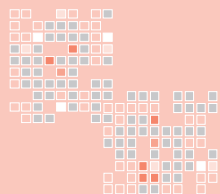
## 2. Objeto e objetivos do PEPGCOS/PUC-SP

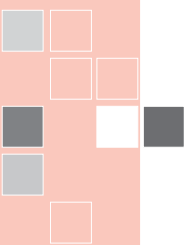
O objeto precípua do PEPGCOS/PUC-SP são os processos comunicacionais que se realizam através de mediações codificadas, tecnológicas ou não, e que estabelecem dinâmicas culturais, seja em âmbito individual, seja no universo coletivo ou massificado. Na extensão variada desses processos, a Comunicação encontra na Semiótica um indispensável arcabouço teórico e metodológico de interpretação científica.

Os objetivos fundamentais do Programa convergem para o fomento permanente de condições acadêmicas de excelência voltadas para (1) o desenvolvimento de práticas de ensino, orientação e pesquisa, nos níveis de Mestrado e Doutorado, no âmbito do mencionado objeto de estudo; (2) a formação de quadros qualificados para o desempenho de funções intelectuais em Instituições de Ensino Superior e afins; e (3) a contribuição, no âmbito da pesquisa científica, para a estruturação progressiva e consolidação da área de Comunicação, em apoio institucional ao desenvolvimento educacional, científico e tecnológico do país.

## 3. Metas programáticas, estratégias de evolução e tendências

Desde pelo menos o início da década passada, o PEPGCOS/PUC-SP reforçou a sua política de autoavaliação de desempenho para o Corpo Docente, seja no âmbito da própria





PUC-SP, seja no contexto das associações científicas, das agências de fomento, dos eventos e periódicos nacionais e estrangeiros da área, com especial atenção aos intercâmbios internacionais de cooperação científica. Essa avaliação interna tem se nutrido de autocrítica produtiva, encarada pelo Colegiado como adequado instrumento de desenvolvimento coletivo.

Tendo em vista o bom desempenho alcançado nos triênios 2007-2009, que culminou com o seu reposicionamento no nível 5 do Sistema Nacional de Pós-Graduação (SNPG), o Programa prosseguiu assentando efeitos de excelência na titulação de Mestres e Doutores, na produção intelectual docente e discente e em sua avaliação (compatível com os parâmetros estabelecidos na área), e na colaboração para o desenvolvimento de associações científicas, entre outros fatores. Em cumprimento à meta estabelecida nos últimos triênios, o Programa mantém as necessárias preocupações em relação:

- (a) ao estabelecimento de intercâmbios de cooperação científica e cultural e demais formas de parceria institucional com Universidades e Centros de Pesquisa brasileiros e estrangeiros;
- (b) à obtenção, junto a agências de fomento e/ou instituições afins, de recursos para o desenvolvimento de Projetos de Pesquisas individuais e/ou dos Grupos de Pesquisa;
- (c) ao incremento da produção científica anual média do Corpo Docente, visando não somente ao parâmetro mínimo de duas publicações por docente no período, mas sobretudo à qualidade dos resultados, em compatibilidade com a atuação científica da área de Comunicação no panorama das demais áreas, no âmbito das Ciências Sociais Aplicadas;
- (d) ao incremento da produção intelectual discente, a fim de que os alunos se vejam em ambiente propício para desenvolver, debater e publicar trabalhos em correspondência ao estágio de suas pesquisas e de sua formação como futuros pesquisadores;
- (e) à divulgação dos resultados teóricos e empíricos das pesquisas em periódicos científicos brasileiros e estrangeiros da área de Comunicação situados em patamar B-1 ou superior no sistema de avaliação Qualis/CAPES;
- (f) à ampliação da participação docente e discente em congressos anuais de associações científicas nacionais e internacionais;
- (g) à qualificação dos periódicos mantidos pelo Programa – Galáxia e Nexi – no Qualis/CAPES (em relação à Galáxia, veja-se o tópico 8);
- (h) ao desenvolvimento de atividades acadêmico-coordenativas no contexto da Graduação, como forma de abarcar o princípio da integração entre Pós-Graduação e esse contexto de ensino e pesquisa;
- (i) à ampliação da disponibilidade docente para a prestação de assessoria ou consultoria científica a agências de amparo à pesquisa (oficiais e privadas);
- (j) ao acompanhamento da atuação acadêmica, especialmente as de docência e pesquisa, de alunos egressos do Programa, a fim de que não sejam desfeitos os laços de cooperação ou perdidos os esforços de trabalho conjunto;

(k) (em complemento ao item anterior) à criação de condições efetivas para os egressos continuarem a encontrar no Programa um espaço relevante de atualização acadêmica, como a participação em Bancas Examinadoras ou mesas redondas e, sobretudo, em projetos desenvolvidos nos Grupos de Pesquisa.

Em razão do forte potencial organizatório e da coerência dessas tendências do Programa com os horizontes científicos da área de Comunicação, o Colegiado e, em especial, as Coordenações bianuais mantêm-se ativos e alerta na preservação das conquistas estruturais e funcionais assentadas nos últimos quatro triênios.

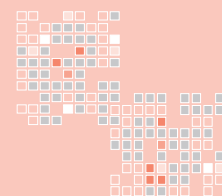
#### 4. Corpo docente

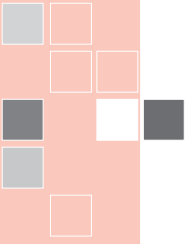
O Corpo Docente do PEPGCOS/PUC-SP é atualmente formado por 18 pesquisadores, a saber:

Amálio Pinheiro  
 Ana Claudia Mei de Oliveira\*  
 Arlindo Machado\*  
 Cecília Almeida Salles  
 Christine Greiner\*  
 Eugênio Trivinho\*  
 Helena Katz  
 Ivo Assad Ibri  
 Jerusa Pires Ferreira  
 Jorge de Albuquerque Vieira  
 José Luiz Aidar Prado\*  
 Leda Tenório da Motta\*  
 Lucia Leão\*  
 Lucia Santaella\*  
 Lucrécia D'alesio Ferrara\*  
 Norval Baitello Júnior\*  
 Oscar Angel Cesarotto  
 Rogério da Costa

De composição interdisciplinar, em consonância com a proposta do Programa, o Colegiado é integrado por 9 pesquisadores do CNPq (Bolsa de Produtividade em Pesquisa), conforme asterisco acima. Com carga horária majoritária e/ou exclusiva na Pós-Graduação, os membros do Colegiado desenvolvem atividades de ensino, pesquisa e orientação segundo o seu pertencimento às Linhas de Pesquisa vigentes (veja-se o tópico subsequente). Catorze docentes são líderes de Grupos de Pesquisa atuantes e influentes no Brasil, certificados pela PUC-SP e (a maioria) cadastrados na plataforma de Grupos do CNPq (cf. tópicos 7, item 1, e 9).<sup>1</sup>

<sup>1</sup> Informações curriculares completas sobre cada docente podem ser obtidas no site do Programa, em [http://www4.pucsp.br/cos/corpo\\_docente.html](http://www4.pucsp.br/cos/corpo_docente.html).





## 5. Área de concentração e linhas de pesquisa

As experiências de reestruturação do desenho das Áreas de Concentração e Linhas de Pesquisa, desencadeadas em 2000, foram fundamentais (a) para esculpir, com maior precisão, a identidade do Programa, atualizando-se, nesse trajeto, a imagem que o Corpo Docente tem feito de si próprio; (b) para evidenciar e melhor representar a natureza e riqueza da pesquisa científica que ele desenvolve, bem como a diversidade de percursos temáticos pelos quais e a partir dos quais o Corpo Docente obtém a sua titulação; e, bem assim, (c) para avaliar, concretamente, o potencial de reorganização interna do Programa face ao mosaico dinâmico das propostas teóricas, epistemológicas e metodológicas que alicerçam os Projetos de Pesquisa docentes e discentes, os Centros, Núcleos e/ou Grupos de Pesquisa, a grade semestral de disciplinas e os contextos de orientação.

O Comitê de Avaliação da CAPES reconheceu, formalmente, em vários anos recentes, os esforços do Programa em direção à sua coerência estrutural. Ajustes dessa natureza, com efeito – que, no caso, toca o cerne científico de um Programa consolidado –, demandam longo investimento de tempo, em razão da necessidade de articulação continuada de consensos necessários, processo democrático que não raro abrange mais que um par de gestões.

A Área de Concentração e as Linhas de Pesquisa do Programa derivam de estudo desenvolvido pelo Colegiado no biênio 2005-2007 e homologado em 2008 pelo Conselho Universitário (CONSUN), órgão máximo de decisão na Universidade. A estrutura, composta de uma Área e três Linhas, em vigor no Programa desde então, é a seguinte:

### Área de Concentração

#### SIGNO E SIGNIFICAÇÃO NAS MÍDIAS

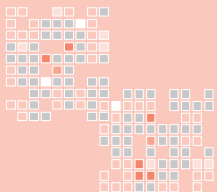
Compreende atividades científicas de pesquisa, ensino e orientação sobre sistemas de signos e processos de significação no campo dos fenômenos comunicacionais, em especial no contexto das diversas mídias, entendidas em suas dimensões semióticas e inserções culturais, com as respectivas implicações epistemológicas, históricas, sociais e tecnológicas.

### Linhas de Pesquisa

#### CULTURA E AMBIENTES MIDIÁTICOS

Estudos das relações entre a produção midiática e o contexto histórico e cultural, implicando-se, nesse recorte, as mediações e impactos sociais, políticos, cognitivos e tecnológicos na organização da vida cotidiana. Nessa perspectiva, investigam-se as relações entre comunicação e temporalidades, espacialidades, hibridismos, corporalidades, visuais e intersubjetividades – temáticas consideradas nos níveis regional, nacional e/ou mundial.

**Pesquisadores:** Christine Greiner, Eugênio Trivinho, Helena Katz, Ivo Assad Ibri, Jerusa Pires Ferreira, Jorge de Albuquerque Vieira, José Amálio Pinheiro, Lucrecia D'Alessio Ferrara, Norval Baitello Júnior e Rogério da Costa.



### PROCESSOS DE CRIAÇÃO NAS MÍDIAS

Teorias e processos de criação nas diferentes mídias, realçando os procedimentos que tornam possíveis essas produções. São investigadas as etapas que compõem a construção de um produto midiático, enfatizando opções teóricas que entendem a obra como o resultado de um percurso de criação estético-conceitual. As pesquisas objetivam, por um lado, o acompanhamento crítico dos processos criativos e, por outro, a produção dessa crítica por meio da expressividade midiática (ou hipermidiática) em questão. Temáticas como a produção do conhecimento na área de Comunicação, a interlocução com o conceito de experiência estética e reflexões sobre autoria contextualizam os objetos de pesquisa.

**Pesquisadores:** Cecília Almeida Salles e Lúcia Leão.

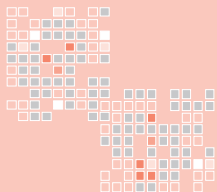
### ANÁLISE DAS MÍDIAS

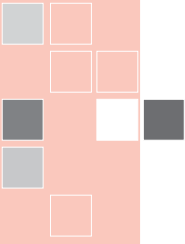
Fundamentada em teorias semióticas (cultural, discursiva e peirceana), sociológicas e psicanalíticas, a Linha de Pesquisa investiga os textos da cultura midiática. Entendendo-se texto como os produtos das mídias, impressas, visuais, audiovisuais, hipermidiáticas e seus sincretismos de linguagens, analisam-se os sentidos e os regimes por eles constituídos, de visibilidade, interação, subjetividade, identidade e sociabilidade.

**Pesquisadores:** Ana Claudia Mei Alves de Oliveira, Arlindo Machado, José Luiz Aidar Prado, Leda Tenório da Motta, Lucia Santaella e Oscar Angel Cesarotto.

A implantação dessa estrutura de Área de Concentração e Linhas de Pesquisa visou, em perspectiva,

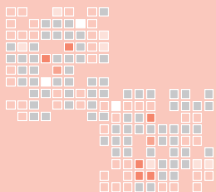
- (a) afinar a representatividade da Proposta do Programa e, em especial, de sua estrutura dinâmica em relação ao arco de pesquisas do PEPGCOS/PUC-SP;
- (b) perfilar e articular, cada vez mais, a produção teórico-epistemológica docente e discente, a oferta de disciplinas, a atuação dos Centros, Núcleos e/ou Grupos de Pesquisa e as práticas de orientação em torno de diretrizes conceituais e recortes temáticos mais precisos, articulando, com isso, pesquisadores e pós-graduandos em caminhos programáticos bem definidos;
- (c) aprofundar a afinidade entre os Projetos de Pesquisa docentes e as Teses de Doutorado e Dissertações de Mestrado, facilitando, nesse âmbito, o respectivo trabalho de correlação, acompanhamento e avaliação de resultados desempenhados pela Coordenação do Programa e/ou por Comissões especiais;
- (d) assestar melhor o Programa em relação às discussões sequenciais desenvolvidas pela comunidade científica da área de Comunicação; e
- (e) prover aos Corpos Docente e Discente, à comunidade científica da área e ao Comitê de Avaliação da CAPES e demais agências de fomento um mapa geral, claro e sucinto da estrutura normativa do Programa.





Esse arranjo de Área e Linhas responde, igualmente, ao objetivo precípua de evidenciar a perspectiva inter e transdisciplinar que move o entendimento do Programa sobre os fenômenos e processos comunicacionais (tecnológicos ou não). A esse respeito, vale salientar que, no diversificado contexto de Programas que integram o Sistema de Pós-Graduação da área no Brasil, a Proposta do PEPGCOS/PUC-SP desempenha papel original e diferencial. As teorias semióticas, apreendidas em sua relação com fenômenos e processos comunicacionais, constituem, no Programa – ainda que não em sua totalidade –, referências fundamentais para o desenvolvimento da produção intelectual docente e discente, da Estrutura Curricular, dos Centros, Núcleos e/ou Grupos de Pesquisa, dos trabalhos de orientação, das demandas às agências de fomento, dos intercâmbios de cooperação internacionais e das propostas de curso encaminhadas à COGEAE - Coordenadoria Geral de Especialização, Aperfeiçoamento e Extensão. A propensão inter e transdisciplinar aí gestada e alicerçada, responsável pela irradiação de estudos pioneiros no Brasil e no exterior, tem justamente concedido ao Programa um especial estado de prontidão em relação à configuração de novos horizontes de pesquisa e campos de atuação sempre que meios e códigos de comunicação emergem ou que se observam conjunções inéditas entre eles.

Com efeito, para refinar a coerência estrutural entre Área de Concentração, Linhas de Pesquisa, Projetos de Pesquisa docentes e discentes, e Grupos de Pesquisa, em prol do desenvolvimento teórico-epistemológico destacado do Programa na área de Comunicação, o Colegiado decidiu, no trimestre final de 2011, revisar a sua proposta de Área e Linhas, com o objetivo de lhes atualizar e lhes precisar a adequabilidade e abrangência em relação às tendências temáticas e/ou científicas mais atuais nos Projetos de Pesquisa docentes e discentes. Quer-se, com esses passos, que o Programa perdure a ser reconhecido por empenho coletivo e constante em prol do aprimoramento de sua consistência estrutural e de sua excelência nacional e internacional.



## **6. Estrutura curricular**

A Estrutura Curricular vigente no PEPGCOS/PUC-SP, compatível com as Linhas de Pesquisa mencionadas, foi igualmente definida em 2006. A reformulação das nomenclaturas e ementas de referência da grade disciplinar atendeu ao imperativo de maior representatividade dos Projetos de Pesquisa docentes e das necessidades de ensino do Corpo Discente, bem como de otimização da inserção do Programa na área de Comunicação.

### **6.1. Disciplinas fundamentais (válidas para todas as Linhas de Pesquisa)**

#### **FUNDAMENTOS DA COMUNICAÇÃO**

- Teorias críticas da comunicação;
- Teorias culturalistas da comunicação;
- Teorias sistêmicas da comunicação.

#### **TEORIAS SEMIÓTICAS**

- Semiótica da cultura;
- Semiótica discursiva;
- Semiótica peirciana.

#### **SEMINÁRIO DE PESQUISA**

## 6.2. Disciplinas específicas (vinculadas às Linhas de Pesquisa)<sup>2</sup>

### Linha de Pesquisa 1

#### CULTURA E AMBIENTES MUDIÁTICOS

Ambientes midiáticos e processos culturais;  
Processos midiáticos e produção de conhecimento;  
Mídias e impactos socioculturais.

### Linha de Pesquisa 2

#### PROCESSOS DE CRIAÇÃO NAS MÍDIAS

Teorias dos processos de criação;  
Processos de criação em diferentes mídias;  
Processos de criação e produção do conhecimento em hipermídia e em redes fixas e móveis.

### Linha de Pesquisa 3

#### ANÁLISE DAS MÍDIAS

Regimes de sentido nas mídias;  
Regimes de sentido na hipermídia e em redes fixas e móveis;  
Regimes de sentido em imagem e som.

## 6.3. Princípios gerais e modus operandi da estrutura curricular

[a] A Estrutura Curricular do Programa foi consolidada em regime de não separação entre Mestrado e Doutorado.

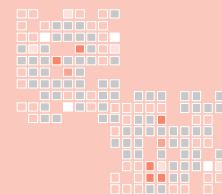
[b] Os objetivos do modelo são os seguintes:

- engajar os Projetos de Pesquisa dos professores nas suas respectivas Linhas e também no “espaço inter-linhas”, de modo a melhor adequá-los à Área de Concentração.
- proporcionar o desenvolvimento de projetos coletivos entre os membros do Corpo Docente, engajando, nas investigações temáticas, o Corpo Discente, os Centros, Núcleos e Grupos de Pesquisa, os pesquisadores em estágios de Iniciação científica, Pós-Doutoramento e os acordos interinstitucionais.

[c] Entende-se por Disciplina o espaço institucional para a transmissão de material cognitivo socialmente consolidado; e, por Seminário, o espaço institucional para discussão de pesquisas docentes e discentes no campo da Comunicação e Semiótica, visando o desenvolvimento e a consolidação das pesquisas do Programa.

[d] As disciplinas são oferecidas semestralmente em volume compatível com o número de professores permanentes e colaboradores do Programa, tendo em vista as necessida-

<sup>2</sup> O ementário completo da Estrutura Curricular, o qual constitui o padrão referencial para a elaboração dos programas das disciplinas semestralmente oferecidas (conforme cadastro neste Data CAPES), pode ser encontrado no site do Programa, em [www.pucsp.br/pos/cos](http://www.pucsp.br/pos/cos).



des acadêmicas dos pós-graduandos e dos Projetos de Pesquisa docentes em desenvolvimento.

O planejamento acadêmico das disciplinas é realizado nos meses de abril e setembro.

[e] Os créditos para Disciplinas e Seminários equivalem a 3 cada.

[f] As vagas nas disciplinas são limitadas a 18, sendo 10 para alunos veteranos, 5 para ingressantes e 3 para pós-graduandos de outros Cursos da PUC-SP e de outras instituições.

#### 6.4. Características do Mestrado e do Doutorado Sistema de créditos

##### [a] Mestrado

O Mestrado tem duração máxima de 30 meses (2 anos e meio), contados da matrícula inicial, independentemente de pedidos de afastamento. Esse período já inclui a defesa pública da Dissertação.

A entrega dos volumes à Secretaria do Programa se subordina a prazos finais estabelecidos pela Universidade (atualmente, 31 de março ou 31 de agosto) e deve ocorrer, no mínimo, 40 dias antes da data indicada para a realização da Banca Examinadora.

Pedidos de prorrogação de prazo feitos por bolsistas são aceitos somente em casos excepcionais e condicionam-se à interrupção imediata da bolsa. Alunos não bolsistas podem fazê-lo, desde que a defesa da Dissertação ocorra dentro dos 30 meses.

O aluno precisa cursar 4 disciplinas e 1 seminário, totalizando 15 créditos, conforme segue:

- 2 Disciplinas do Eixo Fundamental;
- 1 Disciplina na da Linha de Pesquisa;
- 1 Disciplina em qualquer Linha;
- 1 Seminário de Pesquisa.

A seleção das Disciplinas e do Seminário é feita sob a supervisão do orientador e de acordo com a natureza da pesquisa em desenvolvimento.

O Exame de Qualificação se realiza entre o 15º e o 18º mês de curso (a contar da matrícula inicial).

##### [b] Doutorado

A duração mínima do Doutorado é de 30 meses e a máxima, de 48 (ou 4 anos). A referência para a contagem do tempo também é a matrícula inicial e abrange eventuais pedidos de afastamento. Esse período também inclui a defesa pública da Tese.

A entrega dos volumes à Secretaria se subordina a datas e condições idênticas às de Mestrado (31 de março ou 31 de agosto) e, igualmente, precisa ocorrer, no mínimo, 40 dias antes da Banca Examinadora.

Pedidos de prorrogação de prazo feitos por bolsistas são flexionados como no caso do Mestrado e se condicionam à interrupção imediata da bolsa. Alunos não bolsistas podem fazê-lo, desde que a defesa da Tese ocorra dentro do período regulamentar.

O aluno precisa cursar 3 Disciplinas e 1 Seminário, totalizando 12 créditos, a saber:



- 1 Disciplina do Eixo Fundamental;
- 1 Disciplina na Linha de Pesquisa;
- 1 Disciplina em qualquer Linha de Pesquisa;
- 1 Seminário de Pesquisa.

A seleção das Disciplinas e Seminários obedece a procedimento idêntico à realizada no Mestrado.

Além desses créditos, o aluno necessita perfazer 8 extras em Atividades Programadas, que compreendem produção bibliográfica, apresentação de trabalhos em eventos da área de Comunicação e afins, e atividades complementares e conexas ao Projeto de Pesquisa. (A relação e a pontuação detalhada dessas atividades encontram-se disponíveis no *site* do Programa ([www.pucsp.br/pos/cos](http://www.pucsp.br/pos/cos).)

O Exame de Qualificação deve ser realizado entre o 24º e o 30º mês de curso (a contar da matrícula inicial).

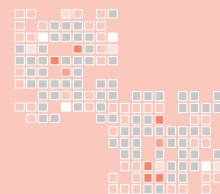
## 7. Intercâmbios institucionais / internacionais

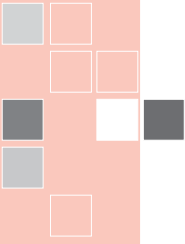
1. Em razão de sua particular dinâmica de trabalho, o PEPGCOS/PUC-SP sempre incentivou o desenvolvimento e/ou consolidação de Centros, Núcleos e/ou Grupos de Pesquisa (cf. tópico 9). Eles constituem a principal força intelectual do Programa: desenvolvem intensa atividade científica anual, engajando boa parte dos pós-graduandos, professores e alunos de vários cursos de graduação da PUC-SP e também professores e alunos de outros Programas e Universidades, e articulando representantes docentes e discentes de Centros de Pesquisas de outros países, seja através dos respectivos *sites* (dos Centros do COS), seja em participações presenciais na agenda de atividades prevista.

Nesse contexto, merecem especial menção a realização, pelo Colegiado do PEPGCOS/PUC-SP, de intercâmbios com instituições estrangeiras, a organização da vinda de professores visitantes e o incentivo aos pós-graduandos a solicitarem bolsas-sanduíche.

2. No triênio 2004-2006, o Programa somou dois resultados de cotutela. O primeiro foi de aluna de Doutorado, que contou com a participação de orientador da École de Hautes Études en Sciences Sociales (EHESS), a partir de convênio celebrado com esta prestigiosa instituição. A aluna defendeu Tese na França, em setembro de 2005. O segundo foi de um aluno estrangeiro, Paolo Demuru, com orientação na Itália da Profa. Dra. Isabella Pezzini e co-orientação no Brasil da Profa. Dra. Ana Cláudia Mei Alves de Oliveira, do PEPGCOS/PUC-SP, para a Dissertação de conclusão do quinto ano do curso de Graduação em Comunicação na Università La Sapienza di Roma, equivalente ao Mestrado brasileiro.

A cotutela interinstitucional se confirmou também em 2007. A Profa. Jerusa Pires Ferreira, do COS, orientou, junto com o Prof. Antoni Rossell Mayo, da Universitat Autònoma de Barcelona (UAB), Tese de Doutorado defendida em abril desse ano, no Centro de Humanidades da referida instituição. Em setembro, o titulado veio ao Brasil para apresentar seu trabalho no Centro de Estudos da Oralidade, do COS, em agenda acadêmica da qual participaram os professores Frederico Augusto Garcia Fernandes (UEL), Mario Cezar Silva Leite (UFMT) e





Jerusa Pires Ferreira, além de alunos de Mestrado e Doutorado do COS e pesquisadores do CEO interessados no tema.

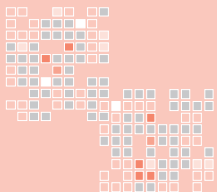
3. O PEPGCOS/PUC-SP mantém intercâmbio de professores e alunos que permite participar, em Paris, do Séminaire International de Sémiotique e nas disciplinas regulares do Mestrado e Doutorado da Université Paris VIII, ministradas pelos Profs. Drs. Denis Bertrand e Juan Alonso, e da Université de Limoges, ministradas pelos Profs. Drs. Jacques Fontanille, François Bourdon e Isabelle Fontanille. Inteiramente integrado ao Programa por um Acordo Interinstitucional, os docentes e discentes estagiam no Séminaire de Sócio-Sémiotique de Eric Landowski junto à CEVIPOF (Fondation des Sciences Politiques/CNRS). A colaboração com a CEVIPOF envolve projetos dedicados às formas de gosto e modos de vida social marcados por meios de comunicação. Essa pesquisa coletiva acolheu dois Pós-Doutoramentos vinculados ao CPS.

4. Igualmente, o Programa firmou convênio com a Fundação Japão de São Paulo, para intercâmbio docente e discente com várias Universidades japonesas. No período de 1999-2004, o Programa abrigou um convênio CAPES/DAAD com a Universität Gesamthochschule, de Kassel (Alemanha). Desde 1984, o Programa mantém convênio CNPq/CNRS-ITEM com o Centre National Recherche Scientifique, de Paris (França). Em 2005, o Centro de Estudos da Oralidade (CEO) iniciou dois projetos de cooperação internacional: com a Universidad de Alicante, Espanha, e com o Centro de Ciências Humanas da University of Ottawa, Canadá.

5. Vale acrescentar que, nos últimos anos, o PEPGCOS/PUC-SP organizou e sediou importantes eventos e/ou atividades científicos e culturais internacionais no campo da Comunicação e da Semiótica, dos quais devem ser destacados os seguintes:

(a) Em novembro de 2005, no auditório do TUCA, em São Paulo, o Programa organizou o II Congresso Internacional da ABES - Associação Brasileira de Estudos Semióticos / VII Congresso Brasileiro de Semiótica (da mesma Associação), com o temário “Brasil: Identidade e Alteridade”. Com apoio da CAPES, do CNPq e da FAPESP, o evento foi copromovido pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Estadual Paulista (UNESP/Bauru) e pela Faculdade de Comunicação Social da Universidade Católica de Pernambuco. Os dois eventos contaram com a participação de Carl R. Hausman (The Pennsylvania University, EUA), Claude Imbert (École Normale Supérieure, Paris), Eric Landowski (CNRS/CEVIPOF, França), Vincent Colapietro (Pennsylvania State University, EUA), Cristina Peñarín (U. Complutense de Madrid, Espanha) e Manar Hammad (Faculte d’Architecture de Versailles, CNRS, França). As conferências desses renomados visitantes internacionais foram debatidas por pesquisadores nacionais de diferentes áreas do conhecimento.

(b) Em novembro de 2006, foi realizado o “Simpósio Internacional Fiat 30+”, no auditório do TUCA, em São Paulo, sob a organização da Profa. Dra. Giselle Beiguelman, hoje professora da Faculdade de Arquitetura e Urbanismo da Universidade de São Paulo (USP). O evento, documentado na Internet, teve caráter transdisciplinar e reuniu especialistas brasileiros e



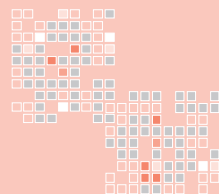
estrangeiros de diversas áreas para discutir temas que o futuro inspira e projeta na contemporaneidade e que envolvem processos e meios de comunicação. Os temas abordados foram os seguintes: Design/Marcas, Território, Homem/Máquina, Arte Digital, Memória e Mobilidade. Participaram do Simpósio: Andrea Semprini (Ulm Milão), Ivan Izquierdo (PUC-RS), João Antônio Zuffo (POLI-USP), Matthew Fuller (Goldsmith College, Londres), Nelson Brissac Peixoto (PUC-SP), Paola Carrea (Centro de Pesquisa Fiat, Torino), Ray Kurzweil (Kurzweil Technologies, EUA), Fiore Mangone (Nokia), Lucas Bambozzi (SENAC/SP), Steve Dietz (ZeroOne, San Jose, Califórnia) e Ulpiano Toledo Bezerra de Menezes (FFLCH-USP).

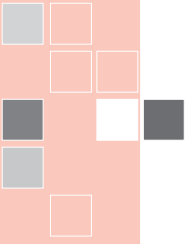
(c) Igualmente, o Programa contribuiu para a realização do III Congresso Internacional da ABES - Associação Brasileira de Estudos Semióticos, na Universidade Federal do Espírito Santo (UFES), em Vitória, no período de 13 a 16 de novembro 2007; e também para a idealização do Congresso Internacional subsequente, em novembro de 2009, no *campus* da UAM/SP.

6. Nos últimos anos, o PEPGCOS/PUC-SP vem intensificando a sua política de internacionalização de todas as suas atividades. Os intercâmbios internacionais continuam a ser nucleados por iniciativa individual ou compartilhada de professores/pesquisadores, em vários casos lastreados na tradição ativa dos Grupos de Pesquisa, que, assim, são constantemente estimulados pelas Coordenações bianuais a planejar e ampliar suas atividades. Considerando a constância desse desempenho, observa-se, no cotidiano do Programa, uma atmosfera de troca de pesquisadores que, visitantes ou expressamente convidados, garantem um movimento de atualização de informações e de planos de cooperação, através de pesquisas interinstitucionais, participação em eventos com apresentação de trabalhos e estágios discentes de pesquisa no exterior (com bolsas-sanduíche).

7. No último triênio (2010-2012), desenvolveram-se e sedimentaram-se mais dois acordos de cooperação internacional, com a Università Tor Vergata e com a Università La Sapienza di Roma (Itália), sob a coordenação geral da Profa. Ana Claudia de Oliveira, para realização de pesquisa comparativa dos processos mediativos nas cidades de São Paulo e Roma. Em breve, esse convênio será integrado pela Università di Bologna, a partir de conversações bilaterais efetivadas em 2012, com apoio da Assessoria de Relações Institucionais e Internacionais (ARII) da Universidade. Na vigência desse acordo, o Programa já recebeu visitas extensas da Profa. Dra. **Isabella Pezzini** (Università La Sapienza di Roma) e do Prof. Dr. Franciscu Sedda (Università Tor Vergata), para realização de minicursos (com validade curricular, como Atividade Programada), conferências (conforme abaixo) e mesas redondas, várias compartilhadas com outras instituições, como a USP, a UNESP-Bauru, a UNESP-Araraquara e a Universidade Mackenzie.

Em 2010 e 2011, o PEPGCOS/PUC-SP recebeu, para aula magna de abertura de semestre (conforme indicação de asterisco) ou conferências mensais, os seguintes pesquisadores internacionais:



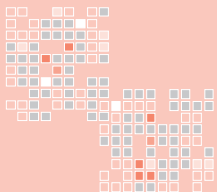


**Anne Beyart Geslin**, Professora da Université de Limoges, França;  
**Daniel Bounoux**, Professor da Université Stendhal-Grenoble, França;  
**Eric Landowski\***, Pesquisador do CNRS - Centre National de La Recherche Scientifique / CEVIPOF - Fondation des Sciences Politiques, França;  
**Frank Hartmann**, Professor da Universität Ulm, Alemanha;  
**Ignacio Castro Rey**, Professor da Universidad Autónoma de Madrid, Espanha;  
**Isabella Pezzini\*** (Università La Sapienza di Roma, cf. acima);  
**Nikolas Rose**, Professor de Sociologia da London School of Economics (LSE) e Diretor do Centre for the Study of Bioscience, Biomedicine, Biotechnology and Society, Inglaterra;  
**Silvia Demetrescu**, Professora da École Supérieure de Visual Merchandising de Vevey, Suíça; e  
**Susane Klengel**, Professora Titular de Brazilianística da Freie Universität Berlin, Alemanha, e Fundadora do Centro de Estudos do Brasil no Lateinamerika Institut da FUB.

Em março de 2011, o PEPGCOS/PUC-SP contribuiu diretamente para a organização do I Seminário Internacional de Estudos e Pesquisas em Narrativas e Práticas de Consumo, promovido pela École Supérieure de Visual Merchandising (Verve, Suíça), pelo Centro de Pesquisas Sociosemióticas (CPS) da PUC-SP e pelo Programa de Pós-Graduação em Design da Universidade Anhembi Morumbi (UAM), e realizado nesta última IES.

Em 2012, em comemoração aos seus 42 anos de atividade, o PEPGCOS/PUC-SP recebeu, também para aulas magnas (conforme asteriscos) ou conferências internacionais, os seguintes pesquisadores:

**Francisco Sierra**, Professor Titular do Departamento de Comunicação da Universidad de Sevilla, Espanha;  
**Massimo Leone**, Professor e Pesquisador de Semiótica e Semiótica da Cultura do Departamento de Filosofia da Università degli Studi di Torino (UNITO), Itália;  
**Denis Bertrand**, Professor de Literatura e de Semiótica na Université Paris VIII (Vincennes-Saint-Denis) e de Semiótica do Discurso Social na École de la Communication de Sciences Po, Paris, França;  
**Veronica Estay Stange**, Doutora em semiótica literária pela Université Paris VIII é pesquisadora da Université du Luxembourg;  
**Isabella Pezzini**, Professora Titular de Filosofia, Teorias das Linguagens e Semiótica do Consumo e da Publicidade na Faculdade de Ciências da Comunicação da Università La Sapienza di Roma, Itália;  
**Josep Català**, catedrático de Comunicação Audiovisual da Facultat de Ciències de la Comunicació da Universitat Autònoma de Barcelona, Espanha;  
**Ziegfried Zilinski\***, Diretor do Arquivo Vilém Flusser e catedrático de Teoria, Arqueologia e Variantologia da Mídia na Universität der Künste, Berlim, Alemanha; **Francesco Marsciani**, Professor da Università degli Studi di Bologna, Itália;  
**Roman Timentchik** e **Serguei Nieklúdob**, Professores da Moscow State University of Human Sciences, Rússia; e



**Thomas Bauer\***, Professor de Mídia e Audiovisual no Departamento de Mídia da University of Vienna, Áustria, e membro da Associação Austríaca de Ciências da Comunicação e da Associação Alemã de Ciências da Comunicação.

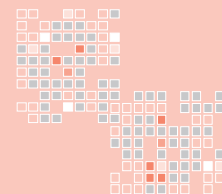
Nesse mesmo ano, merece especial destaque o Seminário ministrado por Robert K. Logan, Professor Emérito em Física da University of Toronto e cientista-chefe do Laboratório de Inovação Estratégica do Ontario College of Art and Design University (OCAD U). O Seminário, desenvolvido em cinco palestras ao longo de uma semana, foi realizado em parceria com o Departamento de Comunicação da Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro (PUC-Rio), com a Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS) e com a Universidade Federal do Ceará (UFC), e contou com apoio da Diretoria da COMPÓS e com a chancela da CAPES e da FAPESP. O Seminário integrou a série de eventos acadêmicos intitulada *Marshall McLuhan, Digital Media and their Connections*, sob a Coordenação Geral Prof. Dra. Adriana Braga (PUC-Rio) e, na PUC-SP, da Prof. Dra. Lucrécia D'Alessio Ferrara, coordenadora do ESPACC - Espaço-Visualidade/Comunicação-Cultura, equipe envolvida na organização das atividades.

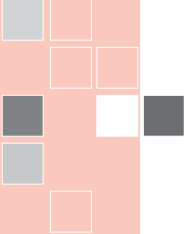
8. Além dos acordos oficialmente celebrados ou previstos para se formalizarem em futuro próximo, o Programa mantém intercâmbio informal com as seguintes instituições:

Columbia University e Massachussets Institute of Technolog (MIT), EUA;  
 Freie Universität Berlin e Technische Universität Berlin (TUB) - Arbeitsstelle für Semiotik (Research Center for Semiotics), Alemanha;  
 University of Vienna, Áustria;  
 Universitat Autònoma de Barcelona, Espanha;  
 Universidad de Sevilla, Espanha;  
 Universidad Autónoma de México;  
 Universidade Aberta de Portugal;  
 Université de Limoges, França;  
 Sophia University, Japão; e  
 Tokyo University, Japão.

9. Parcela significativa do Colegiado do PEPGCOS/PUC-SP mantém agenda anual de atividades institucionais e/ou acadêmicas internacionais, seja em Universidades estrangeiras, seja no Brasil. Nos últimos anos, professores mantiveram relações com instituições da Argentina, Colômbia, Peru, Cuba, Holanda e Polônia, além – como se viu – da Alemanha, Áustria e Suíça, França e Itália, Espanha, México e Portugal, Inglaterra, Estados Unidos e Canadá, Luxemburgo, Rússia e Japão, ministrando conferências e cursos, participando de eventos, integrando projetos de pesquisa, coorientando Teses de Doutorado, publicando trabalhos e/ou expondo obras de arte, entre outras atividades.

O PEPGCOS/PUC-SP mantém meta de ampliação dessas atividades, a fim de que todas as suas áreas estratégicas de internacionalização possam se fazer mais disponíveis a profes-





sores e alunos, permitindo-lhes aprofundar pesquisas e desdobrar resultados bibliográficos mediante contatos e/ou estágios com pesquisadores estrangeiros.

10. Volume expressivo da produção científica e da prática de ensino e orientação do PEPGCOS/PUC-SP assume qualidade equivalente à de centros congêneres de excelência no exterior e, como tal, vem mantendo presença significativa no cenário acadêmico internacional, tanto em matéria de produção intelectual e artística, quanto de participação em convênios e projetos.

11. Como consequência, o Programa tem sido requerido como espaço institucional de realização de Projetos de Pós-Doutorado. O fluxo constante de Doutores e recém-Doutores, brasileiros e estrangeiros, que procuram o Programa para desenvolver suas pesquisas de Pós-Doutorado encontra, nos Centros de Pesquisa, um ambiente de debate acadêmico estimulador, oferecendo-lhes condições de concretização de seus projetos e de suas experiências cognitivas e investigativas.

12. No âmbito nacional da área de Comunicação, o PEPGCOS/PUC-SP tem contribuído para a consolidação de políticas científicas e para o aperfeiçoamento dos critérios de avaliação de Programas de Pós-Graduação. Nessa direção, computam-se colaborações permanentes para as representações na CAPES, no CNPq e na FAPESP, para os Comitês de Avaliação dos PPGs em Comunicação, Ciência da Informação e Museologia (CSA-1), para a Comissão Qualis/CAPES de avaliação de periódicos das mesmas áreas, para a Comissão de Avaliação do MEC de cursos de Graduação, para Conselhos Científicos de revistas acadêmicas e Editoras e para as Assessorias Científicas das agências de fomento federais e estaduais.

13. Desde o biênio 2005-2007, o PEPGCOS/PUC-SP concede apoio ao Fórum de PPGs em Comunicação do Estado de São Paulo, tendo-lhe sido *host* de várias reuniões de organização.

De 2005 a 2011, o Programa prestou imensa contribuição à ABCiber - Associação Brasileira de Pesquisadores em Ciberultura. Em 2006, concedeu apoio à realização do I Simpósio Nacional de Pesquisadores em Comunicação e Ciberultura (evento de fundação da ABCiber), organizado pelo CENCIB - Centro Interdisciplinar de Pesquisas em Comunicação e Ciberultura e realizado na PUC-SP, no período de 25 a 29 de setembro do referido ano, com apoio da CAPES e do Instituto Itaú Cultural; em 2007, contribuiu para as duas Reuniões semestrais do Conselho Científico Deliberativo dessa Associação; e, em 2008, renovou o apoio à realização do II Simpósio Nacional da ABCiber, também organizado pelo CENCIB na PUC-SP, no período de 10 a 13/11 desse ano, com apoio da CAPES e do Itaú Cultural.

## 8. Revista Galáxia (Qualis A-2)

O perfil histórico e atuante do PEPGCOS/PUC-SP se desdobra na publicação da *Revista Galáxia* (ISSN 1519-311X), periódico semestral mantido pelo PEPGCOS/PUC-SP desde o primeiro semestre de 2001. Com epicentro na área de Comunicação, em interface com as demais áreas das Ciências Humanas e Sociais e, prioritariamente, com as diversas correntes da Semiótica, a proposta editorial do periódico abriga confluências e conexões disciplinares com o objetivo de (1) compreender o trânsito, a transformação e a fluidez dos signos comunicacionais; (2) demonstrar o quanto os discursos, as práticas sociais e as condições de interação, tecnológicas ou não, são passíveis de abordagem semiótica; e, (3) a partir do diálogo e do confronto de diferentes pontos de

vista, firmar soluções metodológicas num campo do saber cujas bases teóricas e epistemológicas encontram-se igualmente em trânsito.

Desde 2005, a *Galáxia* é editada pelo Prof. Dr. José Luiz Aidar Prado. De periodicidade semestral e hoje em formato exclusivamente digital (<http://revistas.pucsp.br/index.php/galaxia>), o periódico tem cumprido, rigorosamente, os critérios do sistema de avaliação Qualis/CAPES. Priorizam-se artigos inéditos e egressos de processo de pesquisa sintonizados com a necessidade de originalidade científica. Os membros do Conselho Científico, vinculados a diversos Programas de Pós-Graduação em Comunicação do Brasil e do exterior, contemplam indicadores de maturidade acadêmica e/ou de senioridade em pesquisa. Nesse âmbito, o *peer review* é regularmente efetivado segundo regras nacional e internacionalmente recomendadas. Os textos publicados, de autoria de pesquisadores nacionais e estrangeiros, atendem a qualificação compatível com o necessário impacto na área de Comunicação. O cuidado em relação a estes e outros procedimentos contribuiu, decisivamente, para inserir *Galáxia* entre os periódicos científicos de referência no Brasil.

*Em 2012, o periódico foi catalogado no patamar A-2 pelo Comitê Qualis/CAPES da área de Ciências Sociais Aplicadas-1. No mesmo ano, foi distinguido pela SciELO - Scientific Electronic Library Online para integrar a sua coleção, sob condições a serem atendidas em 2013, para entrada no sistema. A SciELO é uma das mais prestigiosas e seletivas bibliotecas eletrônicas de periódicos científicos, mantida no país pela FAPESP, em parceria com a BIREME - Centro Latino-Americano e do Caribe de Informação em Ciências da Saúde e com apoio do CNPq.*

*Em sintonia com a preocupação majoritária do Programa para os próximos anos, a meta da Revista *Galáxia* é o aprofundamento de sua internacionalização, em todos os quesitos editoriais.*

## 9. Centros, núcleos e/ou grupos de pesquisa

Em complemento à notação feita no início do tópico 7 acima, os Centros, Núcleos e/ou Grupos de Pesquisa do PEPGCOS/PUC-SP perfilam-se nas Linhas de Pesquisa vigentes e se organizam em torno de teorias, linguagens e objetos capazes de congregar docentes, alunos e egressos, seja do Programa, seja de outras Universidades. Células vitais de fomento e compartilhamento de atividades nacionais e internacionais, todos os Grupos são certificados pela PUC-SP e, em sua maioria, integram a Plataforma do CNPq. São, atualmente, 14, a saber, com seus(suas) respectivos(as) coordenadores(as):<sup>3</sup>

### **CENTRO DE PESQUISAS SOCIOSEMIÓTICAS (CPS)**

Ana Cláudia de Oliveira e Eric Landowski (CNRS, Paris)

### **GRUPO DE PESQUISA ESPAÇO-VISUALIDADE/COMUNICAÇÃO-CULTURA**

Lucrécia D'Alessio Ferrara

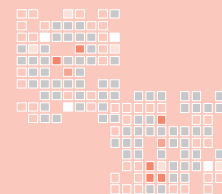
### **CENTRO DE ESTUDOS DA ORALIDADE (CEO)**

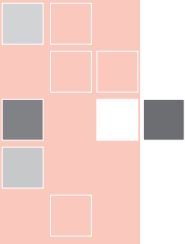
Jerusa Pires Ferreira

### **CENTRO DE ESTUDOS DE CRÍTICA GENÉTICA (CECG)**

Cecília Almeida Salles

<sup>3</sup> Informações desdobradas, inclusive com links para sites, podem ser encontradas em [http://www4.pucsp.br/cos/projetos\\_pesquisa.html](http://www4.pucsp.br/cos/projetos_pesquisa.html).





**CENTRO DE ESTUDOS PEIRCEANOS (CENEP)**

Lucia Santaella

**CENTRO DE ESTUDOS DO CORPO (CEC)**

Helena Katz

**CENTRO DE ESTUDOS ORIENTAIS (CEOr)**

Christine Greiner

**CENTRO INTERDISCIPLINAR DE PESQUISAS EM SEMIÓTICA DA CULTURA E DA MÍDIA (CISC)**

Norval Baitello Júnior

**CENTRO INTERDISCIPLINAR DE PESQUISAS EM COMUNICAÇÃO E CIBERCULTURA (CENCIB)**

Eugênio Trivinho

**GRUPO DE PESQUISA COMUNICAÇÃO E CULTURA: BARROCO E MISTIÇAGEM**

Amálio Pinheiro

**GRUPO DE PESQUISAS EM MÍDIA IMPRESSA**

José Luiz Aidar Prado

**LABORATÓRIO DE INTELIGÊNCIA COLETIVA (LIInC)**

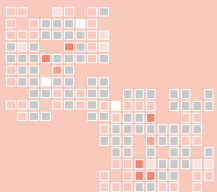
Rogério da Costa

**NÚCLEO DE ESTUDOS EM SEMIÓTICA E COMPLEXIDADE (NESC)**

Jorge de Albuquerque Vieira

**CENTRO DE ESTUDOS EM SEMIÓTICA E PSICANÁLISE (CES-PUC-SP)**

Oscar Cesarotto



## **10. Infraestrutura institucional**

### **10.1. Recursos tecnológicos**

Para sustentar a excelência de seu Sistema de Pós-Graduação, a PUC-SP provê assistência tecnológica indispensável ao Corpo Docente e Discente e o apoio técnico e operacional destinado ao êxito das atividades de formação e de pesquisa, bem como as de discussão coletiva nos Centros, Núcleos e/ou Grupos de Pesquisa.

A Universidade possui 30 laboratórios de informática para uso de professores e alunos, com acesso total ao *backbone* Internet e *softwares* acadêmicos (cf. abaixo). Com um total aproximado de 2.300 computadores conectados, a rede PUC-SP garante o acesso de qualidade a seus professores, pesquisadores, alunos e corpo administrativo, que podem utilizar qualquer laboratório de forma compartilhada, com a possibilidade de manter seus arquivos pessoais em servidores de arquivos em rede. Através de contratos acadêmicos de licenciamento de *software*, a PUC-SP mantém os equipamentos atualizados tecnologicamente.

Com estrutura bem dimensionada de servidores e uma equipe altamente qualificada para dar suporte técnico necessário, a Universidade disponibiliza uma área de disco para armazenamento de conteúdo acadêmico, além de manter a segurança no acesso à Internet.



A instituição está conectada à Internet por meio da Rede Nacional de Pesquisa (RNP) com um *link* de fibra óptica de 1Gbps (REMAV/Internet2), disponibilizando os serviços de *e-mail*, Web, *blogs*, Moodle e Portal Acadêmico/Administrativo, entre outros, com foco permanente em requisitos de segurança. Todos os *campi* encontram-se interconectados através de *links* de alta velocidade.

Nesse contexto, merece destaque o Laboratório de Informática para Apoio à Pesquisa, que concede retaguarda infraestrutural e operacional e assessoramento acadêmico e técnico ao Corpo Docente e Discente, orientando-os sobre a utilização de *hardwares* e *softwares*; e o Centro de Pesquisa Haroldo de Campos, inaugurado em 2009 e destinado exclusivamente a pesquisadores e alunos da Pós-Graduação. Com mais de 20 computadores e bem climatizados, o Centro soma três laboratórios, com infraestrutura de rede (inclusive *wi-fi*), e duas salas para orientação de Teses e Dissertações.

Essa infraestrutura institucional geral é integrada pelos laboratórios do próprio PEPGCOS/PUC-SP, a saber:

#### 10.1.1. Laboratório de Linguagens Visuais

O Laboratório de Linguagens Visuais se vincula às atividades e práticas de formação e de pesquisa voltadas para o estudo (1) das transformações culturais e perceptivas e consequências epistemológicas operadas pelos novos meios tecnológicos e (2) das mudanças que as novas técnicas de produção de imagem acarretam para o conjunto das técnicas convencionais. Nesse recorte, o Laboratório concede apoio acadêmico e tecnológico a Projetos de Pesquisa voltados para a reflexão teórica, prática e/ou criadora acerca dos processos fundamentais da linguagem visual e audiovisual, expressos ou consubstanciados nos modos de produção, transmissão, armazenamento e recepção de signos, desde os suportes mais artesanais até as novas tecnologias de comunicação, implicando-se, nesta ponta, a multimídia, a interatividade, a imagem digital, a computação gráfica, a animação e a modelação em 3D, a vídeo arte e a fotografia eletrônica, entre outros objetos. O Laboratório otimiza também a realização de conferências, palestras e seminários ministrados por ou partilhados com pesquisadores e artistas convidados, brasileiros e estrangeiros.

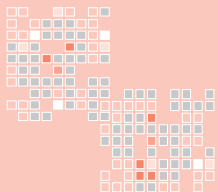
#### 10.1.2. Laboratório de Pesquisas em Redes Telemáticas

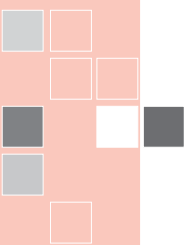
Criado em 1997, mediante doação de computadores Macintosh pela Apple do Brasil, o Laboratório de Pesquisas em Redes Telemáticas tem por finalidade a provisão de acesso à Internet para docentes e alunos do PEPGCOS/PUC-SP, bem como o suporte técnico às atividades de formação e de pesquisa que necessitem dessa mídia.

#### 10.2. Recursos bibliográficos

A PUC-SP conta com oito bibliotecas distribuídas em diversos *campi*, formando o seu Sistema de Bibliotecas, com o objetivo de dar suporte ao desenvolvimento do ensino, da pesquisa e da extensão.

*As bibliotecas estão integradas com o software Aleph, em rede informatizada, de forma compartilhada e padronizada, formando uma base de dados com os acervos das bibliotecas que compõem o Sistema, disponível em [www.pucsp.br/biblioteca](http://www.pucsp.br/biblioteca).*





*Esses programas possibilitaram a ampliação dos serviços prestados ao usuário, como acesso ao catálogo, a renovação e a reserva via Internet etc.*

A atualização do acervo do sistema é norteada pelas diretrizes e critérios da Política de Desenvolvimento de Acervo da Universidade, atendendo às demandas dos currículos dos cursos de Graduação, Pós-Graduação e Extensão no que diz respeito às bibliografias básica e complementar e áreas de especialização, com recursos provenientes da Universidade, das agências de fomento, dos convênios e parcerias. A aquisição é centralizada na Biblioteca do *campus* Monte Alegre.

As bibliotecas da PUCSP têm acesso integral ao Portal de Periódicos da CAPES.

### **10.2.1 Biblioteca: Nadir Gouvêa Kfourì**

A base bibliográfica e documental majoritária da PUC-SP está alocada na Biblioteca “Nadir Gouvêa Kfourì” (BNGK), no *campus* Monte Alegre, onde se situa o PEPGCOS. Aberta de segunda e sexta, das 7h30 às 22h, e aos sábados, das 8h às 17h (exceto em período de férias), a Biblioteca é constituída, além de livros, Teses e Dissertações e periódicos, por fitas de vídeo, mapas, folhetos, TCCs, microfichas, CD Roms, obras raras e antigas e CD Roms nas áreas de Educação, Filosofia, Psicologia, Direito, Economia, Administração, História, Geografia, Fonoaudiologia, Serviço Social, Língua e Literatura, Linguística, Comunicações, Artes, Ciências Sociais, Ciências Contábeis e Atuariais, Relações Internacionais e Turismo. Parcela significativa de seu aporte bibliográfico tem sido obtida tanto mediante enquadramento institucional em programas de atualização de bibliotecas paulistas oferecidos pela FAPESP, quanto mediante investimento institucional próprio, com base em listas demandadas pela comunidade docente.

A BNGK tem 4.300 m<sup>2</sup> distribuídos em dois pavimentos, com provisão de acesso a usuários com necessidades especiais; 129 lugares para estudos individuais; 440 lugares para estudos em grupo; 4 colmeias para projeção de vídeos com 3 lugares cada, 1 sala de multimídia com 6 computadores para acesso a base de dados em CD Roms e DVDs; equipamentos para atender portadores de deficiência visual; e 39 terminais de pesquisa.

A BNGK participa da Biblioteca Digital de Teses e Dissertações (BDTD) coordenada pelo IBICT, disponibilizando no Portal Sapiientiae as Teses e Dissertações em meio eletrônico, defendidas na PUC-SP; dos programas cooperativos Catálogo Coletivo Nacional de Periódicos (CCNP), da Biblioteca Digital de Teses e Dissertações (BDTD), da Rede Brasileira de Bibliotecas da Área de Psicologia (ReBap) e da Comunidade Virtual de Aprendizagem / Rede das Instituições Católicas de Ensino Superior (RICESU).

Espaço cultural institucional, a Biblioteca “Nadir Gouvêa Kfourì” também tem abrigado manifestações e eventos de diferentes naturezas.



LINGUAGEM TELEVISUAL E SIGNIFICAÇÃO NO PROGRAMA GALPÃO CRIOULO

**Flavi Ferreira Lisboa Filho 164**

PORTA-VOZES DO DISCURSO: ENUNCIADOS POLÍTICOS DA AMÉRICA LATINA

**Antonio Sebastião Silva 174**

AS MEDIAÇÕES DE UMA COMUNIDADE NA AMAZÔNIA BRASILEIRA: O EXERCÍCIO DE UMA PESQUISA MULTIMETODOLÓGICA

**Maria Ataíde Malcher e Fernanda Chocron Miranda 184**

PALAVRAS QUE SALVAM: USOS E REPRESENTAÇÕES SOBRE A MÍDIA IMPRESSA NA PRISÃO

**Valquíria Michela John 196**

DISCURSOS SOBRE LA CIUDAD: MEDELLÍN, ENTRE LA CONSTRUCCIÓN Y LA RECONSTRUCCIÓN

**Ana María Suárez Monsalve 206**

PEDAGOGIA DO JORNALISMO: NARRATIVA E RESPONSABILIDADE SOCIAL NA TELA DA TV

**Lucia Santa Cruz 216**

ENTRAMADOS EDUCOMUNICACIONALES. NUEVAS PRÁCTICAS, NUEVOS SENTIDOS PARA PRODUCIR INSCRIPCIÓN SOCIAL

**Analia Errobidart y Marianela Recofsky 228**

O JORNALISMO E A CONSTRUÇÃO DA CONTRA-HEGEMONIA: ANÁLISE DA REVISTA DO MST A PARTIR DOS CONCEITOS GRAMSCIANOS DE JORNALISMO

**Alexandre Barbosa 236**

O CONSUMO DE CONTEÚDO DIGITAL EM LAN HOUSES POR ADOLESCENTES DE CLASSES EMERGENTES NO BRASIL

**Alan César Belo Angeluci e Hernán Galperin 246**

VOTOS Y CLICS: LAS ELECCIONES PRESIDENCIALES EN COLOMBIA EN EL AÑO 2010 Y LAS REDES SOCIALES

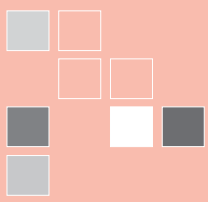
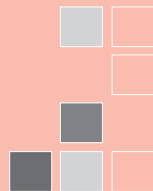
**Juan David Cardenas 258**

TRES PERSPECTIVAS TEÓRICAS PARA EL ANÁLISIS DE LA COMUNICACIÓN EN LAS ORGANIZACIONES SOCIALES

**Brenda di Paolo 268**

CORRESPONSALES INTERNACIONALES: PROBLEMATIZACIÓN EN TORNO A LA ERA DIGITAL Y EL PERIODISMO

**Dione Oliveira Moura y Luciane Fassarella Agnez 278**



# LINGUAGEM TELEVISUAL E SIGNIFICAÇÃO NO PROGRAMA GALPÃO CRIOULO

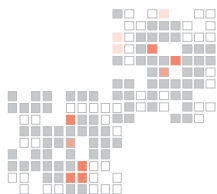
LENGUAJE TELEVISUAL Y SIGNIFICACIÓN EN EL PROGRAMA GALPÃO CRIOULO

*TELEVISUAL LANGUAGE AND MEANING IN THE PROGRAM GALPÃO CRIOULO*

## Flavi Ferreira Lisbôa Filho

■ Doutor em Ciências da Comunicação, área de processos midiáticos, linha mídias e processos audiovisuais, pela Unisinos. Mestre em Engenharia da Produção, Bacharel em Ciências Administrativas e em Relações Públicas pela UFSM. Professor e chefe do Departamento de Ciências da Comunicação, credenciado no Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da UFSM. Tem experiência na área de Comunicação, principalmente nos seguintes temas: televisão, cultura e mídia regional.

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



## RESUMO

Este estudo propõe uma discussão das construções televisuais a partir de aspectos mais específicos dos discursos, das linguagens e da produção de sentidos para entender os processos de significação no Galpão Crioulo. O programa valoriza elementos do regionalismo gaúcho, como indumentária, linguajar, canções e história do Estado e, no discurso, abre espaços para a representação de certa diversidade. O destaque, porém, está na figura dos apresentadores, que mesclam aspectos da cultura regional gaúcha e da tradição atualizada. A linguagem televisual empregada é apoiada nos engendramentos do mercado, nas técnicas televisivas e nas configurações temporais.

**PALAVRAS-CHAVE:** TELEVISÃO; LINGUAGEM; PROCESSOS DE SIGNIFICAÇÃO.

## RESUMEN

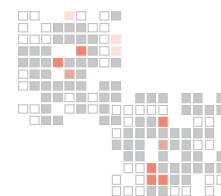
Este estudio propone una discusión de las construcciones televisuales a partir de aspectos más específicos de los discursos, de los lenguajes y de la producción de sentidos para entender los procesos de significación en el Galpão Crioulo. El programa valora elementos del regionalismo gaúcho, como indumentaria, lenguaje, canciones e historia del Estado y en lo discurso abre espacios para la representación de cierta diversidad. El destaque, sin embargo, está en figura de los presentadores, que mesclan aspectos de la cultura regional gaúcha y de la tradición actualizada. El lenguaje televisual utilizado es apoyado en los engendramientos del mercado, en las técnicas televisivas y en las configuraciones temporales.

**PALABRAS CLAVE:** TELEVISIÓN; LENGUAJE; PROCESOS DE SIGNIFICACIÓN.

## ABSTRACT

This study proposes a discussion of the television constructions from the most specific aspects of the discourses, the languages and the production of directions to understand the processes of meaning in Galpão Crioulo. The program values elements of the gaúcho (person who lives in Rio Grande do Sul) regionalism, as clothing, language, songs and State's history and open spaces in the discourse for the representation of some diversity. The emphasis, however, is in the figure of the presenters, who mix aspects of the regional culture gaúcha and the tradition updated. The television language used is supported in engendering of the market, in the television techniques and the time configurations.

**KEYWORDS:** TELEVISION; LANGUAGE; PROCESSES OF MEANING.



## 1. Considerações introdutórias

Vivemos “frente a uma realidade instável e fragmentária, em processo de velocíssimas transformações” (Sarlo, 1997, p.27). Tempo da neotevê (Eco, 1989) ou televisão na pós-modernidade (Sarlo, 1997), ou neobarroca, ou simplesmente pós-televisão. Todas essas abordagens trazem em comum o registro e o debate sobre características que se fazem mais visíveis e/ou que alteram o modo de produzir e de ver tevê na contemporaneidade. Contudo, os estudiosos e profissionais ainda não conseguiram compor uma gramática – como se faz para as línguas – capaz de compilar a linguagem televisiva. Nesse sentido, Borelli (2001, p.9) diz que temos “fronteiras ainda difusas, em busca de uma linguagem televisual própria, que possa se diferenciar da ‘forma’ literária, radiofônica, teatral ou cinematográfica (...)”. Talvez, devêssemos pensar que a tevê é o resultado da convergência de linguagem de todas essas mídias e, portanto, não é possível encontrar essas fronteiras.

Neste estudo pretendemos tratar a televisão como um dispositivo audiovisual que, na sua complexidade, se configura sobre um conjunto de produtos de variados formatos e propostas e que, por vezes, tem conteúdos diversificados e até contraditórios, característicos de uma sociedade plural e multicultural, formando com ela uma rede. É assim, que procuramos entender a televisão, entretanto levando em consideração o fato dela se constituir também em um sistema de difusão, composto por um fluxo de programação, regido por dimensões políticas, econômicas e tecnológicas, que forjam as regras de produção e as condições de recepção.

Neste estudo apresentamos conceitos sobre linguagem televisual e formatos televisivos, em especial no *Galpão Crioulo – GC*<sup>1</sup>. Esses conceitos são o esteio para uma discussão das construções televisuais a partir de aspectos mais específicos dos

1 O *Galpão Crioulo* é um produto televisual oferecido pela emissora RBS TV desde 1982, seguindo a mesma matriz e conservando o seu apresentador desde sua criação.

discursos e das linguagens para entender os processos de significação no referido programa.

Para estudar o *Galpão Crioulo* como programa televisivo veiculador de sentidos de gauchidade, um dos caminhos possíveis é atribuir-lhe estatuto de texto, bem como entender seu contexto e suas interações paralelas. É com o auxílio de Casetti e Chio (1999), Jost (2004), Duarte (2004, 2007 e 2008), que podemos conferir ao conjunto de sons e imagens recolhidos do referido programa o conceito de texto. Mesmo que a semiótica não seja a linha condutora da presente investigação, ainda assim ela contribui com conceitos valiosos para o entendimento do objeto de estudo. Assim, ao conceber o *corpus* dessa pesquisa como um texto audiovisual se está, automaticamente, conferindo a ele um caráter de cadeia de linguagem. Cabe ressaltar que optamos por descrever a metodologia empregada neste estudo no corpo do texto, paralelamente a apresentação dos resultados.

## 2. O processo de leitura e os *modus de ver*

De acordo com Sarlo (1997, p.57), a velocidade na tevê, parece ser uma característica que se acentua cada vez mais, seja pela influência dos vídeos-clipes, seja pelo alto custo dos tempos de tevê. Por outro lado, Sarlo (1997, p. 61) diz que

*(...) a televisão não pode arriscar-se, porque tanto o silêncio quanto o branco (ou a permanência de uma mesma imagem) chocam-se contra a cultura perceptiva que a televisão implantou e que seu público devolve multiplicada pelo zapping.*

O zapping é, nas palavras da autora, “a montagem autogerida pelo usuário”, que dá a ilusão de conferir ao telespectador uma realização democrática. No entanto, ela faz isso porque, em especial as tevês privadas, precisam alimentar-se dessa dinâmica rítmica como estratégia para cativar o espectador, evitando o zapping.

## O que se pretende dizer com isso é que se repetem os formatos para que o espectador tenha segurança em reconhecer o que está vendo.

A tevê apresenta, pelo que podemos inferir de suas leis, uma velocidade acelerada, com cortes rápidos que atribuem dinamicidade à projeção de seu conteúdo, oferecendo-nos uma quantidade exacerbada de imagens e sons, que, não raras vezes, ficam carentes de entendimento, porque instantaneamente são substituídos por novas imagens e sons, que tornam o tempo televisivo mais ágil e nossa compreensão fragmentada e incompleta.

Autores como Casetti e Chio (1999, p.263) dizem que

*(...) ver televisión no requiera alfabetización, requiere por lo menos aprendizaje y competencia. El espectador tiene que aprender las reglas del mundo que la televisión representa y las reglas del modo en que lo representa.*

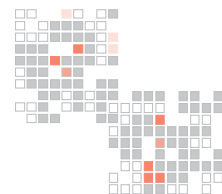
Isso aponta para o fato de que o espectador, por sua convivência com a televisão, adquire ao longo do tempo competências para assisti-la e interpretá-la. Os formatos televisivos vão sendo incorporados, não por que alguém ensina ao telespectador como são, quando são usados, etc., mas por que, ao assistir à programação repetidas vezes, ele apreende o que vê e o que ouve e habitua-se a isso. Por sua vez, o formato exibe o modo de representação da realidade que o programa realiza e o classifica em um determinado gênero – se é que ainda podemos distinguir com solidez os gêneros audiovisuais.

Quanto à repetição, podemos dizer que o uso de estruturas já conhecidas – e, portanto, repetidas – é uma prática da estética televisiva que consiste em: “(...) uma máquina de produzir uma suave felicidade, na qual a desordem semântica,

ideológica ou experiencial do mundo encontra um reordenamento final e remansos de restauração parcial da ordem” (Sarlo, 1997, p.63). O que se pretende dizer com isso é que se repetem os formatos para que o espectador tenha segurança em reconhecer o que está vendo. Além disso, a televisão utiliza velhas formas, não raras vezes, em “novos” programas. No que se refere às narrativas, a repetição também funciona, dificilmente o final de uma telenovela apresentará o vilão como ganhador, vencedor ou campeão, mas se ele se converter em mocinho, salvador, herói, poderá ter um final menos decadente, opressivo e humilhante.

Para Sarlo (1997), os estilos televisivos são marcados por um discurso serializado, próprios de um tempo televisivo regido pela lógica capitalista de mercado. O estilo assemelha-se ao formato adotado. Para a referida autora (1997, p.67), o estilo padrão é a do show, que funda a televisibilidade, “(...) uma condição que deve ser dominada não só pelos atores, mas por todos os que aparecem no vídeo”. Ela é “(...) o fluido que dá consistência à televisão e assegura um reconhecimento imediato por parte de seu público.” Esta marca se funda no tipo de diálogo pretendido, nas gestualidades, nos ritmos verbais, no cenário, no figurino, enfim num conjunto de traços que permite um reconhecimento imediato da produção televisiva. A televisibilidade, segundo Sarlo (1997), ou a espetacularização são visíveis no GC, tendo em vista, sobretudo ele caracterizar-se como show: palco, platéia, apresentações artísticas.

A televisibilidade está associada ao “democratismo televisivo”, simulando uma igualdade inexistente entre espectadores e astros e, ainda, a tevê assume uma idéia de pseudodemocracia, sustentada por um perfil paternalista que, como é corrente



em alguns programas, se propõe a resolver questões sociais e de estado. E, quando ela realiza estes feitos, mostra estar reconhecendo seu público, nesse caso, a partir de suas carências, demandas e até mazelas. Contudo, isso não é em vão, não é gratuito ou inocente. Ela necessita, primeiro, reconhecer a si mesma – mesmo que em papéis que não são seus – e, depois, distinguir o seu público, para que possa por ele também ser reconhecida. “Mimética e ultra-realista, a televisão constrói seu público a fim de poder refleti-lo, e o reflete para poder construí-lo” (Sarlo, 1997, p.83).

É do efeito de proximidade, ou melhor, da ilusão de estar próxima que ela opera suas práticas e transmite seus sentidos e isso parece funcionar melhor quando o programa apresenta uma platéia participativa. Quando a tevê dá a idéia de transparência, por exemplo, respondendo aos desejos e anseios presentes nas subjetividades e particularidades de seu público. Entretanto, não podemos afirmar, categoricamente, que os espectadores são ou estão totalmente indefesos, manipuláveis, manobráveis, à mercê do meio.

A transparência ou efeito de é garantida, segundo Sarlo (1997), pela “auto-reflexividade”, ou seja, por meio da interiorização do público para ela, quando mostra a ele como se faz televisão. Exemplos que se podem evidenciar com a exibição dos *making-off*, dos erros e das falhas de gravação, da preparação de atores para a gravação, da redação de um telejornal. A promessa que se faz presente é a da não-manipulação, pois tudo é mostrado, exibido, apresentado.

### 3. Sobre possíveis categorias televisivas

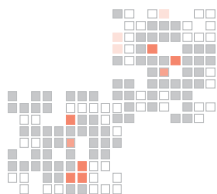
Para Machado (2001), Fischer (2006) e Eco (1989, p.183-4), os programas de tevê podem ser divididos em dois grandes grupos (que chamaremos aqui): os de não ficção e os de ficção. No primeiro caso, a televisão oferece enunciados sobre eventos que se podem verificar independentemente dela. No segundo, o telespectador aceita as regras do jogo

e resolve tomar como verdadeiro o que todos conhecem como construção fantasiosa. Em ambos os casos, é esperado que o espectador consiga fazer a distinção do que está sendo tratado, seja informação, conhecimento, educação ou construção ficcional. Contudo, o problema é que muitos programas fazem um atravessamento desses grupos divisores dos estilos classificatórios da tevê.

Outra forma de diferenciá-la poderia ser pela dicotomia “(...) quem fala olhando para a câmara e quem fala sem olhar para a câmara.” (Eco, 1989, p.186). Quem olha, quando fala, subentende que a câmara está posta ali, e só fala porque ela realmente está ali. Este seria o caso dos programas informativos. Já os que falam sem olhar para câmara, supostamente, ignoram a sua presença. Isso funciona como uma espécie de “fingimento” – e, portanto, seria ficcional –, ou seja, o sujeito faz de conta que você não está aí e age normalmente. É preciso considerar que este trabalho de “fingir” pertence ao grupo de atores, quando estão desempenhando seus personagens de ficção, mas não podemos afirmar que um apresentador, que olha para a câmara, não esteja interpretando um papel.

Essas divisões, no entanto, já não se dão de forma tão distinta, isto é, não com rigor suficiente para a identificação imediata. Percebemos cada vez mais o uso de uma estratégia, que não segue esta regra. Estamos falando do embaralhamento (Castro, 2008), da mistura de gêneros (Fischer, 2006). Isso acontece quando mesclamos a dimensão ficcional com a não ficcional criando discursos intermediários, gerenciados pela própria televisão.

Não raro, ocorrem confusões por parte do público, que questiona não mais a verdade do enunciado, mas a da enunciação, ou seja, a cota de “realidade/verdade” daquilo que o audiovisual apresentou. É claro que, com a adoção de estratégias, como a que foi descrita anteriormente, esse número de confusões tende a aumentar. A confiabilidade do ato de enunciação está sujeita a uma série de fatores, mas assume relevância com o apresentador que





está (...) diante da telecâmara, e fala a seu público, representando [teoricamente] a si próprio e não uma personagem fictícia.” (Eco, 1989, p.189). Nesse sentido, há uma aproximação entre o apresentador de um programa de informação e o de entretenimento, já que ambos estão trazendo, ao telespectador, dados, relatos, subsídios que, a princípio, têm a ver com a “verdade”. No caso dos apresentadores do *Galpão Crioulo* – um programa que pode ser enquadrado como de entretenimento –, embora no vídeo eles desempenhem o papel de atores discursivos assumindo a *persona* de mediadores entre o programa e o público, eles são também atores sociais. A proximidade entre a representação social e artística desses sujeitos e a sua representação televisiva gera certa dificuldade para distinguir os “personagens” que eles configuram.

Parece que a reflexão de Eco (1989) sobre o fato de o sujeito representar a si mesmo quando olha para a câmara quer, na verdade, chamar a atenção para a relevância que estamos atribuindo à relação entre o ato de enunciação e a experiência do telespectador, deslocando a questão da relação do enunciado e dos fatos. Com este movimento, a tevê encaminha-se para constituir-se em um veículo produtor de fatos, produtor de realidade e que opera sobre a autoreflexividade. Tanto, que podemos exemplificar com as imagens que a tevê exibe de sua própria estrutura técnico-tecnológica durante um programa, como por exemplo, o “Domingão do Faustão” (Rede Globo) em que são mostradas câmeras, microfones, ajudantes de palco, bastidores entre outros. Tudo isso dá um efeito de veracidade, de instantâneo. No caso dos telejornais, exibir a sala de redação atrás dos apresentadores é como se a notícia estivesse chegando e imediatamente sendo transmitida, como se o jornal não tivesse uma pauta, um diretor, um editor. Para Martín-Barbero e Rey (2004, p. 35)

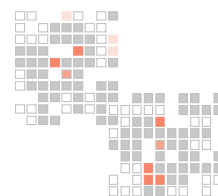
*As mídias audiovisuais (...) constituem, ao mesmo tempo, o discurso por antonomásia da bri-*

*colagem dos tempos – que nos familiariza sem esforço, extraindo-o das complexidades e ambigüidades de sua época, com qualquer acontecimento do passado – e o discurso que melhor expressa a compreensão do presente, a transformação do tempo extensivo da história no intensivo do instantâneo.*

Esse conjunto de elementos não se fazia notar de forma tão evidente, pois, mesmo o ao vivo do início da tevê era ensaiado, combinado para dissimular ao máximo os artifícios técnico-tecnológicos. Mas, as condições técnicas e as estratégias discursivas criadas pela televisão, como o “ao vivo”, a instantaneidade e a autoreflexividade, fazem-nos construir sentidos de que “se ela está lá, lá está a realidade”. O que acontece é que o telespectador não toma conhecimento dos processos de produção, das imagens e sons que são dispensados, daquilo que necessariamente tem que ser repetido. Por exemplo, na gravação ao vivo do *Galpão Crioulo* em Uruguaiana<sup>2</sup>, além do pedido de aplauso dos apresentadores, a diretora do programa, antes da gravação, realiza um série de combinações com a platéia, desde a ocupação das cadeiras, pedidos para cantar com os artistas, bem como pede para que os vendedores não caminhem entre o público durante a apresentação dos músicos, apenas durante a troca de artistas no palco, etc. Durante o intervalo dos artistas estas combinações são reforçadas e outras são feitas.

O programa foi gravado na ocasião da abertura da 35ª Califórnia da Canção Nativa de Uruguaiana, e mesmo os efeitos de veracidade, de credibilidade, de presença, de estar “ao vivo” estavam sob o jugo de uma equipe de produção, em especial da direção do programa. Sobre isso Eco (1989, p.199), salienta que: “(...) a interpretação, a manipulação, a preparação para a televisão precediam a atividade das telecâmeras. O evento já nascia como fun-

2 Participamos da pré-produção e da produção do programa gravado na cidade de Uruguaiana.



damentalmente “falso”, pronto para transmissão.”

A idéia de “falso” que Eco (1989) desenvolve não pode ser entendida de maneira literal, senão como representação, produção discursiva, que se constitui a partir do acerto prévio de determinadas condições. No caso do *Galpão Crioulo*, elas precedem ao início das gravações, fase de pré-produção, também de momentos próprios da produção de

**Mesmo assim, o espectador tende a pensar que está naquele local vendo com seus próprios olhos aquilo que julga realidade.**

um programa ao vivo e da pós-produção, quando tem que transformar o material capturado durante duas horas de gravação, pelas cinco câmeras em uma edição de, aproximadamente, 45 minutos. Nessa via, a televisão é sempre invenção, criação, simulação, aparência. Mesmo assim, o espectador tende a pensar que está naquele local vendo com seus próprios olhos aquilo que julga realidade. Ledo engano, ele nada mais vê do que a escolha imagética do diretor a partir de um conjunto de cinco câmeras, nesse caso.

Quanto à idéia de “ao vivo” como reprodução da “realidade”, podemos dizer que ela é ilusória, pois, via de regra, enquanto telespectadores, pensamos “o que eu vejo é o que é, ao mesmo tempo em que o vejo” (Sarlo, 1997, p.72). Para a referida autora (1997, p.73), a ilusão de verdade do discurso ao vivo é uma estratégia de “produção, reprodução, apresentação e representação do ‘real’”. Tudo isso, reforçado pela credibilidade que a instituição televisiva lhe confere. É claro, o tempo de uma gravação e de uma transmissão não é, e talvez nem pudesse ser, neutro. Nele são imputadas lógicas, preceitos, valores da equipe de produção, da publicidade, do mercado e da emissora. Para Martín-Barbero (1987, p.295),

*(...) o espaço da televisão é dominado pela magia do ver: por uma proximidade construída*

*mediante uma montagem que não é expressiva, e sim funcional, sustentada na base da ‘gravação ao vivo’, real ou simulada. Na televisão, a visão predominante é aquela que produz a sensação de imediatez, que é um dos traços que dão forma ao cotidiano.*

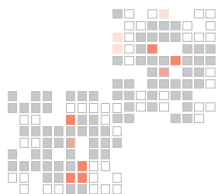
Considerando que o *Galpão Crioulo* é produção regional da RBS TV e que esta emissora possui uma série de programas e programetes produzidos localmente, podemos inferir que ela faz parte e está integrada a estas perspectivas apontadas até aqui e à afirmação de Eco (1989, p.200-1) ao dizer que a neotevê

*(...) aponta a telecâmera sobre a província e mostra ao público de Piacenza o povo de Piacenza, reunido para ouvir a publicidade de um relojoeiro de Piacenza (...). As televisões independentes, ao contrário, querem que o público se reconheça e diga “somos assim mesmo”.*

Esse recorte da fala de Eco (1989) pode reiterar aspectos da programação regional que a emissora do GC produz e, também, pelo slogan utilizado durante muito tempo pela emissora: “RBS TV, aqui o Rio Grande se vê”. Isso contribui para que seja gerada uma identificação do telespectador com o programa e com a emissora, retribuindo em audiência aos programas por ela transmitidos. Fato que fez com que o *Galpão Crioulo*, durante determinado período, fosse o programa com maior *share* dos produtos televisivos produzidos e/ou transmitidos pela emissora, considerando que ela, como afiliada da Rede Globo, também transmitia os programas nacionais.

#### **4. Peculiaridades da linguagem televisiva**

Calabrese (1995) sugere duas figuras cognitivas e passionais, existentes no meio televisivo, responsáveis pela mediação com os receptores: o observador e o informador. Para o autor, o apre-



sentador, quando se desdobra de sua função de narrador, assume o papel de observador. No nosso objeto de estudo podemos atribuir estas duas figuras aos apresentadores do programa, que desempenham a função de informadores e de observadores, mas, sobretudo de mediadores entre a emissora e o público.

O observador é definido como um sujeito cognitivo ficcional que o enunciador instala no discurso enunciado. “La tarea del observador puede ser también la de desarrollar un hacer interpretativo (Calabrese, 1995, p.132)”. Uma das características do apresentador, enquanto desempenha o papel de observador, é que ele tenta parecer-se com o receptor, na medida em que finge desconhecer a mensagem assim como o público.

Esse papel é desenvolvido por Neto<sup>3</sup>, na maioria das vezes, quando pergunta ao Nico<sup>4</sup>: “e o que vem depois Tio Nico?”, “Qual nossa próxima atração?”, entre outros. Nesse caso, “(...) el observador hace casi que de puente entre el nivel del enunciado y el de la enunciación” (Calabrese, 1995, p.135). Essa forma de atuação confere um efeito de realidade, de credibilidade, de cumprimento, de proximidade e de presença à transmissão. A proximidade pode ser entendida também como familiaridade, neste contexto, pois a maneira como os apresentadores comunicam-se entre si (tio e sobrinho) e com o público, de modo que gera um efeito de aproximação e revela um

efeito de familiar. O efeito de presença se deve ao fato de estar presente naquele dado momento. Esse efeito se reforça nos programas de palco, geralmente realizados em feiras e eventos, em que eles apresentam as cidades, suas principais histórias, acontecimentos, fatos e lendas.

“El presentador también comenta, según un sistema de emociones, aquello que está sucediendo, y por lo tanto también asume un rol pasional. Actúa como real y justo distribuidor de juicios eufóricos o disfóricos (...) sobre los eventos narrados” (Calabrese, 1995, p.136). Contudo, no *Galpão Crioulo* os juízos emitidos por ambos os apresentadores com relação aos convidados, às cidades, aos eventos são sempre eufóricos, ressaltando suas qualidades, virtudes e peculiaridades.

Até o presente, tratamos do observador. Mas, há outra figura, a do informador, que segundo Calabrese (1995, p.137-8), “Se trata de otro sujeto cognitivo, que está dotado de un conocimiento total o parcial sobre los eventos narrados, (...) con una función de mediación respecto al enunciante.”

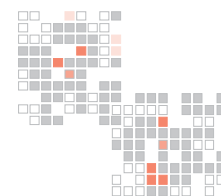
Parece-nos que este papel é atribuído mais vezes a Nico Fagundes (Tio Nico), que talvez pelos méritos da idade, do tempo de *Galpão Crioulo*, das experiências adquiridas, do vasto currículo, em relação ao seu sobrinho, assume este lugar de fala dentro do programa. Existem, também, outras características que apontam para Nico como o informador:

- a. *Es un informador todo aquel que se presente o sea presentado como un periodista. (...)*
- b. *Es un informador cualquier ator que intervenga en el texto para brindar un saber que ni el narrador, ni el enunciante conocen (...)*
- c. *Es un informador cualquier personaje que sea anunciado en el texto para brindar un conocimiento que no se tiene (...)* (Calabrese, 1995, p.138)

Considerando que Nico é jornalista de formação, que, segundo informações da produção do

3 O apresentador Neto Fagundes, de 48 anos, é músico, possui seis discos gravados, já realizou espetáculos na França, Itália, Argentina e Portugal. Em 2002, lançou o primeiro CD junto com a Família Fagundes e em 2004 o segundo. Ele iniciou a apresentar o programa em 2001.

4 Antonio Augusto Fagundes, de 76 anos, é advogado, jornalista, antropólogo, historiador, compositor, poeta, escritor, folclorista e ator. É autor de 17 livros e mais de 300 canções. Desde o início do programa, em 1982, é o seu apresentador e em 1984 também passou a comandar o programa de Rádio Galpão Nativo, na Rádio Gaúcha AM. Além disso, escreve uma coluna semanal, no Segundo Caderno do jornal Zero Hora sobre tradição, história e folclore no RS. É relevante considerar que toda sua atuação midiática se dá em meios do Grupo RBS.



programa, ele mesmo é quem prepara suas falas, ainda, que Neto recorre a ele para pedir uma explicação, uma explanação, ou tirar uma dúvida, mesmo que seja algo previamente “combinado”. Nico também traz em suas falas os conhecimentos relativos ao nativismo, ao tradicionalismo, à história do RS, ao folclore e aos convidados. Assim, o programa confere a Nico o status de informador na maioria das vezes.

Quanto à diferença entre as funções referidas por Calabrese (1995, p.140), fica claro que o observador simula ser um participante do público, do receptor, formulando falas, posições, questionamentos próprios do espectador. Já o informador é o que tudo, ou quase tudo, sabe e dispõe desse conhecimento para o enunciatário. Supostamente, faz isso de forma que permita a ele avaliar sua mensagem e posicionar-se a respeito do que foi dito. Mesmo atribuindo ao Neto e ao Nico, respectivamente estes papéis, temos que salientar que isso não acontece de maneira fechada. O apresentador como representante do público ou “dono” de um saber realiza a mediação do ato de enunciação e poderá mesclar suas funções de narrador, com a de observador e a de informador.

Para Calabrese (1995, p. 142), “Una sociedad televisiva es por naturaleza fragmentaria, puesto que no existe reciprocidad comunicativa entre quien habla y quien escucha.”

Podemos dizer que há um efeito de compartilhamento, advindo da idéia de proximidade que se tenta estabelecer com a presença da platéia e de reconhecimento do outro, como alguém sedento de informações ou de entretenimento, minimizando a rigidez do aparato tecnológico e a barreira intransponível da possibilidade de diálogo com o espectador e da interatividade.

Também a natureza fragmentária da televisão e da sociedade por ela constituída faz com que a contínua enunciação da enunciação seja uma de suas características mais fortes. Talvez para não se fazer notar a falta de resposta do telespectador,

ela reitera sua fala de modo contínuo, oferecendo ritmo, velocidade, dinamismo por meio de cortes, enquadramentos, movimentos de câmeras, sons e imagens com cores. Duarte (2008, p.180) adiciona

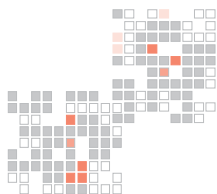
*(...) tem-se que ter consciência de que as parcelas do real que a tevê oferece não correspondem a seleções arbitrárias: é o que fica enquadrado, é o movimento das câmeras, é o trabalho de edição e sonoplastia, que determinam o quê e como esses fragmentos do real vão ser mostrados.*

Quanto à descrição do enunciador como conjunto de posições cognitivas e emotivas cambia-se, segundo Lyotard *apud* Calabrese (1995), em uma prescrição. A prescrição diz respeito ao modo que devemos nos portar frente ao que nos é proposto pela tevê, ou mais especificamente, pelo programa televisivo. Nesse sentido, o que Calabrese (1995) chama de estilo, e que pode ser aqui entendido como formato, em parceria com o gênero a que pertence, fornece ao espectador pistas de como deverá ser feita a leitura do enunciado televisivo apresentado pelo programa transmitido, direcionando, conduzindo sua interpretação.

## 5. Considerações finais

As práticas de significação do GC são bastante variadas, mas, sobretudo, trazem, por diversos efeitos de sentidos, conotações de irmandade, de fraternidade, de amizade, de proximidade e de respeito. Contudo, as significações que mais se sobressaem são as de familiaridade, valor incessantemente resgatado pela fala dos apresentadores – dentro e fora do programa. Também tem destaque o conhecimento, no sentido de sabedoria, em função das falas enunciadas, principalmente por Nico. Falas que recheiam o GC de contextualizações históricas e geográficas, contanto lendas, cantilenas, folclores, características e peculiaridades de eventos ou cidades que sediam o *Galpão*.

O GC, a partir do ordenamento e uso de varia-



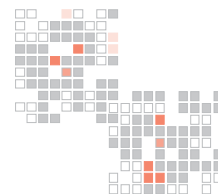
dos elementos da cultura regional, opera sobre certa flexibilidade e, portanto, não se pauta pela severidade, o que o tornaria inviável midiaticamente. Tendo em vista o perfil do programa, há que se configurar um equilíbrio bastante delicado entre o tradicional e a atualidade. Se pender muito para um lado e permitir a inovação e a modernização em termos de cenário, figurino, conteúdos, entre outros, o GC deixa de veicular sua essência tradicional e nativista. Assim, é possível vislumbrar na tela a convivência do tradicional com o contemporâneo, os traços da tradição e os da contemporaneidade, mesmo que essa última apareça

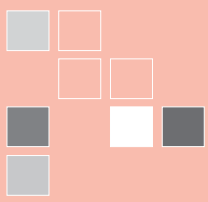
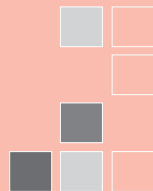
em menor escala. Contudo, a proposta do programa não é tratar da atualidade. As imagens trazem crianças, jovens e idosos, homens e mulheres, o antigo e o novo, num processo que não aparenta exclusão, mesmo que ela seja inerente ao processo midiático e televisivo especialmente.

As lógicas enunciativas que mais se destacaram no programa são: a cordialidade entre todos (apresentadores, convidados e público), a apologia ao Rio Grande do Sul no âmbito de sua tradição, de suas origens, de sua história, de seu folclore e a valorização de Nico sobre o Neto na apresentação do GC.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- BORELLI, Sílvia Helena Simões. Telenovelas brasileiras: balanços e perspectivas. *São Paulo em Perspectiva*. v.15. n.3. jul/set. 2001.
- CALABRESE, Omar. La información y el espectador. In: \_\_\_\_\_. *Los juegos de la imagen*. Bogotá: Instituto Italiano de Cultura, 1995.
- CASSETTI, Francesco; CHIO, Frederico di. *Análisis de la televisión: instrumentos, métodos y prácticas de investigación*. Paidós: Barcelona, 1999.
- CASTRO, Maria Lília Dias de. Práticas publicitárias: o embaralhamento do discurso promocional. In: DUARTE, Elizabeth Bastos; \_\_\_\_\_. (orgs.). *Em torno das mídias: práticas e ambiências*. Porto Alegre: Sulina, 2008.
- DUARTE, Elizabeth Bastos. *Televisão: ensaios metodológicos*. Porto Alegre: Sulina, 2004.
- \_\_\_\_\_; CASTRO, Maria Lília Dias de (orgs.). *Comunicação audiovisual: gêneros e formatos*. Porto Alegre: Sulina, 2007.
- \_\_\_\_\_. Televisão: a recorrência a um mundo paralelo. In: \_\_\_\_\_. CASTRO, Maria Lília Dias de (orgs.). *Em torno das mídias: práticas e ambiências*. Porto Alegre: Sulina, 2008.
- ECO, Umberto. *Viagem na irrealidade cotidiana*. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1989.
- FISCHER, Rosa Maria Bueno. *Televisão & educação: fruir e pensar a TV*. 3. ed. Belo Horizonte: Autêntica, 2006.
- JOST, François. *Seis lições sobre televisão*. Porto Alegre: Sulina, 2004.
- MACHADO, Arlindo. *A televisão: levada a sério*. 2. ed. São Paulo: Ed-Senac São Paulo, 2001.
- MARTÍN-BARBERO, Jesus. La telenovela en Colombia: televisión, melodrama y vida cotidiana. *Diálogos de la Comunicación*. S.n., 1987.
- \_\_\_\_\_. *Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia*. Rio de Janeiro: EdUFRJ, 1987 (1997).
- \_\_\_\_\_; REY, Germán. *Os exercícios do ver: hegemonia audiovisual e ficção televisiva*. 2. ed. São Paulo: Senac, 2004.
- SARLO, Beatriz. *Cenas da vida pós-moderna*. Rio de Janeiro: EdUFRJ, 1997.
- SILVEIRA, Ada Cristina Machado da. *O espírito da cavalaria: e suas representações midiáticas*. Ijuí: EdUnijuí, 2003.





# PORTA-VOZES DO DISCURSO: ENUNCIADOS POLÍTICOS DA AMÉRICA LATINA

PORTAVOCES DEL DISCURSO: DECLARACIONES POLÍTICAS  
DE LA AMÉRICA LATINA

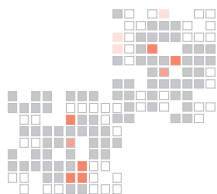
*SPOKESMEN OF THE DISCOURSE: POLITCS STATEMENTS  
OF LATIN AMERICA*

## Antônio Sebastião da Silva

■ Doutorando pela UnB em Jornalismo. Mestre em Comunicação e Semiótica pela PUC-SP. Graduado em Jornalismo pelo Unitri. Atualmente é professor titular da FASAM e professor convidado da PUC-GO. Responsável pela implantação e coordenação do curso de Audiovisual da UEG, e professor substituto na Faculdade de Comunicação da UFG. Tem experiência na área de Comunicação, com ênfase em Teoria da Comunicação, Teoria do Jornalismo, Metodologia em Pesquisa da Comunicação.

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

174



## RESUMO

A disputa pela verdade e busca de consenso se mostra como um espaço delimitado pelos enunciadores ao construir suas narrativas, naturalização da palavra e dos saberes. De fato, não se trata de um território de modo a ordenar o sistema social. A verdade torna-se instrumento para se atingir o poder, na relação entre representação, simbólico e discurso, que resultam em enfrentamentos pela sem complexidade, pois os enunciados que permitem consensos surgem da sociedade, com participação efetiva dos meios de comunicação. Neste contexto, a análise será sobre o relacionar dos discursos para a existência de realidade política sobre a América Latina, ao observar os enunciados da Revista *Veja* na cobertura da campanha presidencial deste ano na Argentina.

**PALAVRAS CHAVE:** NARRATIVA; DISCURSO; POLÍTICA; AMÉRICA LATINA.

## RESUMEN

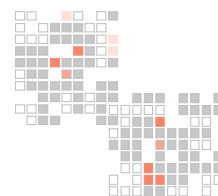
La lucha por la verdad y buscar el consenso demostrado por el área limitada por la construcción de sus enunciadores relatos así, para el sistema social. La verdad se convierte en un instrumento para alcanzar el poder en la relación entre la representación y el lenguaje simbólico, lo que resulta en los enfrentamientos y la naturalización de la palabra y conocimiento. De hecho, no es un territorio sin la complejidad, de las sentencias que permiten el consenso surgen en la sociedad, con participación efectiva de los medios de comunicación. En este contexto, el análisis estará direcciones a la existencia de la realidad política de América Latina, teniendo en cuenta las declaraciones de la cobertura de la revista *Veja* de la campaña presidencial, este año en Argentina.

**PALABRAS CLAVE:** NARRATIVA; DISCURSO; POLÍTICA; AMÉRICA LATINA..

## ABSTRACT

The fight for truth and seek consensus shown by the area bounded by building their narratives enunciators so, order the social system. The truth becomes an instrument to achieve power in the relationship between representation and symbolic speech, resulting in clashes and naturalization of the word and knowledge. In fact, it is not a territory without complexity, for sentences that allow consensus emerge in society, with effective participation of the media. In this context, the analysis will be about of political reality of Latin America, noting the statements of *Veja* magazine in respect coverage of the presidential campaign, this year in Argentina.

**KEYWORDS:** NARRATIVE; DISCOURSE; POLITICS; LATIN AMERICA.



## 1. Introdução

O objetivo deste trabalho é compreender os enunciados, numa relação entre enunciador e enunciação, que fazem parte da narrativa jornalística, com reflexos na sociedade devido aos fluxos contínuos de mensagens. A propósito, o texto da revista *Veja* de cobertura das eleições na Argentina será o recorte para esta análise. Embora seja um veículo que por décadas gere debate sobre seu posicionamento ideológico, não se trata de fixar a atenção na postura discursiva de um único meio de comunicação, ainda mais considerando a sociedade moderna, em contato permanente com as novas tecnologias.

Assim, este artigo, ao analisar matéria publicada pelo semanário paulista na terceira semana de abril<sup>1</sup>, período que antecede às eleições presidenciais argentinas, visa compreender as estratégias usadas na busca incessante pela verdade dos fatos. Esta busca exige compreender os enfrentamentos pela afirmação de discurso, os quais apontam para a importância do texto jornalístico e suas implicações no mundo da política.

As técnicas na produção de textos narrativos para a enunciação potencializam a competência do enunciador com vistas ao poder e hegemonia de pensamento, que dependem da ordem de construção da realidade. Logo, a verdade na definição de consensos pode ser a chave para observar a comunicação e suas consequências, na condução de um sistema cada vez mais complexo.

Com apoio teórico de autores como Bourdieu e Foucault, este texto, que tem como proposta gerar dúvidas, sem ter convicções de certezas, tenta descortinar como os porta-vozes vão se apresentando nas narrativas, definindo discursos em confronto com outros num terreno pantanoso. Ainda como referência teórica, lançamos mão do conhecimento imprescindível de Gonzaga Motta, para tornar possível perceber como as narrativas se sistema-

tizam na organização de diferentes personagens, que fazem parte da arte de contar histórias, pois ficção e realidades estão imbricadas num mesmo espaço, objetivando as verdades que se pretendem simbolicamente consensuais.

## 2. A construção da realidade, uma questão teórica

A disputa pela verdade, certamente é, em essência, um dos pontos importantes na construção da realidade a ser demonstrada enfaticamente no texto, pois em torno das relações sociais estão os enfrentamentos de discursos que, por interesse de uma parte, são apresentados argumentos que favorecem determinados projetos, mas que dizem respeito diretamente à sociedade, numa perspectiva de passado, presente e futuro. Na discursividade se torna indispensável fazer emergir o invisível, que insiste em se ocultar e para tanto, a existência de um observador atento e onisciente é fundamental, no sentido de apresentar o que está velado, nas entrelinhas textuais, principalmente no processo eleitoral, com vistas à manutenção do modelo político de governo. Os enunciados se tornam meios na formação de conhecimento do público, que terá ação decisória nas transformações sociais, definindo caminhos e organização dos indivíduos, de maneira sistêmica.

Se a análise não serve para todas as matérias jornalísticas, esta seria, a princípio, a forma em que se expressa a revista brasileira *Veja*, quando se trata das eleições presidenciais na Argentina, num pleito que tem à frente nas pesquisas a atual presidente e candidata à reeleição Cristina Kirchner, sucessora do marido Nestor Kirchner no governo do país da América Latina, objeto de análise deste artigo. Uma construção de realidade que, por indução, se relaciona com o posicionamento do semanário sobre a região, que lança mão de narrativa, visando à organização da sociedade.

A rigor, a manutenção, a funcionalidade e o equilíbrio da sociedade têm reflexos na ordem sistêmica, a qual depende das relações que ocor-

<sup>1</sup> A matéria foi publicada na edição do dia 19 de outubro de 2011, semana antes das eleições presidenciais.



## O que sobressai, como consequência, é saber como separar o verdadeiro do dissimulado no campo jornalístico.

rem no seu interior, perpassadas pela comunicação, capaz de gerar conhecimento e formação. Desta maneira, a comunicação deve ser observada pelo “fato de a sociedade ser analisada como um sistema complexo, que tende para a manutenção do equilíbrio, composto por subsistemas funcionais” (Wolf, 2001, p. 66), dentre eles estão a mídia e a política.

Desta forma, a narrativa ganha importância no interior do sistema, no sentido de observar os rumos propostos pelas vozes que anunciam e atestam suas verdades ao longo dos textos jornalísticos, sobremaneira na contemporaneidade, que se apresentam nos sites, nas emissoras de rádio e televisão e páginas de veículos impressos. Embora não seja este o único lugar da comunicação, o dos emissores, entretanto, os enunciados dos meios noticiosos se propagam com eficiência, fazendo parte do imaginário nos diferentes espaços sociais.

Em síntese, os enunciados da revista *Veja* sobre a campanha presidencial na Argentina (no Brasil ou em outro país da região), no campo político, de maneira especial, potencialmente, resultam em debates e discussões sociais, que podem culminar com mudanças de comportamento do eleitor, com reflexo no presente e no futuro. Assim, a construção da realidade se efetiva na diegese<sup>2</sup> textual jornalística.

Na sua análise, Bourdieu destaca que na relação dos *campos* hierarquizados situa-se o que ele denomina de “mercado linguístico”, o qual se faz um espaço pré-construído, sendo que a composição de grupo é determinada previamente. “Para

compreender o que pode ser dito e sobretudo o *que não pode ser dito* (grifo do autor) no palco, é preciso conhecer as leis de formação do grupo de locutores” (Bourdieu, 2010, p.55). Neste sentido, o jornalista ganha importância, pois, destaca o autor, ele “exerce uma forma de dominação (conjuntural não estrutural) sobre um espaço de jogo que ele construiu, no qual ele se acha colocado em situação de árbitro, impondo normas de ‘objetividade’ e de ‘neutralidade’” (2010, p. 55).

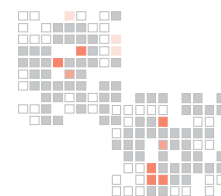
Ao enunciar<sup>3</sup>, aquele que narra demarca o seu lugar no espaço social, de maneira que, ao delimitar fronteiras, produz mudanças no ser, no indivíduo, na sociedade – ainda mais considerando o fluxo de informação sugerido pelos meios de comunicação centralizados. Assim, a realidade vai se descortinando na representação da verdade estabelecida – no desenrolar da narrativa jornalística -, pois “os narradores dos mitos e da literatura não se atêm aos fatos nem procuram ser fieis à realidade, ao contrário, criam suas narrativas e procuram impregná-las de valores morais, éticos e estéticos” (Motta, 2005, p. 25).

### 3. Enunciação da verdade

Se a narrativa está para a ordenação dos fatos, nos enunciados as verdades surgem como o eixo central de um discurso que revela a busca de consenso, de acordo com as matrizes de pensamento definidas pelo narrador, de forma que há um confronto entre posicionamentos dos enunciados que se apresentam nos embates políticos. O que sobressai, como consequência, é saber como separar

2 Conforme MOTTA, “a diegese é o conjunto significativo integral da história (o universo do significado, o mundo virtual ao qual a história remete) que se expande para abrigar o desenvolvimento sintagmático e paradigmático” (2005, p. 57).

3 Numa referência ao que o autor chama de “discurso performativo”, pois a sua eficácia “pretende fazer sobrevir o que ele enuncia daquele que o enuncia” (Bourdieu, 2010, p. 116), cuja essência está na definição ou determinação do simbólico.



o verdadeiro do dissimulado no campo jornalístico. Por outro lado, será necessária a desconstrução das ideias de consenso formadas pelos agentes políticos. Desvelar a verdade, desta forma, resulta na missão do enunciador que se mostra um observador privilegiado e competente para classificar e dar a existir.

Assim, paulatinamente, em seu tempo, conforme o desenrolar da história, a informação permite outras concepções sobre o que é dito, fazendo emergir o não dito, nos diferentes contextos, por vezes questionável, permitindo a inserção de novos conhecimentos dos fatos no social, numa espécie de embate discursivo. Para Foucault,

*A história deste recobrimento seria aproximadamente a própria história do saber na sociedade ocidental desde a Idade Média; história que não é a do conhecimento, mas sim da maneira pela qual a produção da verdade tomou a forma e se impôs a norma do conhecimento. [...] Procedimento cujo resultado é determinado pela concordância de vários indivíduos sobre um fato, um acontecimento, um costume, que passam então a ser considerados como notórios, isto é, podendo e devendo ser reconhecidos (Foucault, 1979, p. 116).*

O autor francês é mais enfático ao avaliar que a verdade está na relação da “passagem” entre “verdade/prova à verdade/constatação” (1979, p. 116). A rigor, há um “ritual de produção [da verdade] que toma corpo numa instrumentação e num método a todos acessíveis e uniformemente eficaz; saída que aponta um objeto permanente de conhecimento e que qualifica um sujeito universal de conhecimento” (1979, p. 116).

Seria simplista a afirmação de que este “sujeito universal do conhecimento”, descrito pelo autor, seria oriundo dos diversos meios de comunicação que reproduzem discursos, pois se deve entender que a verdade se estabelece a partir dos enunciados que se formam na própria sociedade, que re-

sultam das relações sociais. Porém, a mídia ganha destaque em suas narrativas, nas quais emergem discursos em busca de consenso para a verdade desvelada. Neste sentido Foucault é enfático,

*Quero dizer que em uma sociedade como a nossa, mas no fundo em qualquer sociedade, existem relações de poder múltiplas que atravessam, caracterizam e constituem o corpo social e que estas relações de produção não podem dissociar, se estabelecer nem funcionar sem uma produção, uma acumulação, uma circulação e um funcionamento do discurso. Não há possibilidade de exercício do poder sem uma certa economia dos discursos de verdade (Foucault, 1979, p.179-180).*

Efetivamente, pode-se avaliar que a competência discursiva e o uso da “tecnologia”<sup>4</sup> estabelece espaço privilegiado para formar conhecimento, de modo a definir ações que gerem resultados na condução da sociedade.

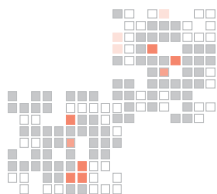
Entretanto, o poder de orientar os indivíduos no sistema, nesta análise, não resulta apenas no uso dos meios de comunicação tradicionais – como é o caso de *Veja*. As verdades estão em disputas permanentes e em maior nível de complexidade, nos tempos atuais.

No final, as narrativas produzem diferentes histórias, cujo resultado político destoa da proposta de verdade estabelecida por grupos de enunciadores, neste contexto, representados por uma espécie de consenso discursivo midiático.

Pois, Cristina Kirchner vence as últimas eleições presidenciais com grande margem de aceitação<sup>5</sup>,

4 Foucault faz referências às tecnologias que permitem a definição de dados, estatísticas que comprovam a verdade ao analisar as descobertas de técnicas voltadas para as conquistas de terras e riquezas. Assim, “A verdade não tem mais que ser produzida. Ela terá que se representar e se apresentar cada vez que for procurada” (1979, p. 117).

5 A presidente Kirchner que ao longo dos últimos anos não obteve apoio da parte da mídia da Argentina, sendo o grupo Clarín seu maior adversário no campo político, com oposição ao seu governo e retaliação pelo governo.



## Sistematicamente o discurso direto cabe a alguns enunciadores que coadunam com a representação estabelecida.

ainda no primeiro turno, sem ser ameaçada pelos adversários políticos de outros partidos, alguns dos quais mais próximos dos discursos de economia liberal, disseminados pelos países desenvolvidos<sup>6</sup>.

As eleições no Brasil em 2010 também servem de exemplo dos resultados de definição de enunciados midiáticos, pois Dilma Rousseff, que de última hora se filia ao Partido dos Trabalhadores (PT), e, apoiada por Luiz Inácio Lula da Silva, obtém vitória, ainda que no segundo turno, superando seus adversários. Alguns deles tradicionais na política nacional, como é o caso de José Serra, do Partido da Social Democracia Brasileira (PSDB), apoiado por parte considerável da grande mídia brasileira<sup>7</sup>.

#### 4. Os porta-vozes da enunciação

Apesar das limitações metodológicas, com apoio teórico de Bourdieu sobre poder simbólico<sup>8</sup> e os porta-vozes da política, faz-se possível compreender nas narrativas, seus os enunciados e verdades, que se referem aos acontecimentos políticos, como é o caso de matéria sobre eleições presidenciais na Argentina.

6 Principalmente, Estados Unidos, Inglaterra, França e Alemanha com ações político-econômicas em diversos países, seja através de medidas econômicas ou imposição de ordem política, visando democracia conforme essência do sistema capitalista.

7 Entre eles o jornal *O Estado de S. Paulo*, que em editorial, em dias que antecedem as eleições, se posiciona em favor de Serra. Entretanto, de maneira menos aberta outros veículos com grande audiência, como a *Folha de S. Paulo* e revista *Veja*, indiretamente deixam pesar na objetividade jornalística seu conteúdo em favor do candidato tucano.

8 Que, para o autor, “o capital político é uma forma de capital simbólico, *crédito* firmado na *crença* e no *reconhecimento* ou, mais precisamente, nas inúmeras operações de crédito pelas quais os agentes conferem a uma pessoa” (grifos do autor) (Bourdieu, 2010, p. 187).

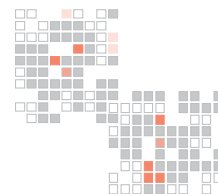
*Por outras palavras, a palavra do porta-voz, deve uma parte da sua “força de elocução” à força (ao número) do grupo para cuja produção como tal ele contribui pelo acto de simbolização, de representação; ela tem o seu princípio no acto de força pelo qual o locutor investe no seu enunciado toda a força para cuja produção o seu enunciado contribui ao mobilizar o grupo a que ele se dirige* (BOURDIEU, 2010, p. 187).

Os enunciados, portanto, não estariam desprovidos de representação que se elaboram na definição de discursos que sacramentam o real, a partir das verdades anunciadas pelo locutor, os quais possibilitam a mobilização em torno das propostas, sejam econômicas e/ou políticas. Neste embate efetiva-se a capacidade do enunciador de classificar ou evidenciar discursos, no sentido de formar conhecimento, instituído de poder simbólico<sup>9</sup>.

Deste modo, nem todos os personagens da narrativa ganham voz na formação do discurso, como é o caso da matéria publicada pela revista brasileira, como se verá na sequência. Sistematicamente o discurso direto cabe a alguns enunciadores que coadunam com a representação estabelecida, em consonância com a ordem de pensamento definida pelo narrador<sup>10</sup>. Nesta direção, deduzem-se quais são os que se alinham entre os bons, maus, competentes, dissimulados, verdadeiros; índices do posicionamento do enunciador. O objetivo, enfim, vai dando lugar aos referenciais que apon-

9 Pois, “o poder simbólico é um poder que aquele que lhe credita, uma *fides*, uma *auctoritas* (grifos do autor), que ele lhe confia pondo nele a sua confiança” (Bourdieu, 2010, p. 188).

10 Por uma questão metodológica não há distinção entre jornalista que assina a matéria, Duda Teixeira, e a revista *Veja*. Pois se pressupõe que ao ser publicado o conteúdo passou pelo filtro do editor, da linha editorial do veículo, o qual torna difícil distinguir até onde o texto é uma produção da profissional ou do semanário.



tam o lugar de fala do texto, permitindo a passagem visível do neutro e imparcial ao subjetivo.

### 5. A enunciação da verdade política

Com a dinâmica da sociedade, as crises econômicas financeiras que atingem os países considerando líderes globais, permitindo questionamento sobre a ordem social, fazem de países em desenvolvimento, como Brasil e Argentina, importantes jogadores (players) na contemporaneidade. Em essência, a vitória de um candidato que mantenha o modelo vigente e aquele que propõe rupturas significa diferenças em escala mundial.

Nesta perspectiva, o narrador<sup>11</sup> da revista *Veja* não deixa dúvida quanto ao seu posicionamento crítico e político logo no título da matéria, assinada pela jornalista Duda Teixeira<sup>12</sup>: “*A eleição do nestornauta*”<sup>13</sup> em destaque, tendo ao lado o ex-presidente Nestor Kirchner em preto e branco, caminhando em forma de um personagem em quadrinho no fundo do mar; que muito se assemelha ao um fantasma, compreendendo de baixo a cima toda a altura da página, ao lado de cartazes com propaganda de Cristina Kirchner, com slogans de campanha, tendo em plano secundário, borrada, a figura de um homem puxando um carrinho de mão, que ilustra a relação da campanha com as pessoas carentes do país. Portanto, três elementos que se compõem em um enunciado, formando um conjunto de signos que se verá na matéria.

No subtítulo a evidência do posicionamento do enunciatador no enunciado quanto à política da

família Kirchner: “*Com gastos excessivos em clientelismo e uma campanha que atribui ao falecido Kirchner a aura de super-herói argentino, Cristina vai às urnas confirmar o poder do clã*”.

Os adjetivos do título e subtítulo se são eficientes para definir o discurso do texto, logo não se fazem suficientes para avaliar qual o ponto que a matéria pretende chegar ao longo da narrativa.

Na essência, como solução será necessário compreender a *verdade*, que se mostra num discurso dissimulador e velado, cujo objetivo é a perpetuação no poder de um governo que passa de mão em mão dentro de uma mesma família, e na contramão da democracia. Subentende-se que a reeleição de Cristina Kirchner seria reprovada pelo enunciatador que exige do eleitor mais consciência<sup>14</sup>, o qual deveria ter acesso ao conhecimento libertador: o da verdade.

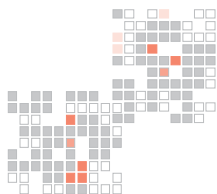
Inicialmente, já no primeiro parágrafo a desconstrução de um governo que conseguiu superar a crise que abateu sobre os argentinos por anos, pois, “Nestor Kirchner teve a sorte de governar o país durante um período de recuperação econômica, por condições externas favoráveis”, ou seja, o sucesso faz parte de um sistema de crescimento econômico global, o qual beneficiou a todos, indistintamente. Além do mais, a família perpetua alternando ora marido, ora esposa no poder. Embora, com a morte de Nestor, nem mesmo assim foi o suficiente para o fim do clã. A rigor, “o fantasma do político fez bem à candidatura da viúva”, pois saiu da casa de 13%, há um ano, para mais de 50% de intenções de votos, em condições de vencer ainda no primeiro turno. Para tanto, instrumentalizando a tradição popular nacional ao culto do herói, o filho do casal, Máximo Kirchner, popularizou a figura de um famoso personagem em quadrinho, o “eternauta” em “Nestornauta”, com feições heroicas de Nestor Kirchner.

14 Efetivamente não é possível definir eleitor de qual nação o enunciatador direciona suas afirmações. A rigor, poderá ser formadores de opinião de uma sociedade que se propõe globais.

11 Nesta análise será preferível a denominação de narrador e não locutor, por entender que aquele tem participação mais efetiva na construção da história, e não apenas que reproduz o texto previamente determinado.

12 Ao lado do nome da jornalista está “direto da Argentina”, o que demonstra uma cobertura feita diretamente do país, sem uso de agências. Trata-se, portanto, do primeiro relato do fato e não a repetição de enunciados.

13 Matéria publicada na página 94, na editoria de internacional, no dia 19 de outubro de 2011. As eleições no país ocorreram no dia 23 do mesmo mês, portanto, a última edição do semanário antes do pleito.



O culto ao mito da população serve como forma de manipular o eleitor, com uso da memória do político (fantasma) no sentido de se obter resultados, que deverão ser nefasto para o país. Evidenciava-se o questionamento de um consenso, sobre o qual se organiza para a exploração da cultura social. Aqui a decisão do eleitor é questionada, na competência para realizar escolhas políticas pertinentes, conforme prerrogativas do enunciador, que tenta impor sua visão de mundo.

No universo político, “Cristina também recorreu ao clientelismo para garantir apoio nas urnas, uma ferramenta de eficiência comprovada no país que inventou o peronismo”<sup>15</sup>. A exemplo do Brasil, de um governo assistencialista, ataca o enunciador: “hoje, um em cada quatro argentinos recebe algum tipo de ajuda governamental. Há desde o equivalente ao Bolsa Família brasileiro até pagamento de aposentadoria a quem nunca contribuiu para a previdência e a distribuição de 3 milhões de netbooks para alunos de escolas públicas”. Em suma, para não deixar dúvida surge o cidadão-personagem, que em discurso direto afirma: “nunca um presidente fez tanto para nos ajudar, diz Ernesto Ávila, caminhoneiro de 35 anos de La Matanza, cuja família é beneficiária em dois programas assistencialista”. O enunciado evidencia a ingenuidade do eleitor. Se não coaduna com o discurso do enunciador ninguém escapa.

Logo adiante Hugo Chávez surge como instrumento de crítica para o projeto “mercados concentradores”, o qual permite a população comprar carnes e peixes por um terço do valor normal. Continua a análise negativa da atual política de Estado, “as contas de luz e de água e as passagens de ônibus e de metrô também são subsidiadas e representam 22% dos gastos do governo”. No final, tudo isso representa a compra “institucionalizada” de votos, mas que esvazia o cofre público.

Os problemas virão, sentencia a matéria. O enunciador dá pista de sua preferência a um sistema de economia liberal, para um Estado mínimo.

Se até então, os personagens da narrativa se apresentam de caráter duvidoso na desconstrução da política estatal argentina, surge a voz da oposição que está em sintonia com a revista, pois, “a inflação é o imposto escondido que todo argentino paga. A cada ano que passa, o salário compra menos”, disse à *Veja* o candidato do Partido Socialista, Hermes Biner, o segundo colocado nas pesquisas”, entretanto, sem destacar o seu apoio popular nas eleições, que o distancia do primeiro colocado, Cristina Kirchner.

## 6. O enunciador faz emergir a verdade

O governo mente sobre o aumento da inflação, entretanto, “para atenderem à demanda de empresários e bancos, algumas consultorias privadas passaram a divulgar *índices realistas* (grifo nosso). O governo reagiu com multas e processos penais.” Ao longo dos enunciados, as evidências de uma disputa entre as propostas do Estado assistencialista e do setor privado, afinal, neste confronto os índices dos empresários e bancos são realistas. Neste ritmo, nem mesmo a justiça escapa à crítica do enunciador: “no mês passado, um juiz kirchnerista<sup>16</sup>, como forma de intimidação, pediu os dados pessoais de jornalistas que divulgavam os números reais de inflação”. Se não contempla a visão de mundo do enunciado estabelecido, logo recebe as alvejas do enunciador.

Na busca de ratificar o discurso do semanário, o enunciador lança mão do campo científico, pois, o economista Juan Luis Bour, de Buenos Aires, torna-se fonte e sentencia: “em algum momento, nos próximos dois anos o governo terá de dar más notícias, como o fim dos subsídios”.

15 Mais uma vez o eleitor é avaliado como vulnerável às promessas políticas, sem se dar conta da falta de consciência política, vulnerável aos apelos emocionais, populista, que o aproxima do fascismo.

16 Ou seja, se posiciona em favor do governo, pressupõe manter relações de envolvimento político com a família no poder, por isso, a denominação de juiz Kirchnerista.



Na busca da verdade, nem mesmo os jornalistas passam incólumes, nos programas de esporte de TVs estatais “os comentaristas fazem elogios rasgados ao governo. Jornais chapas-brancas sustentados com dinheiro dos impostos são distribuídos gratuitamente nas padarias, no metrô e nos aviões da Aerolíneas Argentinas”. Portanto, a busca de uma verdade, condiciona a elucidação dos interditos da parte questionada, desde os enunciadores, os seus porta-vozes, sobretudo os seus enunciados.

As ONGs não escapam à crítica, pois a que reúne as mães da praça de maio, que lutam pelos desaparecidos durante a ditadura militar do país, faz coro na farra estatal com a família Kirchner. “Governadores de províncias eram orientados pela Casa Rosada a fazer acordos com as mães, pois só assim receberiam a verba federal”. Mas há denúncia de corrupção sobre as entidades: “as mães usavam dinheiro público para comprar cartazes e promover atos em favor de candidatos do governo, confirmou à *Veja* um dos envolvidos, Sérgio Schoklender”. Portanto, a fonte confirma as afirmações de *Veja*, e a rigor, trata-se de alguém que tem conhecimento, uma pessoa envolvida com os atos de corrupção, com ligações com o governo de Kirchner.

Finalmente, a presidente eleita perpetuará no poder, sendo mais longeva do que Juan Domingos Perón e Carlos Menem, que dominaram o país por longos 10 anos; os Kirchners ficarão, com o novo mandato, por 12 anos e meio estabelecidos na Casa Rosada, sede do governo. Ainda há proposta, a exemplo de Chávez da Venezuela, de se perpetuar no poder, pois a deputada kirchnerista Diana Conti propõe a reeleição indefinida para um governo “Cristina eterna”. Em essência, nada mais adequado que o nome do personagem em quadrinho, “eternauta”, “muito propício como símbolo de uma família que quer se perpetuar no poder”.

Conforme se pode observar o jornalista como narrador da história, não se evidencia, mas fica clara a presença do semanário que se apresenta, quando destaca as frases: confirmou à *Veja*, disse à *Veja*,

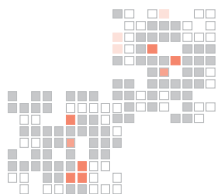
com o nome da revista em destaque. Sinais de que o enunciado se relaciona com a ordem discursiva, conforme linha editorial da empresa de comunicação. Todavia, não se desconhece sua presença como locutor-enunciador, contudo os sinais de enunciação ficam por conta do veículo-empresa.

Na narrativa, de maneira estratégica o enunciador se cerca de fontes que apenas ratificam as verdades afloradas no texto, sendo que os enunciados contrários são rapidamente apresentados e desconstruídos, como se perseguisse o não dito obscuro e perigoso para os interesses sociais, de uma sociedade global.

## 7. Conclusão

Com uma sociedade cada vez mais envolvida nos atos comunicativos, nada mais importante do que entender as narrativas na modernidade, as quais permitam formar conhecimento e comportamento social, resultando em ações que dizem respeito a toda humanidade, globalizada. A compreensão das verdades e seus porta-vozes pode ser um método para se observar os caminhos percorridos pela sociedade, pois a formação de consenso torna-se importante para a tomada de decisões, sobretudo política, com vista à democracia, a qual oferece oportunidade aos indivíduos pertencentes a um sistema complexo.

Como se tentou mostrar neste artigo a narrativa exige personagens que, dispostos no texto do jornalismo, permitem a concepção de neutralidade e objetividade, mas no final o enunciador faz emergir discurso que chame a atenção dos espectadores para seus enunciados-verdades, os quais serão responsáveis por ações no presente e futuro, na delimitação da organização do sistema social. Neste sentido, o jornalista como enunciador não está só nesta jornada, pois se torna perceptível a presença da linha editorial do veículo-empresa delimitador na definição de horizontes, no mundo moderno (ou mesmo pós-moderno); e outros enunciados de outros campos.



Como observação, não se trata de defenestrar um veículo de comunicação ou outro, a rigor. Os agentes de representação simbólica obtêm participação maior ou menor, para cada segmento, conforme disponha de tecnologia para fazer valer sua força e poder, em busca de consenso, num mundo

de enfrentamentos e decisões permanentes. Disputas discursivas, hoje mais do que nunca, atingem a todos, sobretudo em regiões que conseguem ascensão frente às crises, que afetam as nações da ordem político-econômica global, como é o caso da América Latina, com seu território, cultura e narrativas.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BOURDIEU, Pierre. *O poder simbólico*. 14. ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2010.

CANCLINI, Néstor García. *Latino-americanos à procura de um lugar neste século*. São Paulo: Iluminuras, 2008.

FIORIN, José Luiz. *Astúcias da enunciação*. 2. ed. São Paulo: Ática, 2010.

FOUCAULT, Michel. *Microfísica do poder*. 10. ed. Rio de Janeiro: Graal, 1979.

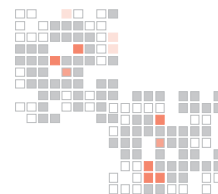
MOTTA, Luiz Gonzaga. *Narratologia: teoria e análise da narrativa jornalística*. Brasília: Casa das Musas, 2005.

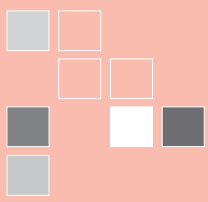
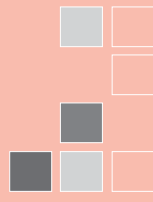
TEIXEIRA, Duda. *A Eleição do nestornauta. Veja*. São Paulo, ano 44, edição 2239, n. 42, 19 out. 2011. p. 94-97.

WOLF, Mauro. *Teorias da Comunicação*. 6. ed. Lisboa: Presença, 2001.

BAUMAN, Zygmunt. *Globalização: as consequências humanas*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 1999.

HABERMAS, Jürgen. *Mudança estrutural da esfera pública*. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1984.





# AS MEDIAÇÕES DE UMA COMUNIDADE NA AMAZÔNIA BRASILEIRA: O EXERCÍCIO DE UMA PESQUISA MULTIMETODOLÓGICA

LAS MEDIACIONES DE UNA COMUNIDAD EN LA AMAZONÍA BRASILEÑA: LO EJERCICIO DE UNA INVESTIGACIÓN MULTIMETODOLÓGICA

*THE MEDIATIONS OF A BRAZILIAN AMAZON COMMUNITY: THE EXERCISE OF A MULTI-METHODOLOGICAL RESEARCH*

## Maria Ataíde Malcher

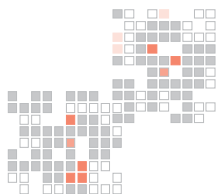
■ Doutora e Mestre em Ciências da Comunicação pela ECA-USP. Professora adjunta da Faculdade de Comunicação da Universidade Federal do Pará e coordenadora do Programa de Pós-Graduação Comunicação, Cultura e Amazônia, do Laboratório de Pesquisa e Experimentação em Multimídia da Assessoria de Educação a Distância, ambos da UFPA, e dos projetos Ciência e Comunicação na Amazônia, Academia Amazônia, ABC Digital e UFPA Multimídia.

■ E-mail: [ataidemalcher@uol.com.br](mailto:ataidemalcher@uol.com.br)

## Fernanda Chocron Miranda

■ Mestranda do Programa de Pós-Graduação Comunicação, Cultura e Amazônia da Universidade Federal do Pará e bolsista CAPES. É integrante do Grupo de Pesquisa em Audiovisual e Cultura (GPAC e pesquisadora colaboradora do Laboratório de Pesquisa e Experimentação em Multimídia da Assessoria de Educação a Distância da UFPA e dos projetos ABC Digital, Academia Amazônia e UFPA Multimídia.

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





## RESUMO

Esta comunicação apresenta resultados de um estudo de recepção desenvolvido em uma comunidade da Amazônia brasileira, que se deu na perspectiva da pesquisa multimetodológica e do exercício da cartografia. Com um desenho metodológico atento ao objeto de estudo, verificamos que o universo pesquisado, mesmo não tendo acesso à energia elétrica, tem entre as mediações, além das formas tradicionais, os meios de comunicação TV, rádio e celular. Como tantos outros, este cenário revela a diversidade de um país como o Brasil e, por sua vez, da América Latina, onde a população, ao mesmo tempo em que convive com inovações tecnológicas, com diferentes níveis de acesso, atua criativamente e em diálogo com práticas tradicionais próprias da vida comunal

**PALAVRAS-CHAVE:** PESQUISA DE RECEPÇÃO; MEDIAÇÕES; CARTOGRAFIA; AMAZÔNIA BRASILEIRA.

## RESUMEN

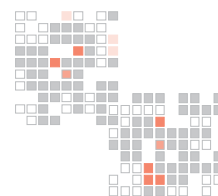
Presenta resultados de un estudio de recepción desenvuelto en una comunidad de la Amazonía Brasileña, que es direccionada en la perspectiva de investigación multimetodológica e ejercicio de cartografía. Con un diseño metodológico atento al objeto, verificamos que universo investigado, sin tener acceso a la energía eléctrica, tiene entre las mediaciones, además de las formas tradicionales, los medios de comunicación TV, radio y celular. Como tantos otros, este escenario revela la diversidad de un país como Brasil y América Latina, donde la población, al mismo tiempo, que convive con innovaciones tecnológicas, en diferentes niveles de acceso, también actúa creativamente y en dialogo con prácticas tradicionales propia de la vida comunitaria.

**PALABRAS CLAVE:** INVESTIGACIÓN DE RECEPCIÓN; MEDIACIONES; CARTOGRAFÍA; AMAZONÍA BRASILEÑA.

## ABSTRACT

This communication presents the results of a reception study in a Brazilian Amazon community, based on a multi-methodological perspective and the exercise of cartography. With a methodological approach aware of the object, we found that the group studied, while not having access to electricity, has in the medias - as TV, radio and mobile phone - a strong mediation, besides the traditional ones. Like many others, this scenario reveals the diversity of a country such as Brazil, and also of the Latin America, where the population lives among many technological innovations, with different levels of access, and use this technology creatively and in dialogue with their own traditional practices of communal life.

**KEYWORDS:** RECEPTION STUDY; MEDIATIONS; CARTOGRAPHY; BRAZILIAN AMAZON.



## 1. Introdução

A Amazônia Brasileira, como integrante da América Latina, abriga diferentes modos de vida ainda desconhecidos para seus próprios moradores. Realidades diferentes pressupõem formas específicas de organização social, e conseqüentemente, exigem um olhar ampliado dos pesquisadores para sua compreensão. Assim, verificamos a complexidade de utilizarmos o conceito de diversidade como central para explicar a nossa cultura, sem conhecer realmente os diferentes papéis das mediações de múltiplos cotidianos da América Latina.

Diante de um cenário específico da região amazônica, uma comunidade ribeirinha no interior do Estado do Pará que fica na parte Norte do Brasil, nos dedicamos a estudar os processos comunicativos<sup>1</sup> dos moradores e assim verificar quais mediações, marcam e, possivelmente, delineiam a formação identitária das crianças da comunidade.

Localizada na área de várzea<sup>2</sup> da zona rural do município de Óbidos<sup>3</sup>, a comunidade estudada – chamada Santíssima Trindade –, que possui uma população de 72 famílias (cerca de 300 pessoas)<sup>4</sup>, à primeira vista, pareceu um local isolado das “redes” (Castells, 2006) mesmo para nós que moramos na região e estamos um pouco mais habituados com as dimensões continentais de nossos estados. Essa noção de isolamento se deve ao fato de a comunidade estar distante dos centros urbanos e, sobretudo, por não estar ligada à rede de fornecimento regular de energia elétrica, tendo acesso à eletricidade apenas por um gerador mantido pelos próprios moradores, que funciona durante algumas horas da noite, mas não atende a toda comunidade.

1 Para a pesquisa e elaboração do presente artigo foi adotada a perspectiva de processo comunicativo a partir de Vera França (2001; 2006; 2008).

2 Áreas que permanecem alagadas durante vários meses do ano.

3 Óbidos é um dos municípios de maior extensão territorial do Pará, está localizado no Oeste do Pará, a mais de mil quilômetros da capital, Belém, possui mais de 50 mil habitantes e pouco mais da metade na zona urbana (IBGE, acesso em 25 jan. 2011).

4 Dado referente ao período da pesquisa de campo: janeiro de 2010.

Vivenciando o exercício de cartografia da comunidade, verificamos que espaços de convivência tradicionais e próprios do modo de vida comunal, como Igreja, Escola e Família ainda se constituem como importantes “fontes” para a “tessitura” de significados pelos moradores. Ao lado disso, porém, observando-se enfaticamente a ausência de eletricidade, a Santíssima Trindade apresenta entre suas “rodas de fiar”, os meios de comunicação, com destaque para a presença da TV, rádio e celular.

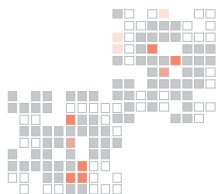
Além de apresentar alguns dos principais resultados obtidos durante o estudo de recepção, nossa intenção, aqui, é propor uma breve reflexão a respeito dos desafios que marcam a pesquisa em comunicação do ponto de vista metodológico, entre os quais está situado o exercício da cartografia e os desafios da pesquisa multimetodológica.

## 2. O desenho metodológico

Apesar de ainda se constituir como algo relativamente “novo” em comunicação, e, em muitos casos, ser considerado um procedimento sem rigor ou consistência, pode-se dizer que cartografia é uma possibilidade promissora de pesquisa para os cientistas da área, tendo em vista que essa forma de compreender o objeto de estudo permite a construção de um mapa (nunca acabado) a partir da integração do contexto do objeto com as percepções e observações do pesquisador, “que são únicas e particulares” (Rosário, 2008, p. 207).

Assim como Rosário (2008), percebemos a cartografia como “um procedimento/metodologia/método” que

*se desprende dos mitos da ciência em vários aspectos, entre os quais: não se declara neutra, pelo contrário, é parte do objeto; procura tensionamentos, subjetivações e afecções; não toma distanciamento, mas se aproxima do que vai ser estudado, refletindo-se nele; não se constrói sobre modelos metodológicos prontos, mas sobre a trajetória do pesquisador; não propõe a busca*



*da verdade, e sim um caminhar, um ponto de vista sobre o mundo, procurando conhecimentos, suas versões e sua expressividade* (Rosário, 2008, p. 206).

Por outro lado, como afirma Martín-Barbero (2004, p. 11), ao se falar em cartografia inicialmente estivemos presos à noção de que “todo mapa é, em princípio, filtro e censura, que não só *reduz* o tamanho do representado, como também *deforma* as figuras de representação, truncando, simplificando”. Contudo, o próprio autor evidencia a pertinência dessa prática investigativa na área da comunicação ao expor os desafios de sua trajetória acadêmica, que teve o “olhar” reconfigurado diante da vivência na América Latina, tanto do ponto de vista teórico quanto metodológico. “O cartógrafo é um experienciador, um experimentador que se entrega ao caminho e vai apreciando nele aquilo que sua percepção lhe permite – eliminando a possibilidade do distanciamento do objeto e da razão pura” (Rosário, 2008, p. 215).

Assim, a partir da opção metodológica pela cartografia e do exercício de trabalhar em uma perspectiva multimetodológica, foi possível desenvolver o estudo de recepção na comunidade, no qual foram aplicados diversos métodos e instrumentos de coleta de diferentes abordagens teóricas, entre os quais a técnica de observação foi recurso essencial para percebermos as mediações que possivelmente marcam e delinham os processos comunicativos das crianças de Santíssima Trindade.

Nesse sentido, cientes dos desafios da cartografia expostos por Rosário (2008), podemos afirmar que, apesar de opções metodológicas anteriores à ida a campo, o desenho metodológico de nossa pesquisa foi sendo formado de fato a partir da realidade percebida em lócus. Para isso, foi necessário exercitarmos a flexibilidade e a criatividade a fim de contemplar o mapeamento desejado que englobasse “tanto os elementos do espaço quanto os elementos do tempo e não visa representar o

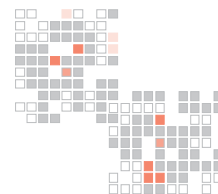
objeto tal qual, mas verificar processos, detalhes, transformações, fluxos, amplitudes, entre outros” (Rosário, 2008, p. 210).

Frente à complexidade de realizar um estudo com crianças, desde a fase exploratória preocupamo-nos em identificar quais os recursos metodológicos que nos possibilitariam resultados satisfatórios no momento da pesquisa de campo. Schmitz (2008), explica que são esses movimentos de busca e construção do repertório teórico e dos parâmetros metodológicos que passam a delinear a feição do objeto de estudo.

As autoras Vassallo, Borelli, Resende (2002) fazem uma retrospectiva na tentativa de compreender os primeiros passos dos estudos de recepção. Nesse “passeio histórico”, elas destacam que a noção de pesquisa de recepção esteve em grande parte atrelada ao estudo das audiências dos meios de comunicação, o que agregava a esse tipo de análise, em muitos casos, um caráter exclusivamente quantitativo.

Com o passar do tempo e a estruturação da abordagem dos Estudos Culturais, foi possível libertar a reflexão “do modelo reducionista dos efeitos”. Assim, a recepção passa a ser vista como “prática complexa da construção social de sentido”, ou seja, encarada como processo que se desenvolve a partir do contexto sociocultural do receptor, que passa a filtrar e construir seus próprios significados a partir das mensagens.

Por isso, a pesquisa de recepção preocupa-se em verificar o processo de circulação de mensagens em uma determinada dinâmica cultural, em que estão disponíveis diversas fontes de construção de sentido. Logo, percebe-se que a riqueza do processo não está na emissão dos conteúdos, mas na circulação e apropriação do que é difundido por diferentes fontes e que é ressignificado a partir das mediações que marcam os processos comunicativos. Antes do surgimento dos meios de comunicação ditos de massa, os redutos de ideologia se resumiam à Família, Igreja e Escola. Apesar de, na



comunidade pesquisada, esses ainda serem fortes pontos de mediação entre as crianças, os meios, sobretudo a televisão, constituem importantes fontes de mediação.

Tendo em vista os desafios do estudo de recepção, durante a fase exploratória, a todo o momento, éramos interpelados por inquietações: como vamos verificar as mediações que configuram os processos comunicativos daquele universo infantil, sem conhecer o contexto de vida da comunidade? Como vamos saber com o que as crianças se identificam, sem saber de seus gostos e hábitos diários?

Com o avanço das discussões em torno dos processos de inserção e interação do pesquisador com o contexto observado, Peruzzo (2005) explica que entre os estudiosos não vigora mais a visão equivocada de que a integração do pesquisador deve ser tamanha, que ele passe a se “confundir” com seus observados. Mas observa que na Comunicação, a pesquisa participante propõe-se a “ir além da constatação crítica sobre as manipulações da mídia e seu poder de influência”, e consequentemente, contribuir para o avanço da pesquisa na área e transformação de realidades.

Ainda com base em Peruzzo (2005), podemos verificar exatamente o ponto central de nossa pesquisa, no que tange ao estudo das mediações, que, possivelmente, estão no cerne dos processos comunicativos das crianças da comunidade. Assim, para garantirmos a realização de uma investigação que utilizou técnicas do tipo etnográfica, na qual é inerente a observação participante, foi necessário nos apropriarmos de diferentes procedimentos metodológicos e instrumentos de coleta: diário de campo; entrevistas semiestruturadas; grupo focal; questionários de hábitos culturais e socioeconômicos; atividades específicas de recepção com as crianças que envolveram fotografia, música e a elaboração de desenhos; coleta de desenhos e redações das crianças a partir de diferentes temas durante atividades dentro e fora da escola; registro fotográfico de todas as atividades desenvolvidas; e captura em

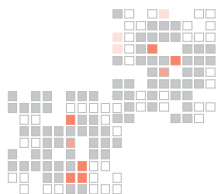
audiovisual das atividades que envolveram análise posterior de conteúdo (entrevistas, grupo focal, atividades de integração, recepção, observação).

### 3. As “rodas de fiar” da comunidade

Da necessidade de perceber a comunicação a partir da “cultura” e de “resgatar sua face humana”, conforme orientam Martín-Barbero (2001) e Wolton (2006), em campo, direcionamos nosso “olhar” para a compreensão das trocas simbólicas desenvolvidas pelos moradores e, sobretudo, pelas crianças da comunidade.

Retomando a citação na qual Geertz diz que o “homem é um animal suspenso em uma teia de significados”, e que Thompson (2009) complementa, afirmando que com o surgimento dos meios de comunicação massivos, estes passam a ser as “rodas de fiar” dos sentidos produzidos pela humanidade, podemos dizer, então, que fomos em busca das “rodas de fiar” dessas crianças, imaginando, em um primeiro momento, que elas seriam, ao invés da mídia, – como nos grandes centros urbanos –, a escola e os livros didáticos, a igreja e a família, tendo em vista que a Santíssima Trindade ainda é marcada por um relativo isolamento, por não possuir acesso à energia elétrica.

Entretanto, com a vivência em campo, constatamos que os meios de comunicação massivos (TV e Rádio) constituem importantes “fontes” para a “tessitura” de significados pelas crianças. Assim, mesmo ainda apresentando importantes espaços de convívio social como Igreja, Escola e Família – as “rodas de fiar” próprias do modo de vida comunal, como afirma Thompson (2009) – a comunidade abriga ainda outras fontes de trocas simbólicas a partir das quais os moradores constroem suas percepções. E essas novas fontes mediadoras, os meios, chegam e se inserem na dinâmica social de Santíssima Trindade muito antes dos livros didáticos, do sistema de saúde, da luz elétrica, do saneamento básico, etc. Diante disso, nosso papel é refletir sobre as consequências e perceber



## Do total de pais e responsáveis que responderam ao questionário socioeconômico, apenas dois declararam não ir à igreja.

o papel da mídia, que mesmo em lugares ditos “isolados”, tem função “formadora”, e assim, atentarmos para a complexidade do que ainda temos que compreender e “enfrentar” na região, e para a inestimável e desconhecida diversidade cultural da Amazônia, do Brasil, e da América Latina de modo mais amplo.

### 3.1 A Família<sup>5</sup>

A maior parte do tempo em que as crianças da comunidade não estão na escola, elas se ocupam de atividades em casa geralmente ligadas aos pais e a outros familiares.

Para compreendermos a família como uma das mediações da comunidade pesquisada, é preciso ter em mente o que Martín-Barbero (2001) afirma: “o espaço doméstico não se restringe às tarefas da reprodução da força de trabalho”. Considerando a “cotidianidade familiar” como um dos “três lugares de mediação”, o autor aponta a necessidade de ampliarmos o olhar sobre o consumo, quebrando a concepção reducionista de que ele apenas provoca a interiorização de valores das classes dominantes nas populares. Precisamos compreender o consumo a partir das apropriações culturais e dos diferentes usos sociais da comunicação.

Entre os fatores que nos levaram a encarar a família como forte mediação estão os resultados da Atividade de Integração. Por meio de desenhos feitos pelas crianças e de seus depoimentos em vídeo explicando o que haviam desenhado, verificamos que a maioria definiu, ou incluiu, entre os lugares preferidos na comunidade sua própria casa. Quando questionados por que, justificaram dizendo que aquele era o local onde estava a famí-

lia. Além da referência às casas, alguns alunos desenharam membros da família (mãe, pai, irmãos, etc.) e ainda elementos que marcam a rotina daquele ambiente, como os brinquedos, o barco ou “bajara”<sup>6</sup> do pai, em que costumam sair para ajudar a pescar.

Levando em consideração a presença dos meios de comunicação na Santíssima Trindade, e a partir desse fato, identificá-los também como importante mediação para as crianças, não podemos perder de vista o que Vassallo, Borelli, Resende (2002) chamam de “pacto de recepção”, que é implicitamente construído entre os membros de uma família. No caso da comunidade, percebemos essa relação ainda mais forte ao compararmos com a assistência à TV em uma grande cidade, por conta do acesso limitado à energia pelos moradores que para obtê-la se utilizam do gerador ou da bateria de carro. Assim, o horário em que “a luz se faz” torna-se o cenário “perfeito” para a reunião familiar “em frente” à TV.

### 3.2 A Igreja

Um dos fatores apontados por Thompson (2009) como central para o advento das sociedades modernas foi a perda do poder da Igreja Católica que antes dominava a produção e difusão de símbolos religiosos e crenças, bem como valores e comportamentos. Chamamos atenção para isso, pois no caso da Santíssima Trindade, observamos que a Igreja ainda constitui um importante espaço de convívio social. Por ter uma forte significação para os moradores, ela se caracteriza como mediadora das práticas comunicacionais, já que ainda

5 A numeração adotada não faz referência a ordem ou classificação em nível de importância.

6 Tipo de embarcação comum na região que tem a formatação de uma canoa, porém, maior e com um motor de baixa potência abastecido a diesel que a movimenta sem o uso de remos.



**“É desse jeito [fazendo referência à TV]  
e aqui que o meu filho se mantém informado”  
(Miranda, 2010, p. 23).**

“dita” crenças, valores e – possivelmente – comportamentos dos moradores, que desde crianças, são inseridos nas atividades de catequese, celebrações etc. Isso é percebido também nos desenhos coletados na Atividade de Integração, pois das 18 crianças, 12 fizeram referência à Igreja como o local mais importante da comunidade.

A relevância dessa mediação é evidenciada nos resultados dos questionários de hábitos culturais. Depois de “brincar”, “ir à igreja” é a segunda atividade mais presente na rotina das crianças. Dos 18 respondentes, 88,9% declararam que nas horas vagas vão à igreja. E das 16 crianças que frequentam o espaço, 62,5% vão uma vez por semana e 25% todos os dias.

Do total de pais e responsáveis que responderam ao questionário socioeconômico, apenas dois declararam não ir à igreja. Assim, constata-se novamente o papel da “família” na construção e mediação de referenciais culturais na vida das crianças.

Outro aspecto interessante e que já nos direciona para compreensão do ambiente escolar também como mediação, é que antes do início das aulas e refeições, as crianças, por orientação das professoras, fazem uma oração. Atribuímos esse hábito ao fato das três docentes terem se declarado católicas e frequentarem regularmente a igreja. Além de uma delas ser a “catequista” da comunidade.

Também no âmbito da escola, foi verificado, a partir de redações de alunos de 3ª e 4ª séries, em aula de Português – sobre o tema “Preservar é saber amar a natureza” –, que ao “alertarem” para a necessidade de cuidar da natureza, eles argumentaram dizendo que foi “Deus quem fez”, daí o motivo da preservação. Além disso, durante uma

das atividades específicas de recepção realizada em campo, foi solicitado aos alunos que cantassem uma música que representasse um aspecto do modo de vida da comunidade. A música escolhida foi “Como Zaqueu” (Regis Danese), comum nas igrejas católicas.

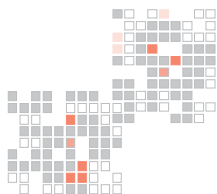
### **3.3 A Escola**

Ao compreendermos a escola como uma das mediações, é interessante destacar a percepção que marca o início desta pesquisa, de que em uma comunidade com relativo isolamento, não poderíamos fazer um estudo com crianças se não fosse a partir desse lócus. Isto porque, a escola é o principal espaço de convivência das crianças.

Em uma breve reflexão a respeito da “organização” da comunidade, podemos perceber como, indiretamente, a própria disposição dos elementos físicos no centro da Santíssima Trindade – Igreja, escola e centro social (barracão) –, coloca em destaque o que no início desta análise denominamos de “rodas de fiar” (Thompson, 2009).



**Figura 1** Centro da comunidade Santíssima Trindade - Óbidos - Pará - Brasil



Ainda a partir dos questionários socioeconômicos, constatamos o significado da “educação” de um modo geral e as percepções que os pais das crianças têm sobre os estudos na vida dos filhos. A mãe de um aluno da 4ª série do Ensino Fundamental, ao responder ao questionário, forneceu-nos ainda mais elementos para analisarmos o papel social da escola e, sobretudo, compreendermos o valor atribuído à formação educacional pelos moradores da comunidade. Além do filho, que estuda na Cassilda Helena (escola pública da comunidade), essa senhora tem uma filha mais velha, na época da pesquisa com 15 anos, também residente na comunidade, mas que estudava na cidade de Óbidos, cursando o 2º ano do Ensino Médio.

O fato de a filha conseguir dar continuidade aos estudos é motivo de muito orgulho para seus pais e para seu irmão, que em diversas oportunidades fez referência à irmã, como alguém “que estuda muito”. Entretanto, o que nos pareceu a maior “vitória” dessa família é que, além de ser considerada “estudiosa” por seguir com sua formação, a filha teve a oportunidade de fazer cursos e obter, por exemplo, formação básica em informática. Relatadas como “fruto” de muito esforço e trabalho pelos pais, todas as vitórias da filha e, com certeza, as conquistas futuras do filho, permanecem em “destaque” nas paredes da casa da família, que fez questão de “plastificar” os certificados e deixá-los

expostos. Tanto é, que na oportunidade que tivemos de visitar as casas das crianças, ao chegarmos à residência dessa família, fomos imediatamente convidados a entrar e conhecer o que a família guarda de mais precioso.

### 3.4 Os meios de comunicação

Entre os aspectos observados que permitiram verificássemos que os meios de comunicação dividem espaço na comunidade com as mediações tradicionais, foi a análise das formas de assistência à TV e ao rádio, que se constitui como experiência diária e compartilhada na família.

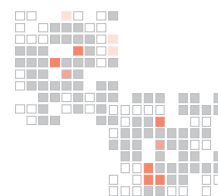
Os programas televisivos mais assistidos pelas crianças são desenhos animados (93,8%); filmes (81,3%); e telenovela, telejornal e programas de auditório (com 75% cada). É interessante observar que tanto entre as crianças, na faixa de idade de 6 a 8 anos, como de 10 e 11, a assistência às novelas e ao jornal atinge a mesma porcentagem. Isso pode ser atribuído ao fato de essas atividades ocorrerem na presença dos pais, tendo em vista que são os programas assistidos por 100% dos adultos.

Foi possível verificar que o momento em que os alunos assistem a desenhos animados e filmes, comum a 100% das crianças de 6 a 8 anos, se caracteriza como experiência individual, já que os pais não fizeram referência a esse tipo de programação. Além disso, sobre esse mesmo fato, cabe destacar que muitas dessas crianças assistem TV a partir do uso da bateria de carro. Portanto, caracteriza-se como um consumo “particular” de energia, no interior das famílias.

Ainda por meio dos questionários aplicados aos pais e responsáveis, verificamos que os programas assistidos por essa amostra são veiculados no horário de funcionamento do gerador da comunidade. Assim, diferentemente das crianças que assistem à TV com o uso da bateria de carro, a maioria dos pais tem o acesso aos conteúdos “regidos” pelo funcionamento do gerador, ou vice-versa.



Figura 2 Certificados: o “orgulho” da família



As representações nos são impostas, transmitidas para nós a partir de uma sequência de elaborações e mudanças que ocorrem ao longo do tempo e de sucessivas gerações.

Entre os momentos que consideramos mais marcantes da pesquisa de campo, está a conversa informal que tivemos com a mãe de um aluno do 2º ano do Ensino Fundamental, durante a visita às casas. Ao chegarmos à residência, composta por apenas dois cômodos (um conjugado de quarto e sala e, no fundo, um espaço menor, onde é a cozinha), vimos que o filho – que havia acabado de chegar da escola –, assistia à TV a partir da energia da bateria de carro. Ao pedirmos autorização para entrar na casa e conhecer um pouco sobre o modo de vida daquele aluno, a mãe nos recebeu, e, ao final, comentou que apesar de simples, “é desse jeito [fazendo referência à TV] e aqui que o meu filho se mantém informado” (Miranda, 2010, p. 23).

### 3.4.1 Lugar de “destaque” nas casas

Ao falarmos da presença dos meios de comunicação de massivos na comunidade Santíssima Trindade, não podemos deixar de fazer referência ao local de destaque que estes ganham na organização espacial interna das casas.

192



Figura 3 O “cenário” da informação



Figura 4 Exemplo da presença dos meios de comunicação na comunidade



Figuras 5 e 6 Exemplos da presença da TV na comunidade



Ou ainda, da presença quase “exclusiva” da televisão ou do rádio no interior das residências.

**Figura 7** Exemplo da presença do rádio em uma casa da comunidade



### 3.4.2 “Repercussão” na escola

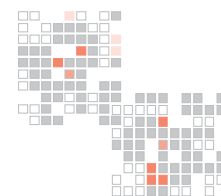
Como forte mediação entre as crianças, as produções e o consumo de significados que se dão através dos meios de comunicação passam a “circular” e fazer parte de diferentes esferas da comunidade. A principal, não poderia ser diferente, é a escola.

De acordo com a professora 01<sup>7</sup>, que atua com as turmas de Ensino Fundamental, o contato que as crianças têm com as mídias em casa repercute na sala de aula.

7 A fim de preservar a identidade das professoras da escola do universo pesquisado, optamos por não identificá-las pelo nome, disponibilizando apenas um breve perfil. Por isso, atribuímos a cada professora entrevistada um número, iniciando em 01. A entrevistada no período da pesquisa de campo era professora da escola da comunidade, tinha 25 anos e formação em Ensino Superior incompleta. A professora, que dava aulas para as turmas de 1º, 2º e 3º anos pela manhã e 3ª e 4ª à tarde, estava cursando, em nível de graduação, Pedagogia, em um curso presencial e intervalar, com duração de 03 anos, ofertado por uma faculdade particular que tem filial em Óbidos. A professora é moradora da comunidade de Santíssima Trindade, casada e tem dois filhos pequenos, sendo um aluno da escola pesquisada.

*Eu pedi um dia pra cada um contar uma história (...) podia ser eles inventarem ou podia que eles já conhecem. Então, teve alunos que contaram sobre desenhos na televisão (...). Dessa forma, eu acho que já essa coisa da televisão já está repercutindo na sala de aula. Inclusive, no planejamento [referência aos treinamentos ofertados pela Secretaria Municipal de Educação] muitas pessoas recomendam que quando a gente chega em sala de aula, a gente ouça eles: “professora, tal coisa aconteceu na novela”, “professora, passou isso no filme”. É muito bom, porque eles vão tendo contato e perdendo o medo de falar. Se deixar liberado, eles vão até o final da aula contando (...) “professora o toque do celular da mamãe é assim”. Eles sabem muita coisa. Apesar da gente tá aqui no meio rural, que muitas pessoas dizem que a gente não tem acesso, mas em casa eles têm muito acesso a isso. (...) na maioria dessas casas a televisão é a bateria, então quando acaba a carga da bateria, aquele que não assistiu já quer contar pro outro que assistiu. Nossa, praticamente todo mundo tem celular em casa (Professora 01, Série de Depoimentos, 2010, p. 10).*

A presença, sobretudo, da televisão e do celular no cotidiano das crianças também foi percebida por nós durante a pesquisa de campo, em que ouvíamos os alunos comentarem o que assistiram na TV ou utilizarem em brincadeiras “bordões” e falas específicas de personagens de



telenovela e de programas como “Zorra Total”<sup>8</sup>.

Para exemplificar o uso do celular na comunidade, destacamos o relato de umas das professoras da escola: “Ano passado, eu tava trabalhando com Educação Infantil e tinha que trabalhar os sons, eu passava o som através do celular pra eles” (Professora 01, Série de Depoimentos, 2010, p. 09).

#### 4. A mídia como novas “rodas de fiar”

Como vimos, os meios fazem parte das atividades diárias dos moradores da comunidade. Mais que isso, como observado na fala das professoras e dos pais, eles se constituem como fontes de informação por meio das quais as crianças se apropriam de conteúdos e fazem as mensagens “circularem” no âmbito da comunidade, passando a ditar a lógica, até mesmo, em outros espaços de mediação, tais como a escola. E recorrendo a Martín-Barbero (2001) verificamos que com o advento da modernidade, os meios de comunicação de massa passam a preencher “o vazio deixado pelos aparelhos tradicionais na construção de sentido”.

Assim, fazendo uma breve reflexão sobre o “vazio” mencionado por Martín-Barbero (2001), observamos que, no caso do universo pesquisado, a inserção da mídia não se deu a partir da “fratura” com os “aparelhos tradicionais” de mediação provocada pelo advento da modernidade e que marca a vida dos centros urbanos. Ao contrário, a televisão, o rádio e o celular, ao invés de preencher o vazio deixado pela perda de mediações como Igreja, Escola e Família, atuam na “redução” do distanciamento e relativo isolamento que, naturalmente, por questões geográficas e culturais marcam a vida dos ribeirinhos. Assim, por se caracterizarem e apresentarem, no cerne, elementos que os tornam parte do dia-a-dia das pessoas, os meios de comunicação na comunidade promovem a “união” de partes não fraturadas por perdas de mediações, mas distantes geograficamente uma das outras devido ao modo de vida dessas pessoas.

<sup>8</sup> Programa de humor exibido semanalmente pela Rede Globo de Televisão.

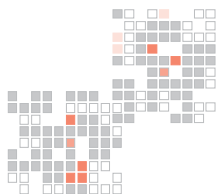
Além disso, ao observarmos uma comunidade como a Santíssima Trindade precisamos refletir sobre o “caráter mutável das tradições” (Thompson, 2009) já que na comunidade as práticas tradicionais convivem em diálogo com o considerado moderno. Conforme propõe o autor, ao invés de perderem importância na modernidade, as tradições ganharam “uma nova vida” com o processo de “mediatização”, pois se libertaram “da interação face a face” e ganharam novas características. “Com o desenvolvimento da mídia (...) os indivíduos puderam experimentar eventos, observar outros e, em geral, conhecer mundos (...) situados muito além da esfera de seus encontros diários” (Thompson, 2009, p. 159).

Assim, ao invés de gerar o desaparecimento das tradições, o surgimento dos meios de comunicação e a inserção dos mesmos no dia-a-dia das pessoas provocaram o “desalojamento” das mesmas, processo que, em contrapartida ao que se critica, gerou novas formas de produção de significados que dão sentido à vida. Assim, a partir dos novos referenciais com que as pessoas passam a ter contato a partir dos meios, as tradições são ressignificadas como parte da cultura e não permanecem estanques, mas se constituem como produções abertas a novos sentidos e em constante movimento.

#### 5. Considerações finais

Em um país que possui metrópoles que já se distanciaram por completo do modo de vida baseado nos “redutos de ideologia” – Igreja, Escola e Família –, é no mínimo surpreendente verificar a existência de comunidades como a Santíssima Trindade, que dialogam com essa sociedade globalizada, por terem acesso a meios de comunicação (TV, rádio e celular), entretanto, mantêm como base de suas produções culturais as mediações tradicionais.

Ao tomarmos conhecimento, é comum que nos surpreendamos e reafirmemos o quão diverso é o nosso país. Contudo, não podemos perder de vista que muito da pluralidade desse país, sobretudo se



analisarmos em nível regional, é resultado das desigualdades sociais. Ainda hoje, ao refletirmos sobre um dado aspecto da realidade de um município do estado do Pará, nos deparamos com o antigo fato de que também não há escolas em número suficiente, que muitos docentes ainda atuam sem capacitação e que nem mesmo os livros didáticos – mídias consideradas defasadas no tempo da escola “virtual” – chegam a todos. Além disso, também não é novidade que as pessoas ainda não tenham acesso à saúde, nem à energia elétrica, nem a saneamento, etc.

Em contrapartida, verificamos que, por conta própria, os brasileiros do universo da pesquisa se apropriam dos meios de comunicação e os introduzem em suas práticas culturais, mesmo sem dispor do fornecimento regular de eletricidade. Deslocam equipamento gerador para suas casas, no caso, a ba-

teria de carro, ou se organizam para pagar e manter um gerador a diesel, tornando possível a assistência diária à televisão e o carregamento de seus celulares.

Diante disso, não podemos perder de vista que mais do que promover o entretenimento e gerar informações, os meios fazem parte da vida das pessoas, sendo, possivelmente, em muitos outros “brasis” que desconhecemos, a única fonte de bens simbólicos a que se tem acesso. Por isso, mais do que continuarmos encarando a mídia, sobretudo, a televisão como a “corruptora das tradições familiares”, precisamos compreender que são os meios de comunicação que, mesmo em espaços que mantêm uma vida comunal, também “sugerem” – para não dizer “ditam”, evitando possíveis problemas de sentido – as regras da produção e consumo de bens simbólicos.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede**. São Paulo. Paz e Terra, 1999. v. 1, p. 21-47.

FRANÇA, Vera Veiga. Interações comunicativas: a matriz conceitual de G. H. MEAD. In: PRIMO, Alex; OLIVEIRA, Ana Claudia de; NASCIMENTO, Geraldo Carlos do; RONSINI, Veneza Mayora (Orgs.). **Comunicação e Interações**. – Porto Alegre : Sulina, 2008.

\_\_\_\_\_. **Paradigmas da Comunicação**: Conhecer o quê? Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação. 2001.

\_\_\_\_\_. **Sujeito da comunicação, sujeitos em comunicação**. 2006. Disponível em: <<http://www2.fafich.ufmg.br/gris/images/Sujeito%20da%20com11.%201.pdf>>. Acesso em jan 2012.

IBGE. Censo Demográfico 2010. Disponível em: <<http://www.ibge.gov.br/cidadesat/topwindow.htm?1>>. Acesso em 25 jan. 2011.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. **Dos meios às mediações**: comunicação, cultura e hegemonia. 2. ed. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2001.

\_\_\_\_\_. **Ofício de Cartógrafo**: Travessias latino-americanas da comunicação na cultura. Tradução: Fidelina Gonzáles. Coleção Comunicação Contemporânea 3, São Paulo: Edições Loyola, 2004.

MIRANDA, Fernanda Chocron. **Diário de Campo**. Pará - Óbidos, 2010.

PERUZZO, Círcia Maria Krohling. Observação participantes e pesquisa-ação. In: DUARTE, Jorge; BARROS, Antonio (Orgs.). **Métodos**

**e técnicas de pesquisa em comunicação**. São Paulo : Atlas, 2005.

PROFESSORA 01; PROFESSORA 02; PROFESSORA 03. **Série de Depoimentos**. Entrevistadora: Fernanda Chocron Miranda. Óbidos, PA, 2010. Entrevista concedida para pesquisa de recepção com crianças da comunidade de Santíssima Trindade.

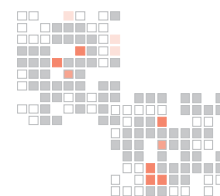
ROSÁRIO, Nísia Martins do. Mitos e Cartografias: novos olhares metodológicos na comunicação. In: MALDONADO, Alberto Efendy; BONIN, Jiani Adriana; ROSÁRIO, Nísia Martins do (Orgs.). **Perspectivas metodológicas em comunicação**: desafios na prática investigativa. João Pessoa : Editora Universitária da UFPB, 2008. p.195-220.

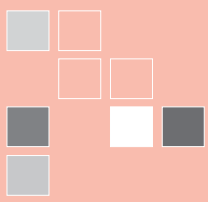
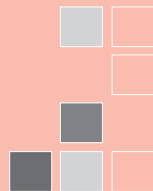
SCHMITZ, Daniela M. A construção de estratégias multimetodológica para pesquisar a recepção de moda em revista. In: MALDONADO, Alberto Efendy; BONIN, Jiani Adriana; ROSÁRIO, Nísia Martins do (Orgs.). **Perspectivas metodológicas em comunicação**: desafios na prática investigativa. João Pessoa : Editora Universitária da UFPB, 2008. p.83-102.

THOMPSON, Jonh B. **A mídia e a modernidade**: uma teoria social da mídia. Petropolis, RJ: Vozes, 2009. 11 ed. Tradução : Wagner de Oliveira Brandão ; revisão da tradução : Leonardo Avritzer.

VASSALLO, Maria Immacolata; BORELLI, Silvia Helena Simões; RESENDE, Vera da Rocha. **Vivendo com a telenovela**: mediações, recepção, teleficcionalidade. São Paulo : Sumus, 2002.

WOLTON, Dominique. **É preciso salvar a comunicação**. São Paulo: Paulus, 2006. (Coleção Comunicação).





# PALAVRAS QUE SALVAM: USOS E REPRESENTAÇÕES SOBRE A MÍDIA IMPRESSA NA PRISÃO

PALABRAS SALVADORAS: USOS Y REPRESENTACIONES DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN LA CÁRCEL

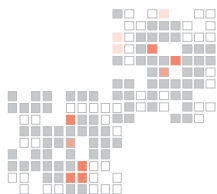
*SAVING WORDS: USES AND REPRESENTATIONS OF THE PRINT MEDIA IN PRISON*

## Valquíria Michela John

■ Graduada em Jornalismo pela Univali e mestre em Educação pela UFSC. Doutoranda do Programa de Pós Graduação em Comunicação e Informação na UFRGS. Professora da Univali. Tem experiência na área de Comunicação, com ênfase em Comunicação e Educação, Comunicação Popular e Comunicação e Saúde, atuando principalmente nos seguintes temas: estudos de recepção, ficção seriada, jornalismo especializado, Comunicação e relações de gênero e representações sociais.

■ E-mail: [val@univali.br](mailto:val@univali.br)

196





## RESUMO

A investigação teve como objetivo conhecer as representações atribuídas pelos presidiários de um estabelecimento penal de Santa Catarina à leitura que realizam dos materiais impressos a que têm acesso naquele ambiente. As representações são construídas a partir da vivência antes do ingresso na prisão, de sua prática como leitores (ou não) e reforçadas pelas condições da vida em confinamento, representações estas que são o resultado de todo o processo de socialização daqueles sujeitos, das interações sociais que vivenciaram e vivenciam e construídas a partir dos saberes provenientes do senso comum. Neste contexto, atribuem à leitura da mídia impressa, entre outras representações, um papel decisivo na resolução das desigualdades sociais.

**PALAVRAS-CHAVE:** MÍDIA IMPRESSA; LEITURA; PRISÃO; REPRESENTAÇÕES SOCIAIS.

## RESUMEN

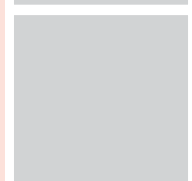
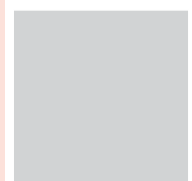
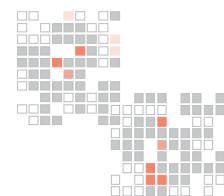
La investigación tuvo como objetivo comprender las representaciones dadas por los reclusos de una institución penal de Santa Catalina llevar a cabo la lectura de material impreso que tienen acceso a ese medio ambiente. Representaciones se construyen a partir de la experiencia antes de entrar en la cárcel, como los lectores de su práctica (o no) y reforzada por las condiciones de vida en el encierro, que estas representaciones son el resultado del proceso de socialización de los sujetos, las interacciones sociales que han experimentado y la experiencia y construido desde el conocimiento de sentido común. En este contexto, el atributo de la lectura de prensa escrita, entre otras representaciones, un papel decisivo en la solución de las desigualdades sociales.

**PALABRAS CLAVE:** PRENSA; LECTURA; PRISIÓN; REPRESENTACIONES SOCIALES.

## ABSTRACT

The investigation had as objective: to know the representations attributed by the convicts of a penal establishment of Santa Catarina to the reading that you/they accomplish of the materials printed papers the one that have access in that adapts. The representations are built starting from the existence before the entrance in the prison, of his/her practice as readers (or no) and reinforced by the conditions of the life in confinement, representations these that are the result of whole the process of socialization of those subjects, of the social interactions that you/they lived and they live and built starting from you know them coming of the common sense. In this context, they attribute to the press reading, among other representations, a decisive paper in the resolution of the social inequalities.

**KEYWORDS:** PRESS; READING; PRISON; SOCIAL REPRESENTATIONS.



## 1. Introdução

A cada dia temos à nossa disposição 24 horas, a serem organizadas de modo a propiciar que realizemos uma série de atividades: trabalho, escola, lazer, entretenimento, alimentação, relações sociais, entre tantas outras. Conforme o mundo se transforma, sofre “revoluções”, “progride”, a impressão que temos é de que as 24 horas de cada dia estão passando cada vez mais rápidas.

Na contracorrente deste contexto de 24 horas “insuficientes” para realizar tudo a que nos dispomos, está a “sociedade” prisional. Cumprir uma pena no Brasil (e em muitos outros lugares do mundo) representa, na esmagadora maioria dos casos, a disposição de 24 horas de quase total ociosidade. Ali, o tempo corre lento demais. Não há trabalho para todos, atividades de cultura e lazer são raras, ainda que previstas em lei.

O que fazer com 24 horas (dias, semanas, meses, anos) num espaço marcado pela opressão, pela agressão aos direitos humanos, pela quase total inexistência de opções? Dentre as limitadas opções, alguns detentos<sup>1</sup> praticam o ato de ler.

Entendendo a prisão como um espaço de reprodução de desigualdades, onde podemos observar que ter ou não ter dinheiro faz toda a diferença no cumprimento de uma pena, que a falta de acesso à escola e a outras oportunidades é a característica predominante entre a população prisional no Brasil, o que pode explicar o gosto ou a importância atribuída por pessoas que estão limitadas a paredes de concreto, a uma revista, um jornal, um livro velho, à leitura da Bíblia? Através da leitura do texto escrito pode-se estar tentando romper com os limites impostos pela privação da liberdade? Que sentidos, sentimentos estão envolvidos nesse processo?

Na prisão, ao contrário da escola, a leitura não é uma ação obrigatória - o que pressupõe atitude

<sup>1</sup> A expressão detento é utilizada no texto referindo-se à pessoa que cumpre pena em estabelecimento prisional, como sinônimo para presidiário, preso.

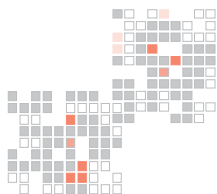
mecânica, trabalhada como imposição - ao contrário, ela é um ato de autonomia, de livre escolha influenciada, obviamente, pelo contexto em que se processa. Neste sentido, apesar de todas as críticas direcionadas à questão penitenciária no Brasil e a argumentação de muitos estudiosos quanto ao fracasso da prisão, no que se refere à recuperação e reinserção social dos detentos, esta pode ser um espaço de constituição de leitores. Que tipo de leitores são encontrados ali, que relações mantêm com a leitura que fazem, quais as representações que lhe atribuem é a grande problemática que norteou esta investigação.

Em face da problematização proposta, a pesquisa teve como objetivo conhecer as representações atribuídas pelos presidiários de um estabelecimento penal de Santa Catarina à leitura que realizam da mídia impressa<sup>2</sup> a que têm acesso naquele ambiente, durante o período de reclusão. Para responder a este objetivo foram verificados os critérios utilizados pelos detentos para selecionar os materiais de leitura, os benefícios que eles esperavam tirar desses materiais; o tempo gasto com a leitura; os materiais e conteúdos predominantes de interesse; as imagens, interesses ou desejos que os conteúdos lidos despertavam.

## 2. O universo das representações

Conforme Berger e Luckmann (1996) é através da interação com os grupos humanos que o homem se torna um ser social. Sozinho, isolado do convívio com outros seres humanos o homem ja-

<sup>2</sup> A expressão mídia impressa aqui adotada refere-se a todo e qualquer material impresso, independente de seu caráter massivo ou não. Incluem-se, portanto, nessa expressão jornais, revistas, livros, folders, panfletos, textos religiosos, entre outros, conforme destacados pelos próprios sujeitos participantes da pesquisa. Embora a intenção inicial fosse analisar a recepção quanto ao jornal impresso local (conhecido por seu caráter sensacionalista), o contato com o *locus* de pesquisa levou a pesquisadora a ampliar seu objeto para todo e qualquer material, de modo a não forçar um objeto e sim levar em conta a relação e o contexto de mediações imposto pela vida confinada a todo e qualquer material impresso.



mais chegaria a esta condição. A transformação do homem em *homo socius* ocorre através do processo de socialização, quando passamos a representar, a atribuir significados ao mundo que nos rodeia, ao que os autores conceituam como a “construção social da realidade”. O mundo é, portanto, o resultado de nossas representações.

A representação constitui-se num saber que os indivíduos de certo grupo social ou uma sociedade elaboram sobre algum aspecto ou sobre toda a sua existência. Trata-se, portanto, de uma interpretação que está diretamente ligada ao social, às relações com o grupo, às crenças, tradições, à cultura, enfim, todos os aspectos que compõem a vida em sociedade tornando-se, para aqueles que a aceitam, a própria realidade. Moscovici (2003) atribui às representações duas funções básicas:

a) convencionalizam os objetos, pessoas ou acontecimentos: isto quer dizer que através da representação atribuímos uma classificação, um local de existência, não apenas aos objetos e acontecimentos a pensar e está instaurada numa tradição que decreta até mesmo o que deve ser pensado.

Conforme Moscovici (2003) “essas representações que são partilhadas por tantos, penetram e influenciam a mente de cada um, elas não são pensadas por eles; melhor, para sermos mais precisos, elas são re-pensadas, re-citadas e re-apresentadas” (MOSCOVICI, 2003, p. 37). As representações nos são impostas, transmitidas para nós a partir de uma sequência de elaborações e mudanças que ocorrem ao longo do tempo e de sucessivas gerações. É neste sentido que o autor considera as representações como sendo sociais e afirma que “(...) são entidades sociais, com uma vida própria, comunicando-se entre elas, opondo-se mutuamente e mudando em harmonia com o curso da vida; esvaindo-se apenas para emergir novamente sob novas aparências”. (MOSCOVICI, 2003, p. 38).

Os meios de comunicação de massa exercem papel importante nesta “corporificação de idéias” e nas transformações não apenas da sociedade, mas

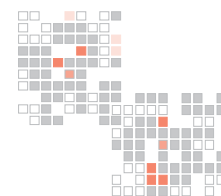
das representações referentes a esta sociedade. Moscovici explicita que as representações sociais (...) “são fenômenos específicos que estão relacionados com um modo particular de compreender e de se comunicar – um modo que cria tanto a realidade como o senso comum. É para enfatizar essa distinção que eu uso o termo ‘social’ em vez de ‘coletivo” (MOSCOVICI, 2003, p. 49).

Por entender a representação social como uma manifestação individual que resulta da coletividade das mediações sociais é que podemos traba-

**As representações nos são impostas, transmitidas para nós a partir de uma sequência de elaborações e mudanças que ocorrem ao longo do tempo e de sucessivas gerações.**

lhar em conjunto com a proposição freireana de leitura do mundo, já que esta é individual, porém resultante das experiências acumuladas e da relação do sujeito com o mundo social que o cerca. Neste sentido, também a leitura da mídia impressa torna-se um objeto de representação.

É neste sentido que as representações da leitura desempenham papel importante na compreensão de como os detentos lêem o mundo. Estas representações nos permitem conhecer e tentar compreender o espaço em que se encontram, a dinâmica das relações sociais ali existentes, porém, mais do que tudo (e muito mais importante) o auto-aprendizado, a capacidade do ser humano de conhecer, de ir além dos limites materiais (neste caso as paredes e as grades) de assumir sua condição de humano, da possibilidade de superar a condição que Paulo Freire chama de oprimido e transformar a realidade. O ato de ler passa, então, a desempenhar papel fundamental na formação da identidade do sujeito recluso, no seu desenvolvimento pessoal, na sua auto-educação.



### 3. Procedimentos metodológicos

Do ponto de vista da análise dos dados e demonstração dos resultados, adotou-se uma abordagem qualitativa. Como a pesquisa teve por objetivo conhecer o conteúdo das representações atribuídas por presidiários aos materiais de leitura a que têm acesso durante o período de sua reclusão, a forma para chegar até essa representação não poderia ser outra senão através da fala desses sujeitos. Isso decorre do fato de que a representação emerge dos discursos proferidos acerca do tema investigado. Neste processo, o discurso foi tratado não como enunciado linguístico, nem por uma abordagem da semiologia ou da semiótica, mas como a forma com que a representação referente à leitura ganha “materialidade”.

Foram entrevistadas 10 pessoas. Para chegar a este número, cumprimos os seguintes procedimentos:

1. Levantamento da situação penal dos detentos do estabelecimento onde a pesquisa foi realizada, buscando atender aos seguintes critérios de seleção: A – apenas os detentos do pátio fechado masculino: em função da localização da biblioteca<sup>3</sup> e, portanto, do maior acesso aos materiais de leitura. B - Detentos já condenados: como se trata de uma Cadeia Pública<sup>4</sup>, são encontrados detentos que aguardam julgamento e detentos que já cumprem pena. Não foram considerados os que aguardavam julgamento, porque poderiam deixar o presídio durante a realização das entrevistas. C - Detentos que ingressaram no presídio há pelo menos um ano, porque desta forma os entrevistados possivelmente teriam tido mais tempo para o contato com a leitura na-

quele contexto. D - Detentos que cumpriam pena enquadrados pelo artigo 12 do Código Penal – tráfico de entorpecentes: este critério foi adotado porque 41% dos presos daquele estabelecimento cometeram este tipo de crime, além disso, o tráfico de drogas é crime inafiançável, as penas variam de três anos e 50 dias a 15 anos de prisão sendo estes, na maioria das vezes, os presos que ficam mais tempo no presídio estudado.<sup>5</sup>

2. Optamos por entrevistar apenas aqueles que eram procedentes do município onde o presídio está localizado, de modo a termos um grupo com origens sociais e culturais semelhantes e

3. O nível de escolaridade não foi adotado como critério de seleção e não participaram da pesquisa somente aqueles que afirmaram não saber ler.

Definido o número de participantes, a coleta de dados foi realizada através de entrevista individual em profundidade, gravada, com o objetivo de preservar ao máximo o conteúdo discursivo. Como procedimento de análise foi utilizado o Discurso do Sujeito Coletivo (DSC) proposto por Lefèvre e Lefèvre (2003) que parte dos discursos em estado bruto (já intensamente trabalhados pelo recorte temático escolhido, pelas perguntas da entrevista) que são submetidos a um trabalho analítico inicial de decomposição.

Conforme Lefèvre (2002), o conjunto dos DSCs obtidos em uma pesquisa refere-se a uma descrição possível de parte do imaginário social referente ao tema que se está investigando. Os discursos individuais são então coletivizados para se chegar ao conjunto das representações daquele grupo. Lefèvre define o DSC apenas como uma forma de organizar os discursos, onde são preservadas as falas individuais (não se agrupam discursos opostos), mas que ao formarem um discurso, descrevem a representação do grupo investigado referente ao tema em questão.

5 À exceção, é claro, dos detidos por homicídio ou estupro, por exemplo, mas estes geralmente ficam em outro pátio – o seguro – não estariam de qualquer forma atendendo aos critérios de seleção.

3 Na verdade não há realmente uma biblioteca em funcionamento no presídio estudado. O termo foi utilizado para designar a sala onde estão localizados os livros, onde também eram ministradas as aulas do ensino fundamental e cursos profissionalizantes.

4 A Cadeia Pública é o local onde ficam os presos que aguardam julgamento. Na prática, entretanto, como as penitenciárias estão superlotadas, a Cadeia Pública acaba sendo o local onde se cumpre a pena. Em muitos estados, como é o caso de Santa Catarina, utiliza-se a expressão presídio para referir-se à Cadeia Pública.



## Ao contrário do que se imagina frequentemente, a leitura na prisão não se limita, necessariamente, a ser uma prática que visa ocupar as horas de ócio.

Conforme o autor, no momento em que os discursos são agrupados, eles se tornam “fatos sociais do tipo durkheimiano, isto é, representações sociais ou coletivas, que são entidades qualitativamente distintas dos pensamentos particulares das pessoas” (LEFÈVRE, 2002b, online). Para chegar a este ‘fato social’, o Discurso do Sujeito Coletivo (DSC) é construído a partir de quatro figuras metodológicas:

1. Ancoragem: é o que forma ou alicerça nossos pressupostos, conceitos ou hipóteses sobre o assunto tratado.;
2. Ideia Central: são afirmações-chave que apresentam o conteúdo discursivo explícito pelos sujeitos em seus depoimentos;
3. Expressões-chave: são as transcrições literais ou palavras-chave que permitem o resgate do essencial, do conteúdo discursivo, dos segmentos em que se divide o depoimento;
4. Discurso do Sujeito Coletivo: é a incorporação de vários discursos semelhantes ou complementares em um ou vários discursos-síntese, a partir do enunciado das expressões-chave que contenham idéias centrais ou ancoragem semelhantes.

#### 4. Apresentando o leitor

Sobre as práticas de leitura, apareceram no grupo aqueles que já tinham o gosto pela leitura antes do ingresso na prisão e aqueles que desenvolveram ou intensificaram esta atividade após a entrada na prisão. As preferências ou as escolhas dos materiais de leitura estão, obviamente, influenciadas pela oferta de materiais. Os entrevistados destacaram que na “rua” tinham mais facilidade, por exemplo, em ler diariamente os jornais locais, tarefa bem mais difícil na prisão. Quando conseguem, principalmente através da família, ou mesmo comprando por intermédio dos agentes prisionais, os jornais que en-

tram no pátio “correm a cadeia toda”.

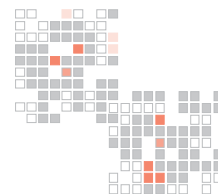
Dos materiais que conseguem ter acesso na prisão, o mais lido é a Bíblia e outros textos religiosos, disponibilizados a eles através dos grupos pertencentes a igrejas diversas que visitam periodicamente o presídio. Alguns apontam a leitura de revistas, geralmente velhas, antes que estas sejam utilizadas na produção de artesanato. Também são citados romances com os mais variados temas e literatura de auto-ajuda.

Além da pouca oferta, outra dificuldade para a prática da leitura é o próprio ambiente. Devido ao grande número de pessoas circulando num espaço pequeno, torna-se difícil encontrar um “local tranquilo” para a leitura. Daí decorre, possivelmente, a escolha dos detentos o melhor local para tal atividade, sobretudo no período da noite. Além disso, a cela parece ser o único reduto em que se consegue atribuir uma visão nuanceada de “casa”, de seu espaço, seu território. Num local onde a individualidade é difícil de ser percebida, o “cubículo” parece ser um espaço de encontro consigo mesmo.

Ao contrário do que se imagina frequentemente, a leitura na prisão não se limita, necessariamente, a ser uma prática que visa ocupar as horas de ócio. Ela tem outras finalidades, outras representações, como se verá adiante. Isto fica evidente na menção da quantidade de horas dedicadas a esta prática, por dia ou por semana. Aqueles que já dedicavam longas horas à leitura “na rua”, também o fazem na prisão, havendo sim algum acréscimo e, aqueles que liam pouco, continuam a fazê-lo, embora este tempo seja proporcionalmente maior e a prática mais frequente do que quando em liberdade.

A leitura não é uma saída desesperadora para

6 A expressão casa, em referência à cela, chegou a ser utilizada por um dos entrevistados.



o preenchimento do tempo. Embora as atividades para a ocupação do tempo sejam realmente escassas, a leitura é uma opção de lazer e de busca de conhecimento, que para eles desenvolve aptidões e desencadeia sentidos que vão muito além da simples ocupação do tempo. Até porque, como a leitura é um ato solitário, que exige concentração e certo distanciamento do mundo a nossa volta, o ambiente da prisão não é favorecedor de tal prática. Lembremos que, eram no mínimo cinco pessoas dividindo um espaço de 9m<sup>2</sup> (cela), 373 pessoas dividindo um espaço de 1200m<sup>2</sup>. Talvez por isso mesmo a comunicação com o texto tenha sido apontada por eles como rompimento com esta realidade.

## 5. O discurso do leitor sobre a leitura na prisão

O DSC é o discurso síntese, escrito em primeira pessoa, proveniente de uma coletividade sobre um determinado tema. Para a sua construção utilizam-se as expressões-chave que têm a mesma Idéia Central ou Ancoragem. O que se busca com o DSC é apresentar o conjunto das representações do grupo e romper com a lógica quantitativo-classificatória que se utiliza da categorização das falas. O DSC privilegia o discurso como o meio pelo qual os “indivíduos reais e concretos pensam.”

Como o DSC é a reunião de pedaços de discursos, apresentado como se uma única pessoa falasse por um conjunto, foi necessária a utilização de conectivos, elementos de ligação entre as falas para que o discurso fosse apresentado de forma clara e coerente, sem, contudo intervir ou modificar o conteúdo das falas. A forma de apresentação do DSC fica a critério do pesquisador. Aqui, optamos, em vez de vários discursos-síntese (um para cada ideia central e/ou ancoragem) a apresentação da soma de todos esses discursos sob a forma de um único discurso, que somou oito páginas, do qual apresenta-se um pequeno trecho:

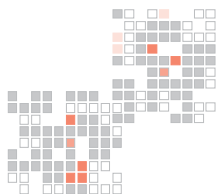
*A leitura é uma coisa que só desenvolve a pessoa, quem lê bastante a tendência é ficar mais*

*desenvolto, mais desembaraçado. A leitura serve para abrir os caminhos, os passos da pessoa, porque a leitura dá mais sabedoria, abre a mente para pensar, faz o cérebro trabalhar mais rápido, os pensamentos. Com a leitura você não fica parado, trabalha direto com a mente, faz da pessoa um homem diferente, uma pessoa de cultura. A pessoa que sabe ler tem a cabeça no lugar pois a leitura desenvolve a mentalidade e a inteligência. A leitura só traz benefício e quanto mais lê, mais aprende, vai conhecendo palavras diferentes. A leitura manda muito, a pessoa que tem conhecimento da leitura tem várias oportunidades boas de emprego. Quem não tem leitura não tem conhecimento, tudo hoje é à base da leitura, sem a informação você não é nada (...).*

A partir deste discurso, desta fala do social, emergem as representações do grupo de sujeitos entrevistados referente à prática da leitura de materiais impressos. O discurso apresenta dois momentos bem distintos referentes à prática da leitura: o antes e o após o ingresso na prisão. A relação com a leitura se modifica de um momento para o outro, sendo que a mudança mais evidente é o tempo de dedicação para a leitura, muito maior após o ingresso na prisão. Em contrapartida, a variedade de leitura tornou-se bastante limitada na prisão devido às dificuldades de acesso e à oferta reduzida de materiais impressos. De modo geral, o que se observa na fala deste sujeito coletivo é a atribuição de significados positivos e exclusivamente benéficos à prática da leitura. Em função do espaço limitado para a discussão, apresentaremos aqui algumas das principais representações:

### 5.1 A importância do ato de ler

A leitura é vista como algo exclusivamente benéfico. Ler, para este grupo, traz o bem e faz o bem, promove a melhora das pessoas, não só a melhora ontológica, mas também o seu crescimento e aprimoramento intelectual. Pode-se afirmar que,



na visão do grupo, a leitura tem uma função espiritual (abre a mente) e uma função material, utilitária, essencial para a realização de diversas ações na vida em sociedade, desde ações corriqueiras do dia-a-dia, como pegar um ônibus, até ações mais complexas, que exigem maior e melhor desempenho intelectual, como a conquista de boas oportunidades de emprego, mesmo porque a leitura para eles está estreitamente vinculada ao processo de escolarização. Como na história de Sherazade<sup>7</sup>, a leitura é sinônimo de salvação, inclusive a salvação do mundo do crime.

Esta representação está, partindo das concepções de Moscovici (2003), fortemente influenciada pelo discurso dos meios de comunicação de massa, em que os aspectos exclusivamente positivos da leitura são sempre reforçados, discurso este relacionado diretamente às campanhas governamentais para o incentivo à prática da leitura. Este discurso governamental perpassou diversas vezes a fala dos sujeitos entrevistados. Um deles chegou, inclusive, a mencionar como muito importantes as campanhas feitas pelo governo para estimular as crianças a ler e tira-las das ruas, levá-las para a escola. Este também foi um traço comum entre o grupo – o de que a escola é o espaço privilegiado e mesmo ideal para a prática da leitura.

## 5.2 A eleição da Bíblia como melhor material de leitura

Dentre os materiais de leitura a que têm acesso, o preferido ou o mais recorrente pelos sujeitos entrevistados é a Bíblia. Apenas um dos entrevistados referiu não ler este material. Aqueles que já liam a Bíblia “na rua” o fazem com a mesma ou maior intensidade na prisão; os que a liam esporadicamente ou não liam, a ela se entregam efusivamente durante certo período, rareando esta leitura conforme se aproxima a data da saída da prisão.

O mais importante a se destacar aqui é a representação de que a Bíblia “diz a verdade”, de que

o texto da Bíblia liberta, leva à salvação. Esta não é uma representação exclusiva dos detentos, mas fortemente evidenciada na prisão. Também se evidencia que a questão não é a religião em si, todas são de certa forma encaradas como verdadeiras. Em seu estudo sobre o sistema totêmico australiano, Durkheim (2000) afirma que, no fundo, “(...) não há religiões falsas. Todas são verdadeiras a seu modo: todas correspondem, ainda que de maneiras diferentes, a condições dadas da existência humana.” (DURKHEIM, 2000, p. 7). Isto é ainda

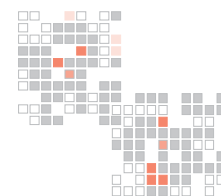
**Dentre os materiais de leitura a que têm acesso, o preferido ou o mais recorrente pelos sujeitos entrevistados é a Bíblia.**

mais forte nas religiões chamadas de cristãs, já que se orientam todas por um mesmo guia, documento – ainda que traduzido e interpretado diferentemente por cada uma delas – mas de qualquer forma, o mesmo instrumento disseminador de suas crenças – a Bíblia. Daí o valor absoluto de verdade ser tão marcante na representação deste material de leitura em particular.

Esta é uma representação caracteristicamente coletiva, conforme a definição de Durkheim (2003). É algo consolidado, cristalizado nas concepções dos grupos que professam o cristianismo. Não por acaso, por muito tempo, e mesmo hoje, as religiões ou crenças religiosas determinaram o modo como o mundo era e é lido, representado.

Por isso mesmo foi tão evidente a representação coletiva de que o texto bíblico é sinônimo de verdade e tem a finalidade de explicar e determinar a existência, de dar conselhos. Talvez por isso mesmo se recorra tanto à leitura da Bíblia na prisão, para tentar entender, explicar e justificar os rumos pelos quais seguiram as suas vidas, sobre como foram parar na prisão.

<sup>7</sup> Referência às “Mil e uma noites”.



### 5.3 A leitura como meio para se isolar

Ouaknin (1996) define o ato de ler como um ato solitário, um ato de encontro com o texto e consigo mesmo. Na prisão, onde os momentos de individualidade são raros, a leitura acaba se constituindo em meio para tal, para sentir-se um pouco só, distante da multidão de rostos que são, ao mesmo tempo, desconhecidos e sempre os mesmos.

Proust (1991), ao narrar sua história como leitor, também aponta que a leitura é este reduto para onde se pode fugir – ao menos por um tempo – da “vida real”, da realidade que cerca o leitor e ir para o mundo narrado pelo livro. Foi comum, entre os entrevistados, a atribuição deste fim à leitura, ou ao menos, ser este um dos sentimentos experimentados pelo grupo durante a prática do ato de ler. Alguns chegaram a usar expressões como: “quando estou lendo, eu estou livre...”; “só na leitura a gente sai daqui [da prisão]”. Mais uma vez a representação de que a leitura rompe com a barreira do real, com as paredes da prisão.

Neste ato solitário, o melhor horário para a leitura foi considerado o da noite já que, para o grupo, a leitura exige concentração e entrega, e o horário de maior silêncio é a noite, em particular, a madrugada. A leitura, principalmente a da Bíblia, foi apontada como o calmante necessário para o despertar do sono. Talvez porque a noite representa a soma de todos os nossos temores e inseguranças.

Praticamente todas as religiões e crenças populares atribuem à noite a identidade de reduto de fantasmas, monstros e criaturas do mal. Lendas do folclore brasileiro e de outros locais, como a mula-sem-cabeça, o boitatá, o lobisomem, o vampiro, todas têm em comum o fato de privilegiarem a noite como o horário de aparecimento dessas criaturas e a luz do sol, ou o dia, como a defesa contra esses seres. Esse temor pela noite e suas criaturas parece mesmo ser tão antigo quanto a própria história do homem. Na Mitologia Grega, por exemplo, o Tártaro, uma das regiões do Hades (a terra das sombras) é descrito como o local

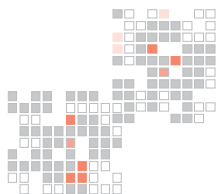
eternamente escuro, nas sombras, para onde são enviadas as almas daqueles que foram culpados de algum erro e que assim recebiam punição eterna. Ou seja, o medo da noite está construído (e solidificado) coletivamente no imaginário popular, sendo transmitido de geração a geração, seja pelas lendas e mitos, seja pelas inocentes cantigas de ninar ou na prática das religiões.

Neste contexto de temores, a maior parte deles de ordem sobrenatural, a leitura da Bíblia e a própria religião apresentam-se como um amuleto, uma defesa contra esses seres e criaturas. Conforme Durkheim (2000), geralmente uma das características das religiões é de serem, justamente, a resposta ou a explicação para os acontecimentos de ordem sobrenatural. Para o autor, “a religião seria, portanto, uma espécie de especulação sobre tudo o que escapa à ciência e, de maneira mais geral, ao pensamento claro.” (idem, p.5)

Na prisão, além de todos os temores imaginários, a noite representa ainda o temor pelos danos físicos propriamente ditos. É no silêncio da noite que ocorrem os abusos sexuais, os “acertos de conta”, os espancamentos e até mesmo os assassinatos. Por isso, o grupo define a leitura no horário da noite tanto como calmante ou relaxante para induzir ao sono, quanto o instrumento para manter a mente em “estado de alerta”, em estado de vigília para ao menos não ser pego de surpresa em algumas dessas situações e, assim, ter alguma possibilidade de se defender. A salvação como fim para a leitura, muitas vezes, é a salvação dos suplícios – físicos e psicológicos.

### 6. Considerações finais

Mil noites e uma noite para curar. Mil noites e uma noite para salvar. Mil noites e 145 noites - é o tempo mínimo de pena para quem é preso por tráfico de entorpecentes, artigo 12 do Código Penal. Assim como ocorre com Xeriar, o rei “salvo” pelas histórias narradas por Sherazade, também os entrevistados na pesquisa aqui relatada buscam



na leitura a sua salvação e a vêem como uma ação dotada, exclusivamente, de aspectos positivos.

Ler “abre os caminhos”, propicia aprendizagem, crescimento espiritual e intelectual, pode ajudar a sair do mundo do crime, ou ao menos ajudar a sair virtualmente do ambiente da prisão. A leitura só traz o bem, só faz o bem e é uma prática a ser incentivada, pois pode ajudar a resolver, ao lado da escola, as desigualdades sociais. Estas são as representações atribuídas à leitura pelos sujeitos do estudo aqui relatado.

Apesar das dificuldades de acesso, das limitações impostas pelo ambiente, a leitura é uma prática recorrente entre os detentos, ainda que em alguns momentos esta leitura esteja restrita a materiais religiosos. Se a leitura efetivamente salva, em que consiste essa salvação, somente um novo estudo poderia vir a apontar. De qualquer modo, para

avaliar qualquer possibilidade educativa ou ressocializadora da leitura é necessária a existência de bibliotecas e outras ações envolvendo tal prática. Enquanto a oferta de materiais de leitura estiver apenas no texto da Lei, sem se efetivar na realidade das instituições prisionais, não se poderá desenvolver trabalhos com a leitura nem avaliar sua contribuição para a reinserção social dos detentos.

Acredito que a leitura contribui para a ressocialização, pelo simples fato de, nas palavras de um dos entrevistados, ser uma atividade que “abre a mente”. Ressocializa no sentido de que uma vez leitor, nunca mais se é o mesmo. Mudamos a cada nova leitura e assim estamos num processo de contínua transformação e aprendizagem. O que faremos com estas leituras somente cada leitor pode determinar. Certo é apenas que não somos mais os mesmos depois que nos entregamos ao ato de ler.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BERGER, Peter; LUCKMAN, Thomas. *A construção social da realidade*. 13. ed. Petrópolis: Vozes, 1996.

BRANDÃO, Junito de Souza. *Dicionário mítico-etimológico da mitologia grega*. 3. ed. Petrópolis: Vozes, 1997.

BRASIL. *Lei de Execução Penal*. 11. ed. São Paulo: Saraiva, 1997. (Coleção Saraiva de Legislação)

DURKHEIM, Émile. *As regras do método sociológico*. São Paulo: Martin Claret, 2002.

\_\_\_\_\_. *As formas elementares da vida religiosa: o sistema totêmico na Austrália*. São Paulo: Martins Fontes, 2000.

FARR, Robert. Representações Sociais: a teoria e sua história. In: GUARESCHI, Pedrinho; JOVCHELOVITCH, Sandra. (Orgs.). *Textos em Representações Sociais*. 6. ed. Petrópolis: Vozes, 2000.

FOUCAULT, Michel. *Vigiar e Punir*. História do nascimento da violência nas prisões. 2. ed. Petrópolis: Vozes, 1983.

JODELET, Denise. (Org.) *As representações sociais*. Rio de Janeiro: EdUERJ, 2001.

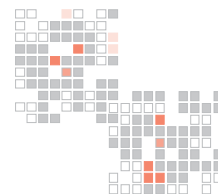
LEFÉVRE, O DSC e os fatos sociais durkheiminianos. Disponível em: <http://hygeia.fsp.usp.br/~flefevre/durkheimiano.html>. Acesso em 25/11/02b.

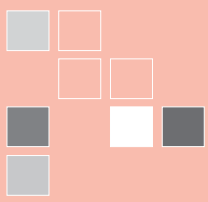
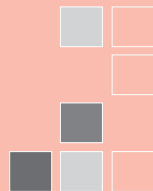
\_\_\_\_\_, Fernando; LEFÉVRE, Ana M. C. *O Discurso do Sujeito Coletivo: uma nova abordagem metodológica em pesquisa qualitativa*. Caxias do Sul: EDUCS, 2003.

MOSCOVICI, Serge. *Representações Sociais: investigações em psicologia social*. Petrópolis: Vozes, 2003.

OUAKNIN, Marc-Alain. *Biblioterapia*. São Paulo: Loyola, 1996.

PROUST, Marcel. *Sobre a leitura*. 2. ed. Campinas: Pontes, 1991.





# DISCURSOS SOBRE LA CIUDAD: MEDELLÍN, ENTRE LA CONSTRUCCIÓN Y LA RECONSTRUCCIÓN

DISCURSOS SOBRE A CIDADE: MEDELLIN, ENTRE A CONSTRUÇÃO  
E A RECONSTRUÇÃO

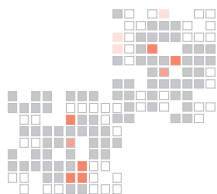
*DISCOURSES ABOUT THE CITY: MEDELLIN, BETWEEN THE  
CONSTRUCTION AND RECONSTRUCTION*

## Ana María Suárez Monsalve

■ Estudante do programa de doutorado Estudos Latino-Americanos da Universidad de Chile. Mestre em Educação pela Pontifícia Universidade Javeriana e Universidade de Medellín. Jornalista pela Universidade de Antioquia. Professora e pesquisadora da Escola de Comunicação da Universidade Medellín. Assessora de Comunicação e Relações Públicas.

■ E-mail: [asuarez@udem.edu.co](mailto:asuarez@udem.edu.co)

206



## RESUMEN

En este artículo se analizan los discursos que contienen revistas especializadas y medios informativos de la administración municipal de la ciudad de Medellín, Colombia. También se incluye el discurso de las Organizaciones No Gubernamentales que informan sobre la situación de los barrios, las comunas de la ciudad y elaboran informes reveladores de la misma ciudad. Mediante estos diferentes discursos se instauran ideas de una ciudad que transita entre la construcción y la reconstrucción.

**PALABRAS CLAVE:** DISCURSO; CIUDAD; CONSTRUCCIÓN; RECONSTRUCCIÓN.

## RESUMO

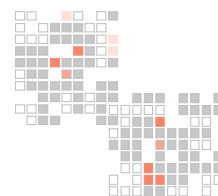
Este artigo analisa os discursos que contém jornais e meios de comunicação da administração municipal da cidade de Medellín, Colômbia. Também está incluído o discurso de relatórios de ONGs sobre a situação dos distritos, os bairros da cidade e produzir relatórios revelam a mesma cidade. Através desses diferentes discursos estabelecer idéias de uma cidade que se move entre a construção e reconstrução.

**PALAVRAS-CHAVE:** DISCURSO; CIDADE; CONSTRUÇÃO; RECONSTRUÇÃO.

## ABSTRACT

This article examines the discourses that contain journals and news media of the municipal administration of the city of Medellín, Colombia. Also included is the discourse of NGO reporting on the situation of the neighborhoods, districts of the city and produce reports reveal the same city. Through these different discourses establishing ideas of a city that moves between the construction and reconstruction.

**KEYWORDS:** DISCOURSES; CITY; CONSTRUCTION; RECONSTRUCTION.



## 1. El análisis de los discursos sobre Medellín

En discursos periodísticos, gubernamentales y no gubernamentales, publicados en diferentes medios y con circulación internacional, se configuran ideas de ciudad, es decir, representaciones del estatus de ciudad, como urbe organizada y estructurada para la vida moderna, dotada de espacios, servicios e infraestructura que facilita las interacciones sociales entre sus habitantes y visitantes.

Entendiendo el Análisis Crítico del Discurso como un enfoque que se basa en abordar de manera crítica los problemas sociales y de destacar los que tienen relevancia práctica (Wodak; Meyer, 2003), se ha tomado como guía tres momentos o pasos a seguir en este análisis: en primer lugar la observación de los discursos y la selección de los datos recogidos, en segundo lugar se expone un planteamiento teórico y luego se establece una relación entre teoría y los discursos observados.

### 1.1 Los discursos de las revistas *Semana* y *Cambio*

La revista *Semana* se publica impresa y virtualmente y se obtuvieron 9.723 resultados con la palabra Medellín sin perfilar más detalles de búsqueda. Luego, se definió un período el año 2010, del 1 de enero al 31 de diciembre se obtuvieron 896 resultados. De estos, se seleccionaron 100 y se listaron los titulares, se escogieron los que planteaban una referencia a la situación ambivalente de la ciudad. Se refieren aquí dos de ellos.

Bajo el título “Medellín y sus dos caras” en la revista *Semana* del 18 de diciembre de 2010 se refiere a la paradoja que vive esta ciudad donde en 2010, en el mismo año, “fue al mismo tiempo la ciudad más cosmopolita y la más violenta del país” (*Semana*, 2010). El artículo reseña como Medellín fue escenario de grandes eventos internacionales: los juegos Suramericanos, La Bial de Arquitectura, el Congreso de Cultura y con

este tipo de actividad “Medellín abandona su rostro provinciano y empieza a reinsertarse rápidamente en la globalización” (*Semana*, 2010).

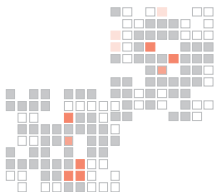
El mismo artículo plantea la otra cara, la de la violencia. Y es que al mismo tiempo que se desarrollan estos grandes eventos, se reseña cómo las bandas volvieron a controlar comunas para el negocio del tráfico de narcóticos y de armamento. El dominio territorial enfrentó a las principales bandas delincuenciales y en el primer semestre de 2010, se alcanzó una tasa de 45 homicidios por cada 100.000 habitantes.

El 6 de febrero de 2010, el mismo medio se preguntaba “Medellín, ¿qué diablos pasa?” (*Semana*, 2010) llamando la atención sobre la situación crítica de aumento de la violencia en los barrios de la ciudad

*Estas montañas son de nuevo, lo que fueron también hace tiempo, una de las dos o tres barriadas más peligrosas del mundo: según cifras de Medicina Legal, en los últimos 20 años 64.510 personas fueron asesinadas en las calles de Medellín, casi 23.000 sólo aquí, en la comuna nororiental, la mitad de la gente que se necesita para llenar el estadio Atanasio Girardot.* (*Semana*, 2010)

Sin embargo, en el mismo artículo, el medio advierte que Medellín es una de las ciudades de América Latina que más recursos invierte en cobertura educativa y programas culturales en los barrios.

En indagación sobre los artículos encontrados en el portal de la revista *Cambio*, se encontraron 642 artículos bajo la palabra clave Medellín. En el período definido para este análisis se encontraron 31, haciendo la aclaración de que sólo aparecen artículos disponibles hasta octubre del año 2010. Por eso se recurre al archivo y de 2009 se encontraron 179 artículos y en 2008 se publicaron 231. Se reseñan dos en este análisis.





## Por su parte, en el portal de la Alcaldía de Medellín se encontraron 5 artículos de 2010 escritos en medios informativos internacionales.

El primero artículo referido a transformación de Medellín está titulado “La Nueva Medellín” y expone que “Medellín tomó un camino de recomposición que hoy la dignifica frente a su pasado violento” (Cambio, 2009) haciendo referencia a las obras de infraestructura que por parte de los estamentos gubernamentales tratan de dar una nueva cara a la ciudad, renovando escenarios como el antiguo basurero de la ciudad llamado Moravia, lugar que fue transformado en un gran centro de desarrollo cultural. El artículo destaca la “transformación” de Medellín y dice que ha sido un gran empeño colectivo de los sectores público, privado y los ciudadanos. Pero hace la aclaración de que “aunque la pobreza, la desigualdad y la violencia siguen muy presentes en los barrios...las condiciones para sus habitantes son radicalmente diferentes” (Cambio, 2009) Finalmente, el artículo señala como Medellín se ha convertido en escenario de grandes certámenes como la Asamblea del BID y cómo estos eventos permiten “promocionar el nuevo rostro de una ciudad que, con esfuerzo y a sabiendas de que sus dolores no han acabado, insiste en transformarse” (Cambio 25.03.2009).

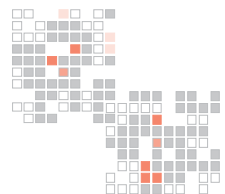
Antes, en 2007, el 18 de mayo, en la sección Cultura y entretenimiento, otro titular similar había ya planteado “La renovación de Medellín”. El artículo hace hincapié en el propósito de la administración municipal de entonces, cuyo lema era “pasar del miedo a la esperanza” (Cambio, 2007) como objetivo de gobierno de su alcalde, Sergio Fajardo. El Metrocable –sistema de transporte masivo aéreo ligado al metro-, cuatro parques-biblioteca, el centro de exploración científica Explora, establecimientos educativos, son algunos de los proyectos que, señala el medio,

“descentralizan la cultura”. En el mismo artículo, el medio señala “el lado flaco” porque dice “estos proyectos suelen ser como las cobijas pequeñas que cuando tapan la cabeza dejan destapados los pies”(Cambio, 2007).

### 1.2 El discurso de la Alcaldía de Medellín

Por su parte, en el portal de la Alcaldía de Medellín se encontraron 5 artículos de 2010 escritos en medios informativos internacionales. Es decir, además de las noticias producidas por la oficina de prensa gubernamental, destacan los artículos que sobre la ciudad se publican en el ámbito internacional. Todos hablan de la transformación de Medellín. Por esto, en este análisis se seleccionaron las siguientes noticias ya que en todas confluye un deseo, una aspiración: mostrar que Medellín aspira a un reconocimiento internacional y que este reconocimiento legitima la transformación que pretenden las políticas gubernamentales. En estos artículos se analiza el discurso de medios informativos internacionales, como una forma de legitimar las acciones, proyectos y políticas que se realizan por parte de la administración gubernamental de Medellín.

Así, la página Web institucional resalta el artículo publicado el 22 de noviembre de 2010 en un diario estadounidense: “Washington Post destacó a Medellín como una ciudad a la que hay que visitar, la experiencia los dejó antojados de volver”(Arboleda, 2010). Señala el artículo los apartes donde el medio y la periodista dan fe de la transformación de la ciudad y legitima los avances en infraestructura y los programas con los cuales se “evidencia” la inversión dirigida a cambiar el concepto que se tiene de la ciudad. Otra de las noticias destacadas en el sitio Web de la admi-



nistración municipal titula “Medellín: un tiquete urbano que lo lleva de la ciudad roja al verde esperanza”, divulgado el 20 de agosto de 2009. Esta reseña utiliza figuras que insinúan la aspiración de la ciudad de alcanzar una conquista que busca “alcanzar el cielo y dominar la montaña”, una conquista que busca salir de la estigmatización porque “A Medellín siempre la han visto desde arriba. Miles de ojos vigilantes que definían sus objetivos a través del gatillo” (Alcaldía, 2009).

Por otro lado, el portal gubernamental reseña un artículo, escrito por Frida Bergsten y publicado el 28 de marzo de 2010 en el periódico El Colombiano, donde la periodista relata en una crónica el recorrido para cubrir los Juegos Suramericanos y se introduce en la ciudad

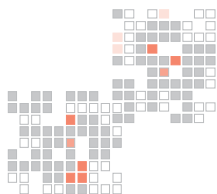
*La subida allá es impresionante, un paisaje con mucha pobreza y casas nunca vistas en Suecia. Pero el solo hecho de hospedar a los deportistas en esta montaña muestra confianza y respeto por la gente de la zona, a la cual no había subido, por miedo, por ignorancia, o porque los extranjeros, como yo, supuestamente no deben subir allá.* (Bergstem, 2010).

Otro de los artículos que se destacan en el portal de la Alcaldía de Medellín es el publicado en Brecha, medio informativo Argentino, el 12 de febrero de 2010, titulado “Medellín vista de cerca, Políticas de Amor” (Giaimo, 2010). Este artículo plantea lo que otros ya han reseñado, y es que, como dice el artículo “Medellín -a simple vista- es una gran contradicción, una confluencia de polos opuestos que se atraen en la exhuberancia tropical” (Giaimo, 2010). Y en el desarrollo del artículo, continua planteando esas dos caras de Medellín, la de la industrialización a principios del siglo XX, la ciudad moderna, “la que combate la delincuencia con políticas de amor”(Giaimo, 2010) con la ciudad que oscila entre los cinco mil y los dos mil muertes violentas por año, entre

2005 y 2010. En el artículo, para representar esa dualidad de la ciudad, la periodista cita la novela de Fernando Vallejo, La Virgen de los Sicarios (1994) “Yo propongo que se siga llamando Medellín a la ciudad de abajo, y que se deje su alias para la ciudad de arriba: Medalla. Dos nombres, puesto que somos dos, o uno pero con el alma partida” (citado por Giaimo, 2010).

### 1.3 El discurso de las ONGs sobre Medellín

Una de las Organizaciones No Gubernamentales más influyentes en Medellín es el Instituto Popular de Capacitación, IPC. En su portal Web se identifica como organización de la sociedad civil, tiene 29 años de existencia en Medellín y sus acciones se despliegan a nivel nacional. Tiene cuatro áreas temáticas: radicalización de la democracia, desarrollo regional y local, derechos humanos y nuevas generaciones para la paz y la convivencia. Tiene además, su propia agencia de prensa donde publica permanentemente el punto de vista de la Organización, además de informes especializados producto del desempeño de sus áreas temáticas. Así, al desplegar el link de agencia de prensa del IPC al buscar noticias sobre la ciudad se encuentra el visitante con titulares sobre Medellín como: “Depurar la fuerza pública: tarea urgente para derrotar a las Bacrim (Bandas Criminales)”, “Disputa por el microtráfico (de drogas) se extiende al oriente antioqueño”, “Medellín deberá responder por problemas en el barrio Nuevo Amanecer”, “Asambleas constituyentes debatirán su presente y futuro en Medellín”, y en el campo Derechos Humanos se publica la noticia: “Pobladores ya no se aguantan la guerra que se libra en comuna 8 de Medellín”; “Miedo y control territorial a través de la violencia”, “Escuela y conflicto urbano: relación que preocupa a Medellín”. Además, en el campo producción académica reseñan el Informe sobre Derechos Humanos 2009-2010. También ponen a disposición del visitante una galería fotográfica sobre activi-



dades culturales en las comunas de Medellín y un vídeo denuncia de la dificultad en el pago de los servicios públicos domiciliarios. (IPC, 2010). Para este análisis, se seleccionaron tres artículos publicados por la agencia de prensa del IPC “Hallazgos del Observatorio de Derechos humanos IPC para la ciudad de Medellín” publicado el 3 de diciembre de 2010 y “Miedo y control territorial a través de la violencia” publicado el viernes 3 de septiembre de 2010.

En el primero de estos artículos el Instituto Popular de Capacitación, IPC, presenta el balance de los Derechos Humanos en la ciudad de Medellín durante el año 2010. El Informe se construye con la consulta a diversas fuentes: oficiales, seguimiento a diarios locales, regionales y nacionales, medios alternativos, y fuentes testimoniales. El artículo plantea entre los hallazgos más significativos que “entre el 1 de enero al 31 de octubre del año 2010 se reportaron 1736 homicidios en la ciudad de Medellín, mientras que para el mismo periodo de 2009 se registraron 1717, lo que representa un aumento de 19 casos” (IPC, 2010). De hecho, esta cifra y este hallazgo fueron referenciados por diferentes medios informativos nacionales e internacionales como denuncia de que, en realidad, para el año 2010 se percibía un deterioro de la seguridad pública. También destaca el artículo la ocupación de las víctimas del conflicto “se observa que comerciantes, transportadores, estudiantes, policías fuera de servicio, desmovilizados y líderes sociales figuran como los afectados” (IPC, 2010). Es de resaltar entonces, que el informe sobre el cual se basa este artículo, demuestra que es la sociedad civil la que es víctima directa, no es un conflicto político ni está dirigida la acción delincinencial hacia estratos altos o figuras públicas. Es la comunidad de Medellín la que está en medio de los disparos, dice este artículo.

El segundo artículo seleccionado de la Agencia de prensa del IPC es “Miedo y control territorial

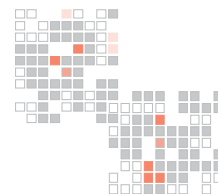
a través de la violencia”(IPC, 2010) . De nuevo, en este artículo el IPC denuncia el deterioro de la seguridad en los barrios de la ciudad y, además, advierte sobre la gravedad de la situación demandando atención:

*Si bien durante este periodo, el número de asesinatos múltiples y masacres no ha sido mayor al registrado durante el año 2009, llaman la atención los hechos ocurridos en las últimas semanas, los cuales, han representado en menos de dos meses un aumento en el número de víctimas que de continuar la misma intensidad, podría ser mucho mayor al registrado en años anteriores en Medellín y el Valle de Aburrá. (IPC, 2010).*

En el artículo, la ONG señala otro de los temas de gran preocupación que vive la ciudad y es el desplazamiento intraurbano.

*En un escenario como Medellín, de disputa y confrontación abierta entre actores armados, se puede observar un incremento en las prácticas que emplean en mayor medida la violencia, ejemplo de ello son los modus operandi utilizados en la comisión de los asesinatos, donde además de conseguir la eliminación del enemigo, se consigue el sometimiento de los ciudadanos a través del miedo y en consecuencia, se desencadenan otra serie de eventos que vulneran los Derechos Humanos, tales como el desplazamiento forzado intraurbano (IPC, 2010).*

Finalmente, el artículo apunta a considerar si la situación que demuestra el deterioro de la seguridad, puede llevar a revivir la situación de la ciudad 8 años atrás cuando se registraron los más altos índices de mortalidad por arma de fuego y por causa violenta. Es la preocupación que se expresa en la Agencia del IPC con sus artículos informativos a partir de los estudios sobre la si-



tuación que vive Medellín, que padecen sus habitantes en los barrios que la conforman.

## 2. Los conceptos construcción y reconstrucción

Los conceptos construcción y reconstrucción se retoman desde el análisis que hace Reyes Mate sobre las Tesis de Filosofía de la Historia Walter Benjamin, consideradas por los expertos como el inicio de la reflexión para las consiguientes obras benjaminianas. Particularmente, se centra el interés en la tesis XIV. Hay dos conceptos centrales en esta tesis. Una, la que hace referencia a la cita de Kart Graus (“Origen es la meta” en: Palabras en Versos I) (Benjamin, 1967 p 49), que encierra, según el análisis de Reyes Mata, el santo y seña del pensamiento benjaminiano porque es la fórmula de su interés por la memoria: “la historia del hombre está marcada, desde su origen, por la dificultad de volver o, si se prefiere, por la necesidad de seguir” (Reyes, 2006, p 224). La tesis trata de plantear el reto de comprender la historia y de hacerla:

*Con el pasado – materia de la historia – podemos hacer dos cosas muy diferentes: construir o reconstruir. La reconstrucción es restauración de lo que una vez fue. La construcción, por el contrario, es hacer con las ruinas una creación, una obra nueva* (Reyes, 2006, p 224).

Lo que nos puede orientar hacia uno u otro sentido es la atención que prestemos el ahora entendiéndolo como lo que le confiere novedad al pasado.

Como lo plantea Oyarzún, Benjamin dice en la tesis “Ella [la moda] es el salto del tigre hacia lo pretérito” (Oyarzún, 1996, p 61), plantea con esta figura, lo que tiene el pasado de ahora, de actualidad pendiente. Eso es lo productivo y lo revolucionario porque hace que el pasado se cargue de origen y se traiga al presente. El ahora es aquello que tiene el pasado de vivo, de actual. Y eso vivo lo tiene no por su éxito sino por su fracaso, es

decir, no es la actualidad de un tiempo pasado que triunfó sino la actualidad de un momento pasado dado por perdido.

La segunda idea, es el concepto de memoria que en Benjamin se entiende a partir del futuro que tiene su concepto de pasado.

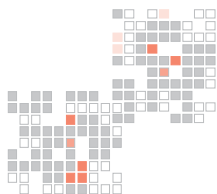
La memoria tiene que luchar contra una racionalidad fundada en el olvido, con lo que todo atisbo de memoria será sospechoso de irracionalidad y políticamente incorrecto. Como en el Macondo de García Márquez, la gente padece la enfermedad del olvido, por eso no sabe lo que ha perdido. ¿Cómo dirigirse entonces al origen, cómo cultivar la esperanza si no hay conciencia de desesperanza? (Reyes, 2006, p 230).

A esta pregunta, dice Reyes Mata, responde Benjamin cuando en la tesis plantea “La historia es objeto de una construcción cuyo lugar no es el tiempo *homogéneo y vacío*, sino el tiempo actual que es lleno” (Benjamin, 1967 p 49). La construcción supone la destrucción.

*No importa que hayamos olvidado el paraíso o que no tengamos una idea exacta de la justicia, ni de la salvación. Están las ruinas de todo ese pasado paradisíaco, es decir, el sudor, las injusticias y la muerte. Ahí late, para quien quiera escucharlo, un ahora* (Reyes, 2006, p 230).

Lo que hay en el ahora es una exigencia de redención explica más adelante Reyes Mate.

Si bien el contexto y época que motivaron estas reflexiones en Walter Benjamin son diferentes y poco tienen relación con las desesperanzas actuales, éstas pueden servir como un punto de vista alternativo para una lectura actual de una ciudad como Medellín, un haz de luz pueden ofrecer para analizar la situación real que vive, especialmente desde los discursos que a ella y de ella se refieren, poniéndola en un tránsito permanente entre el pasado, el presente como amenaza y el futuro como la salvación.



### 3. Discusión

El análisis de los discursos que describen a Medellín en los artículos referidos anteriormente se centra en primer lugar, la interpretación de Reyes Mate acerca de la tesis y pensamiento de Benjamin “la historia del hombre está marcada, desde su origen, por la dificultad de volver o, si se prefiere, por la necesidad de seguir”(Reyes, 2006, p 230). Los artículos seleccionados se refieren directamente a la historia que soporta la ciudad de un pasado violento, en diferentes momentos de su pasado reciente; se refieren a períodos entre las décadas de los años 1980 y 2000. Estos 20 años han marcado con gran fuerza la imagen que se tiene de la ciudad tanto nacional como internacionalmente.

Es un pasado que se quiere dejar atrás y para dejarlo, se advierte en los artículos cómo la ciudad lucha por opacar las cifras de violencia que la han marcado y por eso antepone a esas cifras las obras de infraestructura que se han desarrollado para generar espacios de promoción cultural a través de bibliotecas, parques recreativos y centros de educación básica y media.

En estos discursos es común denominador la adjetivación que pretende explicar la paradoja de la ciudad: “Una ciudad con dos caras”, “La ciudad más cosmopolita y la más violenta”, “ciudad de doble faz”, “situación desconcertante”, “pasó de las historias de violencia a ser ejemplo de cambio”. Es decir, parecen señalar que no hay una Medellín, que hay dos y hasta más, pero que no hacen parte de una integridad, y ante la imposibilidad de explicación sobre la situación que vive la ciudad, ante la paradoja, le trasladan al lector la pregunta: “¿Qué diablos pasa?”. Interrogante que en vez de ayudar, confunde más. Y es que en el desarrollo de estos artículos se percibe la búsqueda de explicación ante esa pregunta constante pero refiriendo al pasado como algo que no se quiere volver a vivir, que hay que dejar atrás y que se presenta como un sino trágico, como lo dice un titular: “Medellín, el regreso del fantasma”.

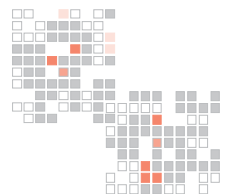
Esta lectura se percibe en los artículos de los medios informativos, para el caso, en los artículos de la revista *Semana y Cambio*. En los mismos, y siguiendo con esa exposición ambivalente de la ciudad, se relata con insistencia la intención de “renovación” de la ciudad a partir de los proyectos gubernamentales, la innovación en infraestructura y la incorporación de espacios públicos que permitan el desarrollo de proyectos culturales. Es así como en los mismos artículos se encuentran titulares y frases que describen la ciu-

**Esta lectura se percibe en los artículos de los medios informativos, para el caso, en los artículos de la revista *Semana y Cambio*.**

dad como “La nueva Medellín”, “La renovación de Medellín” y hablan de “el cambio que se percibe desde los habitantes que recorren sonrientes las calles”, “el cambio de mentalidad”.

Y para demostrar esta otro argumento a favor de la ciudad, citan testimonios o concluyen: más que una aspiración es una realidad que, por ejemplo, “Medellín tomó un camino de recomposición que hoy la dignifica frente a su pasado violento”, “esta es la nueva Medellín, donde su transformación ha sido un empeño colectivo de los sectores público, privado y los ciudadanos”, o señalan los grandes certámenes organizados el año 2010 como “una oportunidad para promocionar el nuevo rostro de una ciudad que, con esfuerzo y a sabiendas de que sus dolores no han acabado, insiste en transformarse”. Es decir, hablan de una renovación, una recomposición, una realidad nueva que efectivamente, pretende borrar el pasado y darle una cara nueva, renovada, el resurgimiento de las cenizas.

Uno de los recursos discursivos que utiliza, especialmente en los artículos referidos por el ente gubernamental, es el testimonio de los extranjeros, representados en periodistas, medios informativos o turistas. Con estos escritos, rese-



ñados en la página Web de la alcaldía parece pretender legitimar los proyectos emprendidos en la voz de los medios internacionales. Esta idea se encuentra con mayor insistencia en el portal de la Administración municipal, especialmente en la sección de artículos sobre la ciudad e incorpora un link especialmente para mantener esta referencia. Por otro lado, los artículos de las revista Semana y Cambio, también utilizan este recurso testimonial, pero referido al reconocimiento de grandes obras que utilizan como evidencia de la transformación de la ciudad, así sea una transformación urbanística principalmente.

Es esto lo que hace pensar en la idea de una ciudad en proceso de transformación, de cambio, de tránsito entre su pasado a su futuro. Dejar de lado lo que fue, sus ruinas para entrar en un nuevo período, que borre la historia y le abra las puertas al futuro.

Se encuentra así, también, la presencia de esa idea planteada por Reyes Mate sobre el origen, en Benjamin. La dificultad de volver a una ciudad marcada por la violencia, por los asesinatos selectivos y por la inseguridad. Esta es la idea que no concibe la ciudad, al parecer por lo que se encuentra en los artículos de las revistas y en la página Web del gobierno municipal. La dificultad de vivir en las ruinas. Pero también, la necesidad de seguir, reflejada en las frases, los testimonios, las ideas que promueven una recomposición, una ruta hacia la salida de ese pasado, una transformación y renovación de la ciudad.

*Con el pasado –materia de la historia- podemos hacer dos cosas muy diferentes: construir o reconstruir. La reconstrucción es restauración de lo que una vez fue. La construcción, por el contrario, es hacer con las ruinas una creación, una obra nueva (Reyes, 2006, p 224).*

Tomando de nuevo la cita de Reyes Mate parece ser que este es el gran interrogante que se

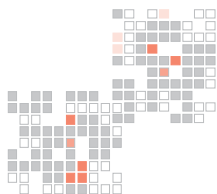
plantea a la ciudad en los discursos analizados, ¿estamos ante la reconstrucción de la ciudad o la construcción de una nueva ciudad?

Es en la producción informativa de la Organización No Gubernamental IPC, donde se encuentra una referencia constante al ahora. Es decir, a la situación que Medellín vive que no se desprende de su pasado reciente pero que es ese mismo pasado lo que hace vivir el presente de la ciudad. Como plantea Benjamin, “La historia es objeto de una construcción cuyo lugar [...] es el tiempo actual” (Benjamin, 1967, p 40). Las referencias a lo que ocurre, en las mismas entrañas de los barrios, en las comunas, en la vida de los ciudadanos, refleja que el pasado está presente y que es desde la comprensión y atención de ese presente, donde debe surgir el futuro, como una construcción en el día a día, no una reconstrucción.

#### 4. Conclusiones

Este análisis es un acercamiento a entender las ideas de ciudad que se configuran a través de los diferentes discursos que circulan entre los ciudadanos, de Medellín, colombianos y de extranjeros pues el estar disponibles en la Internet, se hacen de fácil acceso y lectura para cualquier ciudadano del mundo. Así se van perfilando ideas de ciudad, a través de lo que observa, escribe y describe, un individuo llamado periodista, o una institución sea informativa, gubernamental o no gubernamental. Aislada, puede no significar más allá de la percepción individual de ese periodista o de una institución, pero que relacionadas entre sí, pueden ofrecer ideas de ciudad en construcción a partir de lo que tienen en común, de lo recurrente, de lo parcial que se evidencia al entrar en comparación.

A través de estos diferentes discursos se revelan ideas de ciudad pero no son comunes. Es cierto que, los discursos tanto el informativo, como el reseñado por la administración pública y el de la ONG, hablan de una historia reciente de muerte y violencia. Coinciden en la trascendencia de este



pasado reciente en la construcción pero tienen comprensiones distintas.

Por un lado, las revistas ven este pasado como la marca que no deja avanzar a la ciudad, que la frena en su idea de desarrollo. La institución gubernamental refiere ese pasado como algo que olvidar en el proceso de renacimiento y ese resurgimiento lo legitima en la voz de extranjeros,

no en la de sus ciudadanos. Y la ONG, lo refiere como un pasado que no ha quedado atrás, que se ha prolongado y que en su origen es constitutivo del presente, es decir, las condiciones originarias de ese pasado violento, son el ahora, el tiempo actual: la desigualdad, la injusticia social, la carencia de oportunidades, y es desde esa conciencia histórica que se contruye la ciudad.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALCALDÍA DE MEDELLÍN. *Medellín: un tiquete urbano que lo lleva de la ciudad roja al verde esperanza*. 20/08/2010 Disponible en [http://www.medellin.gov.co/irj/servlet/prt/portal/prtroot/com.sap.portal.pagebuilder.IviewModeProxy?iview\\_id=pcd%3Aportal\\_content%2Fcom.sap.folder.wpc%2Fviewtemplates%2Fruntime&iview\\_mode=default&NavigationTarget=navurl://e4631f8a0b7d02b6ace4236460891cb4](http://www.medellin.gov.co/irj/servlet/prt/portal/prtroot/com.sap.portal.pagebuilder.IviewModeProxy?iview_id=pcd%3Aportal_content%2Fcom.sap.folder.wpc%2Fviewtemplates%2Fruntime&iview_mode=default&NavigationTarget=navurl://e4631f8a0b7d02b6ace4236460891cb4) Consultado: julio 2011

Arboleda, Fredi. *Washington Post destacó a Medellín como una ciudad a la que hay que visitar, la experiencia los dejó antojados de volver*. Alcaldía de Medellín. Publicado 22/11/2010 Disponible en: [http://www.medellin.gov.co/irj/portal/ciudadanos?NavigationTarget=navext%28ROLES%3A/portal\\_content/MunicipioMedellin/PCM/admin/worksets/pcm.ep.pcd.temasCiudadano/nuestroGobierno%7Cwpcnavigation%3A//wpccontent/Sites/Subportal%20del%20Ciudadano/Nuestro%20Gobierno/Site%20Navigation/navigation.wpc/%7E/Noticias%20y%20Eventos/Noticias/Washington%20Post%20destac%C3%B3%20a%20Medell%C3%ADn%20como%20una%20ciudad%20a%20la%20que%20hay%20que%20visitar%2C%20la%20experiencia%20los%20dej%C3%B3%20antojados%20de%20volver%29](http://www.medellin.gov.co/irj/portal/ciudadanos?NavigationTarget=navext%28ROLES%3A/portal_content/MunicipioMedellin/PCM/admin/worksets/pcm.ep.pcd.temasCiudadano/nuestroGobierno%7Cwpcnavigation%3A//wpccontent/Sites/Subportal%20del%20Ciudadano/Nuestro%20Gobierno/Site%20Navigation/navigation.wpc/%7E/Noticias%20y%20Eventos/Noticias/Washington%20Post%20destac%C3%B3%20a%20Medell%C3%ADn%20como%20una%20ciudad%20a%20la%20que%20hay%20que%20visitar%2C%20la%20experiencia%20los%20dej%C3%B3%20antojados%20de%20volver%29) Consultado: enero de 2011.

BENJAMÍN, Walter. *Ensayos escogidos*. Buenos Aires: Sur, 1967

BERGESTEM, Frida. *Suramericanos con mirada sueca. El Colombiano*, 28/03/2010 Disponible en: [http://www.elcolombiano.com/BancoConocimiento/S/suramericanos\\_con\\_mirada\\_sueca/suramericanos\\_con\\_mirada\\_sueca.asp](http://www.elcolombiano.com/BancoConocimiento/S/suramericanos_con_mirada_sueca/suramericanos_con_mirada_sueca.asp) Consultado: noviembre 2011

GIAIMO, Mariángela. *Medellín vista de cerca, Políticas de Amor*. Publicado el 03/12/2010 Disponible en: <http://www.medellin.gov.co/irj/go/km/docs/wpccontent/Sites/Subportal%20del%20Ciudadano/Medell%C3%ADn%20en%20el%20mundo/Secciones/Confiracion/Documentos/2010/Medell%C3%ADn%20y%20Don%20Mat%C3%ADas.pdf> Consultado: noviembre 2011

INSTITUTO POPULAR DE CAPACITACIÓN. *Hallazgos del Observatorio de Derechos humanos IPC para la ciudad de Medellín*. Disponible en: [http://www.ipc.org.co/agenciadeprensa/index.php?option=com\\_content&view=article&id=469:hallazgos-del-observatorio-de-derechos-humanos-ipc-para-la-ciudad-de-medellin-&catid=42:general&Itemid=159](http://www.ipc.org.co/agenciadeprensa/index.php?option=com_content&view=article&id=469:hallazgos-del-observatorio-de-derechos-humanos-ipc-para-la-ciudad-de-medellin-&catid=42:general&Itemid=159) Consultado: noviembre 2011

\_\_\_\_\_. *Miedo y control territorial a través de la violencia*. Publicado 03/09/2010 Disponible en: [http://www.ipc.org.co/agenciadeprensa/index.php?option=com\\_content&view=article&id=437:miedo-y-control-territorial-a-traves-de-la-violencia&catid=98:general&Itemid=457](http://www.ipc.org.co/agenciadeprensa/index.php?option=com_content&view=article&id=437:miedo-y-control-territorial-a-traves-de-la-violencia&catid=98:general&Itemid=457) Consultado: noviembre 2011

OYARZÚN, Pablo. *La dialéctica en suspenso*. Fragmentos sobre la historia. Santiago de Chile: Arcis-Lom. 1996

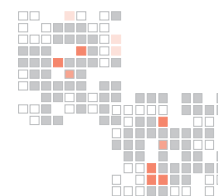
REVISTA CAMBIO, 25/03/2009 *La Nueva Medellín*. Disponible en: <http://www.cambio.com.co/archivo/buscar?producto=cambio&q=La+Nueva+Medell%C3%ADn&x=9&y=10> Consultado: noviembre 2011

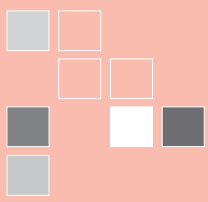
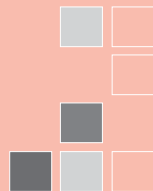
REVISTA SEMANA. *Medellín y sus dos caras*, Edición 1494, 18/12/2010 Disponible en: [http://www.semana.com/wf\\_Buscador.aspx?Buscar=medellin+y+sus+dos+caras](http://www.semana.com/wf_Buscador.aspx?Buscar=medellin+y+sus+dos+caras). Consultado: enero 2011.

\_\_\_\_\_, *Medellín, ¿qué diablos pasa?* Edición 1449, 06/02/2010, Disponible en: [http://www.semana.com/wf\\_Buscador.aspx?Buscar=Medellín, ¿qué diablos pasa?](http://www.semana.com/wf_Buscador.aspx?Buscar=Medellin,%C3%ADn%20y%20que%20pasa%3F) Consultado: enero 2011

REYES MATE. *Medianoche en la historia*. Comentario a las tesis de Walter Benjamin sobre el concepto de historia. Madrid: Trotta, 2006

WODAK, Ruth; MEYER, Michael. *Métodos de análisis crítico del discurso*. Barcelona: Gedisa, 2003





# PEDAGOGIA DO JORNALISMO: NARRATIVA E RESPONSABILIDADE SOCIAL NA TELA DA TV

PEDAGOGÍA DE PERIODISMO: NARRATIVA Y  
RESPONSABILIDAD SOCIAL EN LA PANTALLA DEL TV

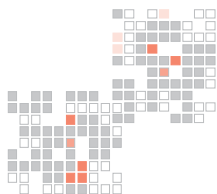
*JOURNALISM PEDAGOGY: NARRATIVE AND SOCIAL  
RESPONSIBILTY ON TV SCREEN*

## Lucia Maria Marcellino de Santa Cruz

■ Graduada em Jornalismo, Mestre em Comunicação e Cultura e Doutora em Comunicação e Cultura, títulos obtidos pela Universidade Federal do Rio de Janeiro. Professora da ESPM/RJ. Pesquisadora da Coordenação Interdisciplinar de Estudos Contemporâneos da UFRJ; Pesquisadora do Grupo de Pesquisa em Comunicação e Organizações da ESPM/RJ, linha de pesquisa Desafios da comunicação integrada nas organizações hoje; Pesquisadora do Grupo de Estudos e Pesquisas em Comunicação Organizacional da UNB.

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

216





## RESUMO

Este artigo procura demonstrar como a análise de três programas brasileiros de televisão sobre responsabilidade social empresarial sublinha o caráter narrativo do jornalismo contemporâneo, ao mesmo tempo em que destaca o uso do melodrama como recurso pedagógico para a absorção de novos conceitos em circulação no ambiente social.

**PALAVRAS-CHAVE:** TELEVISÃO; JORNALISMO; NARRATIVA; RESPONSABILIDADE SOCIAL.

## RESUMEN

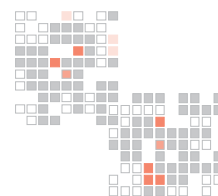
En este artículo se explica cómo el análisis de tres programas de la televisión brasileña acerca de la responsabilidad social de las empresas destaca el carácter narrativo Del periodismo contemporáneo, además de resaltar el uso del melodrama como recurso educativo para la absorción de nuevos conceptos en el movimiento en el entorno social.

**PALABRAS CLAVE:** TELEVISIÓN; PERIODISMO; NARRATIVA; RESPONSABILIDAD SOCIAL

## ABSTRACT

This article explains how the analysis of three Brazilian television programs on corporate social responsibility stresses the narrative character of contemporary journalism, while highlighting the use of melodrama as an educational resource for the absorption of new concepts in movement in the social environment.

**KEYWORDS:** TELEVISION; JOURNALISM; NARRATIVE; SOCIAL RESPONSIBILITY.



## 1. Jornalismo como narrativa

Partimos da concepção de que o jornalismo é uma narrativa, constituindo-se na estrutura discursiva da contemporaneidade. A novidade objetiva do jornalismo teria assim absorvido o lugar reservado anteriormente a outras práticas narrativas, como um valor oposto ao acontecimento antigo. É a visão do jornalismo como organização discursiva do mundo, um sistema de construção de sentidos. Ou a ideia da notícia como um produto cultural “cuja magnitude vai além do ato de informar, situando o indivíduo na complexa sociedade contemporânea” (Motta, 2002, p.11). As notícias assumem o lugar de uma narração da história contemporânea.

*Por um lado, são informativas (ainda que impregnadas de elementos das ideologias e dos imaginários de quem a produz). Por outro, essas mesmas notícias instigam a imaginação dos leitores-receptores, que trazem para o ato de leitura toda a memória cultura de que são portadores. (...) O consumo de notícias veiculadas através dos jornais ou das emissoras de rádio e de televisão por uma grande parcela da população mundial é hoje um ato ritualístico que se repete diariamente, através do qual os indivíduos retomam regularmente o contato com a realidade caótica. Ler, ver ou ouvir notícias diariamente se incorporou à cotidianidade, se agregou ao ciclo cronológico do homem de hoje. (Motta, 2002, p.13)*

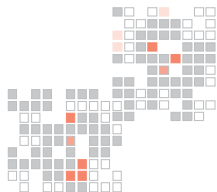
O ato de consumir notícias de fato se incorporou à rotina diária, a despeito dos conteúdos veiculados e consumidos (Motta, 2002, p.14). Ligar a televisão para assistir ao noticiário e se situar em relação aos acontecimentos do mundo é um hábito rotineiro a milhões de pessoas em todo o mundo, assim como ler jornais impressos, ouvir rádio ou acessar a internet. O acontecimento é uma singularidade, uma experiência singular na

temporalidade. Assim, o poder da narrativa do acontecimento consiste na exposição do fato social – a narrativa jornalística desta maneira “ilumina” o acontecimento, lança luzes sobre ele, o faz, por uma determinada perspectiva, acontecer. A narrativa temporaliza o acontecimento, o que conduz à constatação que quem dita o ritmo do nosso tempo é o jornalismo. Há uma imensa diferença entre o acontecimento em geral e o acontecimento jornalístico, porque o segundo é narrado, obedece, portanto, a regras da narrativa com a intenção de construir sentidos e situar seus leitores dentro de uma cartografia previamente mapeada.

As notícias são uma forma de transmissão cultural, na qual o fundamento é a reiteração. São um sistema simbólico singular porque nelas se misturam realidades e fantasias, nelas se confundem o real e o imaginário. Ao mesmo tempo, podemos ousar dizer que são pré-configuradas, como se os jornalistas estivessem sempre à espera de acontecimentos que apenas vêm preencher os seus moldes ontológicos, formas que revelam os dramas e as tragédias da humanidade.

Na sua intencionalidade estratégica, elas não deixam de ser relatos plenos de verossimilhança externa, esse compromisso com a história que lhes confere credibilidade para continuar contando e repetindo os temas arquetípicos, que lhes assegura a legitimidade para instalar-se como fonte das fábulas contemporâneas. “O jornalismo é o último baluarte epistemológico da objetividade. Hoje, como antes, a linguagem dos jornais pretende ser imparcial, isenta de valores, aspira a descrever fielmente o real, não admitindo qualquer desvio para a ficcionalidade”. (Motta, 2002, p.19)

Assim como se passa com o documentário, que busca responder como “as narrativas articulam um ‘efeito de realidade’ que as relacione aos discursos que reivindicam para si um lugar de legitimidade como ‘verdade’, como ‘história’, como ‘documento’” (Baltar, 2007, p.49), o pro-



## Os programas tendem a particularizar as questões sociais, adotando uma concepção que privilegia o recorte individual, materializado na busca do personagem.

cesso narrativo de construção do acontecimento situa-se na mesma perspectiva, “e que se legitima a partir de suas estruturas de produção pautadas principalmente pela tríade: veracidade, objetividade e imparcialidade” (Paiva, 2003, p.65).

O jornalismo e seus produtos não são verdadeiros – são críveis, isto é, estabelecem com seus leitores um acordo – o chamado pacto ficcional, que é um princípio que diz que o leitor deve dar crédito de realidade à ficção, ao relato, por mais fantástico e abstrato que se apresente. O fazer jornalístico é uma tentativa de representação e não de transcrição, é uma forma de contar os fatos. As notícias se apresentam como crônicas do real, do cotidiano. Um acontecimento, desta forma, não seria senão o resultado da mobilização dos meios de comunicação em torno um tema que estes definam como digno de registro durante um tempo determinado (Champagne, 1999).

Nos programas jornalísticos de televisão sobre o tema da responsabilidade social empresarial<sup>1</sup> encontramos comprovações de que o jornalismo se estabelece como um relato narrativo da contemporaneidade. Este artigo trata de três programas semanais, com duração média de 30 minutos (incluindo breaks comerciais): na TVE temos o *Mobilização Brasil* (sábados, às 8h, transmitido por todas as emissoras educativas do país, em rede, com apresentação do jornalista Marco Piva), na TV Cultura; o *Balanço Social* (exibido aos sábados, às 8h30min, apresentado pela jornalista Alessandra Calor e com entrevistas no estúdio conduzidas pelo também jornalista Heródoto

Barbeiro<sup>2</sup>); e na TV Globo, o *Ação* (transmissão aos sábados, às 7h30min, apresentado pelo jornalista Sérgio Groissman).

Estes programas apresentam de maneira jornalística relatos de ações empresariais voltadas para questões sociais. Todos mesclam entrevistas no estúdio com reportagens que são relatos de casos: pequenas histórias que apresentam um projeto e contam as trajetórias de seus participantes, que passam a adquirir um status de personagens. Os programas tendem a particularizar as questões sociais, adotando uma concepção que privilegia o recorte individual, materializado na busca do personagem. E não um personagem que se limita a estar na história, mas um protagonista, cujo roteiro conta com a direção da figura da empresa. Este processo resulta na construção de uma narrativa como “esferas de percepção de mundo, conformando a experiência da realidade” (Baltar, 2007, p.20).

Os conteúdos da comunicação podem ser organizados como discursos – descrições de um conteúdo sem personagens e de maneira não narrativa – ou como histórias, narrações nas quais os fatos são organizados segundo uma ordem cronológica ou causal e atribuídos a personagens (Paiva, 2003). Na narrativa clássica, o que integra os relatos não é a linearidade, mas o pano de fundo do enredo. De acordo com Ford & Longo, citados por Contursi; Ferro (2000), o uso de casos (relatos de ocorrências) em meios de massa correspondem à narração de um acontecimento em termos individuais ou microsociais. Os fatos, porém, são sempre uma reconstrução, não um retrato da realidade. A transmissão dos acontecimentos nunca é lisa, há uma série de

1 Responsabilidade social empresarial é um conjunto de atividades desenvolvidas por empresas de todos os portes e setores, articulados em direção a uma intervenção no tecido social, para além de sua produção econômica (Santa Cruz, 2010, p.14).

2 Em janeiro de 2011, o programa foi suspenso em função da reformulação da TV Cultura.



## O jornalismo, porém, é um produto cultural, fruto das contradições e demandas de seu tempo e da sociedade em que está inserido.

nuances que se interpõe neste processo – desde o repertório próprio e individual do emissor, passando pela natureza do veículo, por questões políticas, sociais, econômicas, etc. Por sua vez, o caso se inscreve em uma série (casuística), em um conjunto de casos que cobra valor da agenda dos meios em relação com a sua noticiabilidade e que somente tem coerência a partir de sua ligação, explícita e *ad hoc*. Os casos nos meios de massa remetem parcial ou aleatoriamente a leis ou normas, ao contrário do que acontece com a casuística na jurisprudência ou mesmo em outras ciências, de onde conforma ou pode conformar normativos. O enredo que perpassa a produção destes programas de responsabilidade social empresarial é a superação que cada indivíduo em situação de exclusão social pode fazer a partir do apoio da iniciativa privada. Trata-se da defesa da participação mais ativa da empresa em projetos de cunho social, à revelia do Estado e das políticas públicas.

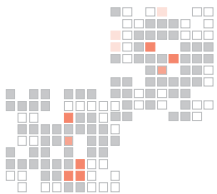
O jornalismo, porém, é um produto cultural, fruto das contradições e demandas de seu tempo e da sociedade em que está inserido. “O discurso jornalístico se mostra permeado de sentidos que podem ser observados e interpretados tanto pelo que evidencia quanto pelo que insinua, sugere ou oculta” (Costa e Silva, 2003, p.104). As notícias atualizam a realidade social, renovando diária e cotidianamente a percepção do mundo, do espaço de convívio e da ação. O jornalismo atua além da mera produção de notícias para um consumo massivo de informações. Configura-se em veículo de reinserção da audiência no universo social.

Como produto cultural, as notícias narram não apenas os fatos historicamente localizados, mas constroem a realidade social ressignificando-a

mediante elementos presentes no universo cultural. O jornalismo também opera como elemento sedimentador de conceitos em suspensão no tecido social e se articula com interesses que nem sempre correspondem à finalidade principal de informação. O conceito de campo cunhado por Bourdieu é particularmente útil para entendermos a teia de relações em que o jornalismo se insere. “O mundo do jornalismo é um microcosmo que tem leis próprias e que é definido por sua posição no mundo global e pelas atrações e repulsões que sofre da parte dos outros microorganismos” (Bourdieu, 1997, p.53). Paradoxalmente, o campo jornalístico é, ao lado do universo político, o que mais está diretamente sob a influência do mercado e da audiência, vivendo assim um movimento contraditório – ao mesmo tempo em que detém um poder de influenciar todos os demais campos, é extremamente afetado pelos interesses do campo econômico.

Bourdieu (1997) ressalta a centralidade da mídia na produção simbólica das sociedades contemporâneas, o que se pode verificar no fato que o campo jornalístico age, enquanto campo, isto é, enquanto agente de poder, sobre os demais campos. A atividade relacional entre os campos é desequilibrada pela influência desproporcional do campo midiático sobre os demais campos, o que atribui hegemonia ao campo jornalístico.

Admitindo-se que pressões externas também desempenhem influência sobre o campo jornalístico, podemos concordar que a atuação de outros campos pode gerar conteúdo específico, orientações editoriais ou enfoques adotados pela mídia. É possível, portanto, que o surgimento dos programas televisivos sobre responsabilidade social empresarial sejam fruto deste movimento



tenso de forças externas e até mesmo de interesses internos do campo jornalístico.

## 2. Conduzindo a narrativa

Em todos os programas analisados, encontramos a figura do apresentador, que faz o papel do narrador e conduz um fio imaginário do programa, ligando os diferentes blocos, as reportagens, dando continuidade temática ou de sentido ao conteúdo. É uma estratégia textual, visto que o narrador é um elemento central na narração. Benjamim (1998) considera que a noção de narrativa está intrinsecamente relacionada à de experiência, e que desta forma narrar seria partilhar. É muito própria de Benjamin a visão da narrativa como equivalente à ideia genérica de comunicação, ou seja, a ação de por em comum, de colocar em circulação, de promover a partilha discursiva das capacidades de compreender.

Lukács faz uma distinção entre narrar e descrever, em seu ensaio homônimo (*apud* Konder, 2001), A descrição é uma espécie de cumplicidade com o que existe, legitimando-o, fazendo crer que a realidade é e será sempre aquilo que ela está sendo no momento em que é descrita, já que ficam enfraquecidas a percepção e a representação do que está mudando, do processo pelo qual a realidade está sempre se tornando aquilo que ela ainda não é. A perspectiva do narrador, ao contrário, estimula a compreensão da realidade como um processo de transformação incessante, isto é, como um movimento que está permanentemente engendrando o novo. Assim, o papel do apresentador nestes programas não é o de descrever a ação ou o projeto, mas exatamente o de narrar, de fazer emergir o acontecimento.

Narrador é o agente de uma ação discursiva que organiza os conteúdos, centrada em sua figura. Propõe uma linearidade. O agente narrativo não é um intérprete, ele representa a ordem social. O narrador incorpora cada vez mais os

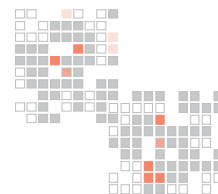
discursos de outros, por meio da criação de regras sintáticas, estilísticas e composicionais para assimilar os enunciados de outrem. O discurso de outrem é absorvido sob forma de massa compacta, como ressaltou Bakhtin em sua obra *Marxismo e Filosofia da Linguagem* (Bakhtin, 1999). Segundo ele, discurso citado e contexto narrativo unem-se por relações dinâmicas, complexas e tensas. Seria um erro dissociar o discurso de outrem do contexto narrativo. São termos de uma interrelação dinâmica, que reflete a dinâmica da interrelação social dos indivíduos na comunicação ideológica verbal. Logo, o contexto narrativo está profundamente relacionado ao contexto de transmissão.

*O texto jornalístico também é ao mesmo tempo história, por evocar uma certa realidade, e discurso, pela presença de um narrador que conta a história, e que tem diante dele um leitor: não são os acontecimentos relatados que contam, mas a maneira pela qual o narrador nos faz conhecê-los* (Paiva, 2003, p.67).

A televisão brasileira já teve animadores, um profissional encarregado de introduzir ou pontuar um programa e criar um clima especial para ele. Esta figura está dando lugar ao apresentador, que para Muniz Sodré tem uma analogia com a função do coro no antigo teatro grego, que comentava ou apresentava a ação dramática.

*O apresentador é percebido pelo público como um personagem central da mensagem televisiva. Através da ‘apresentação’, fundamental nos noticiários, documentários e shows, o médium procura realizar uma síntese dos diversos conteúdos ou dos vários códigos implicados na transmissão* (Sodré, 2001, p.60-61).

Voltado para as lentes, olhando para o espectador, o apresentador promove uma interpelação



## Logo, a informalidade, a cordialidade e a pessoalidade são marcas da televisão, especialmente no Brasil.

direta, procurando estabelecer familiaridade com quem está assistindo. Empregando uma técnica extraída do estilo radiofônico, de quem a televisão herdou diversas características, ainda que seja um veículo audiovisual, que procura criar vínculos com o ouvinte através de uma relação pessoal e individualizada, o apresentador se dirige sempre usando o singular. Assim, o espectador é sempre “você” e nunca vocês.

Um dos efeitos do sistema da televisão é a desindividualização, aponta Muniz Sodré, que seria a tentativa de apagar as diferenças individuais, mas mediante o reforço da crença ocidental num ego único e compacto. “A tevê se dirige ao público através do vídeo, simulando um contato direto e pessoal com essa ‘função-indivíduo’ que se supõe ser o telespectador” (Sodré, 2002, p.55). Este pseudo contato individual e real consiste numa das grandes forças do veículo televisão. A percepção que o sujeito dentro da tela fala diretamente comigo, que o escuto, embora soe ingênua e ultrapassada, ainda hoje é bastante comum. Frequentemente ouvimos relatos, ditos em tom de anedota, de telespectadores que respondem cordialmente ao boa-noite dos âncoras dos telejornais.

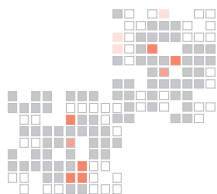
Logo, a informalidade, a cordialidade e a pessoalidade são marcas da televisão, especialmente no Brasil. Este perfil é incorporado nos programas analisados, como estratégia discursiva que pavimenta uma aceitação imediata do conteúdo midiático.

A atitude de bate-papo é o estilo do jornalista e apresentador Serginho Groisman, em *Ação*, que, no entanto, procura em vários momentos, por meio de estratégias de enunciação, estabelecer relações afetivas com o espectador e simular desta forma o contato direto a que Sodré se re-

fere: “Olá! Você pode entrar em contato com os projetos mostrados aqui através do nosso site [www.globo.com/acao](http://www.globo.com/acao)” (*Ação*, 23 de novembro de 2006, 7’48”), diz o apresentador em todos os programas, em geral na chamada para os intervalos comerciais. Também o convite para que o espectador sugira pautas é feito sempre no singular, “Para enviar uma sugestão de reportagem, escreva pra gente: [acao@redetglobo.com.br](mailto:acao@redetglobo.com.br)”, assim como a chamada para as próximas reportagens, após o break do intervalo comercial, como esta, do programa que foi ao ar em 17 de maio de 2007. “A aluna da primeira turma do projeto Bom Aluno já é médica. No próximo bloco você vai conhecer a Dra. Fabiana” (16’09”) [os grifos são meus].

Na relação direta e imediata, pretende-se convidar para uma conversa, informal e descontraída, mesmo quando o estilo do programa tende a ser mais sisudo e clássico, como acontece com *Mobilização Brasil*, nos quadros apresentados no estúdio. Até como estratégia para quebrar a formalidade, o jornalista Marco Piva, âncora do programa, ao chamar o intervalo comercial, diz: “Você está assistindo ao *Mobilização Brasil*. Hoje, estamos conversando sobre.[diz o tema da edição do programa]. No próximo bloco, você vai conhecer mais sobre [e aí faz um gancho, convocando o espectador a se manter interessado na continuidade do assunto]”. O procedimento é semelhante quando o programa retorna, após o break. “Olá, este é o *Mobilização Brasil*, um programa da Fundação Banco do Brasil, que na edição de hoje está tratando do tema [é a deixa pra recuperar o assunto]. Você vai saber mais agora sobre [e retoma a entrevista]”.

Muitas vezes o apresentador usa o plural quan-



do se refere aos entrevistados do estúdio, ainda falando com o espectador: “Conosco aqui no estúdio está o presidente da associação X e o diretor de responsabilidade social da Fundação Banco do Brasil”. Depois desta introdução, se volta para os entrevistados, e continua a entrevista. Ou seja, o que Piva faz é introduzir o telespectador na conversa, como se ele estivesse ali, ao seu lado e fosse participar ativamente da entrevista. Obviamente, esta participação ativa, porém, fica reduzida à assistência.

Balanço Social também procura envolver o espectador diretamente, criando uma ambiência informal e alegre, marcada pela descontração. Este estilo leva a apresentadora a chamar o espectador de você, e, num tom de conversa, até mesmo dirigir a ele alguns comandos, entre sorrisos e cenários coloridos. Em, close, olhando fixo para a câmera, a apresentadora Alessandra Calor avisa que “vamos fazer um rápido intervalo, não saia daí. Balanço Social volta já” (Balanço Social, 2 de junho de 2007, 8’06”).

A imagem que interpela diretamente o telespectador, à maneira de uma comunicação não mediada, precisa apoiar-se “num campo de significação que absorva ou englobe totalmente o ‘interlocutor’”, resalta Muniz Sodré (2002, p.59), que defende ser o espaço televisivo, enquanto campo de significação, quem engole o receptor. Esta absorção do espectador além de trazê-lo para o universo simbólico em jogo no programa, também faz com que ele assuma ainda com mais imediatismo o pacto narrativo proposto pelo produto midiático. Assim, totalmente absorvido, ele aceita com facilidade as normas contratuais para a compreensão do relato, e penetra no regime da verossimilhança do narrado.

A figura do apresentador, além de ser o elemento condutor da narrativa, também permite o reconhecimento e a identificação do programa. É um recurso usado em todos os programas de televisão, desde os humorísticos até os jornalísti-

cos. O apresentador se torna uma espécie de marca registrada, que, ao ser visualizada, remete automaticamente a valores atribuídos ao programa.

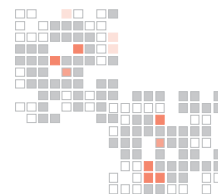
A preocupação com a imagem do programa e a identificação do apresentador com o produto apresentado também orientou a substituição da atriz Alessandra Calor na reformulação de Balanço Social, no final de 2007. Em seu lugar, dois jornalistas apresentavam o programa.

Estar atento à questão da credibilidade não é apenas um recurso retórico, mas se inscreve na própria condição dos programas de televisão enquanto produtores de conteúdos e de significa-

**A figura do apresentador, além de ser o elemento condutor da narrativa, também permite o reconhecimento e a identificação do programa.**

dos. O apresentador, na condição de narrador, se reveste de uma importância por representar, na prática, a proposta do programa. É ele quem fará a transmissão da informação e quem lhe conferirá autenticidade. Na narrativa clássica, narrador é o agente de uma ação discursiva que organiza os conceitos, centrada em sua própria figura. Pressupõe linearidade e centralismo, não é um discurso fragmentado. Não se trata de uma técnica de organização, porque o agente narrativo não é um intérprete, ele simboliza uma ordem social. O símbolo não se resolve na técnica, se resolve na decifração da cultura como um todo.

Esta postura se alinha com a definida por Silviano Santiago, que considera o narrador jornalístico como paradigma do narrador pós-moderno, pois é aquele que está ali para informar ao seu leitor o que acontece. A figura do narrador é a daquele que se interessa pelo outro (e não por si) e se afirma pelo olhar que lança ao seu redor, acompanhando seres, fatos e incidentes (e não



por um olhar introspectivo que cata experiências vividas no passado). A autenticidade do relato está em questão, uma vez que este está cada vez mais desvinculado da experiência.

*O narrador pós-moderno é o que transmite uma 'sabedoria' que é decorrência da observação de uma vivência alheia a ele, visto que a ação que narra não foi tecida na substância viva da sua existência. Nesse sentido, ele é o puro ficcionista, pois tem de dar 'autenticidade' a uma ação que, por não ter o respaldo da vivência, estaria desprovida de autenticidade. Esta advem da verossimilhança que é produto da lógica interna do relato. O narrador pós-moderno sabe que o 'real' e o 'autêntico' são construções de linguagem (Santiago, 1989, p.40).*

Hoje, muito do que é narrado não vem sequer da observação exterior, ressalta Leal, ressaltando a elaboração de textos jornalísticos a partir de press-releases, da apropriação de dados da internet, da reciclagem dos informativos de agências de notícias. “Trata-se de uma acentuação do fenômeno percebido por Santiago: narra-se o que é narrado por aquele que talvez tenha observado o que narra” (Leal, 2002, p.12).

### 3. Uma pitada de melodrama

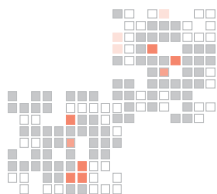
O narrador da contemporaneidade sem dúvida não é o narrador de Benjamin, que baseava a narração como expressão da experiência, do conhecimento obtido da prática, dos costumes, da construção cultural coletiva. O narrador contemporâneo, muitas vezes, não faz parte daquela comunidade, daquela concepção de cultura. Ele não tem a experiência do que relata, mas transmite o que recolheu no discurso de outrem, na polifonia bakhtiniana, no enorme caldo em que não se pode discernir que vozes estão em diálogo. Bakhtin, para quem a relação tensa e dinâmica entre contexto narrativo e discurso citado é uma

marca da linguagem, considera que existem duas orientações sobre esta relação - a linear, na qual se criam contornos nítidos em torno do discurso citado; e a pictórica, que faz exatamente o contrário, dissolvendo os contornos do discurso citado.

Nesta segunda orientação, encontram-se narradores que apagam deliberadamente as fronteiras do discurso citado, para colori-lo com suas manifestações, e outro tipo de narrador, em cujo relato a dominante do discurso é deslocada para o discurso citado – torna-se mais forte que o contexto narrativo. “O discurso citado é que começa a dissolver, por assim dizer, o contexto narrativo” (Bakhtin, 2002, p.151). A significação lingüística própria do discurso indireto seria justamente a transmissão analítica do discurso de outrem, que implica numa análise da enunciação que ocorre no mesmo momento da transposição. Este é o discurso do jornalismo, em que aquilo que se diz é sempre mais valorizado que o contexto em que é dito. “A enunciação é totalmente subordinada ao enunciado – para o discurso jornalístico, que opera segundo a verdade dos fatos, o que interessa é o fato em si. O como narrar esse fato, a enunciação propriamente dita, resume-se à utilização de uma técnica” (Resende, 2006, p.170).

Uma vez que Benjamin considera que a narração só é possível a partir da experiência, da forma tradicional de transmissão de conhecimento, temos que abandonar Benjamin para encontrar fragmentos de narração nos textos jornalísticos. Fragmentos esses que ao serem aproximados formam um conjunto de narrativas, integrados nem tanto pela linearidade, mas pelo enredo construído coletivamente. Numa entrevista jornalística, por exemplo, o narrador olha o outro para levá-lo a falar. Ele puxa o fio do que vai pelo pensamento do entrevistado. O entrevistador não é aquele, neste caso, que apresenta os fatos, mas o que estabelece condições narrativas para o enunciado.

Ao analisarmos as estruturas discursivas sobre as quais se alicerçam os programas de televisão





## Narração com voz em off bem marcante, aliada à sonoplastia na medida certa para criar efeitos de emoção, no Balanço Social.

em questão, podemos depurar que há um enredo que faz o pano de fundo destas narrativas. Este enredo é exatamente o papel da empresa na sociedade contemporânea, frente a uma redefinição do que deveria ser a atuação do Estado e das instâncias públicas. Para fazer com que este enredo ganhe credibilidade junto ao público-alvo, os programas se valem da adoção de personagens, um elemento narrativo sempre utilizado para aproximar a história dos que a ouvem, permitindo que busquem uma identificação com ela.

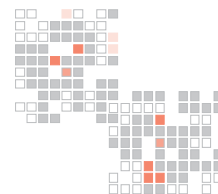
Nesse sentido, os programas se assemelham ao uso que alguns documentários têm feito do melodrama enquanto enredos de ação e emoção, combinados com o drama da vida privada. A pobreza, ainda que, como já vimos no capítulo anterior, não seja tratada a partir de um determinado contexto, nem mesmo seja vista em seu enraizamento histórico, é um tema que pode permitir um tratamento que apele para os sentidos, para o sensorial, para as emoções. Mesmo que seja mostrada estetizada, é uma certa configuração do que é ser pobre que os programas exibem, com imagens, sons, músicas em off, que fazem fade in ou fade out de acordo com o efeito desejado. Longos travellings no caso de Mobilização Brasil, paisagens rurais em tela cheia. Edição em ritmo acelerado em reportagens do Ação que falem de projetos culturais voltados para jovens e adolescentes. Closes e muitos depoimentos nas matérias veiculadas pelo Boa Notícia, em grande parte produzidas por organizações não-governamentais. Narração com voz em off bem marcante, aliada à sonoplastia na medida certa para criar efeitos de emoção, no Balanço Social. São espetáculos que trabalham com as sensações para gerar uma expectativa de recep-

ção positiva para a ação empresarial no social.

Mariana Baltar lembra que os modos de organização da narrativa em torno do excessivo talvez sejam as maneiras mais eficazes de fazer o público fluir e fruir com a narrativa. “Tais ideias – fluir e fruir – são fundamentais na construção da subjetividade moderna. É central, nesse contexto, a dimensão espetacular para alimentar os desejos de circulação e consumo do sujeito moderno” (Baltar, 2007, p.90). A autora acrescenta que o excesso do melodrama pode operar como um processo amplo de pedagogização através da ativação de um universo e um saber sensorio-sentimental. “Melodramático como uma das instâncias narrativas de educação de uma ‘verdade’ no mundo pós-sagrado, a qual será vinculada ao universo da moralidade” (Brooks, 1995, p.15, apud Baltar, 2007, p.93).

Este parece ser o caminho adotado pelos programas analisados, que tendem a colocar a responsabilidade social empresarial como uma questão moral – “mudaram as empresas ou mudei eu?” pergunta Alessandra Calor na abertura do Balanço Social de 24 de fevereiro de 2007. Além de transferidas para o universo moral, em que são tratadas como regras de formas de conduta, de costumes, este deslocamento segue um formato maniqueísta, utilizando recorrentemente as noções de bem e mal. São comuns frases como “fazer o bem”, mesmo que não haja nenhuma pista do que significa este bem.

Ocorre que este tratamento se dá em programas que têm um cunho jornalístico, mesmo que estejam localizados numa zona nebulosa entre a notícia e a diversão. Ou, talvez exatamente por estarem neste entre lugar é que se permitem adotar dispositivos que não se limitam a mostrar a



pobreza, mas colaboram decisivamente para a construção de um projeto político no qual o universo empresarial assume a liderança.

*as práticas discursivas caracterizam-se pelo recorte de um campo de projetos, pela definição de uma perspectiva legítima para o sujeito de conhecimento, pela fixação de normas para a elaboração de conceitos e teorias. Cada uma delas supõe, então, um jogo de prescrições que*

*determinam exclusões e escolhas* (Foucault, 1997, p.11).

Atuando desta forma, os programas terminam por se constituir em instrumentos pedagógicos. Estas peças se inscrevem no panorama da produção jornalística contemporânea como narrativas, isto é, como sequências de acontecimentos reais ou supostamente sucedidos, representados de modo coerente e encadeados.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BAKHTIN, Mikhail. *Marxismo e filosofia da linguagem*. São Paulo: Editora Hucitec/Annablume, 2002.

BALTAR, Mariana. *Realidade lacrimosa, diálogos entre o universo do documentário e a imaginação melodramática*. 2007. Tese (Doutorado em Comunicação) – Pós-Graduação em Comunicação, Universidade Federal Fluminense, Niterói, 2007.

BENJAMIN, Walter. *Illuminations*. Essays and Reflections. New York: Schocken Books, 1969 (1998).

BOURDIEU, Pierre. *Sobre a Televisão*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editores, 1997.

CHAMPAGNE, Patrick. A visão mediática, In: BOURDIEU, Pierre (coord). *A miséria do mundo*. Petrópolis: Vozes, 1999.

COSTA, Gustavo; SILVA, Jorge Lima da. *Análise da narrativa jornalística: construção de sentido pela notícia*. Trabalho apresentado ao GT Produção de sentido nas mídias, XII Encontro Anual da Associação Nacional de Programas de Pós-Graduação em Comunicação, Recife, 2003.

FERRO, Fabiola ; CONTURSI, Maria Eugenia. *La narración – usos y teorías*. Argentina: Grupo Editorial Norma, 2000.

FOUCAULT, Michel. *Resumo dos cursos do Collège de France* (1970-1982). Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 1997.

KONDER, Leandro. A narrativa em Lukács e em Benjamin . *Revista Semear* 7. Cátedra Padre Antônio Vieira de Estudos Portugueses. PUC-Rio, 2001 Disponível em: <[www.lettras.puc-rio.br/catedra/revista/7Sem\\_22.html](http://www.lettras.puc-rio.br/catedra/revista/7Sem_22.html)>. Acesso em: 20 jan. 2010.

LEAL, Bruno Souza. Reflexões sobre o jornalismo como narrativa do real. *Revista Temas – Ensaios de Comunicação*, 2002.

MOTTA, Luiz Gonzaga. Para uma antropologia da notícia. *Revista Brasileira de Ciências da Comunicação*. v. 25, n. 2, p.11-42, jul.-dez. 2002.

PAIVA, Raquel et. all. Jornal diário: a estrutura narrativa no terceiro milênio. *Líbero*, ano 6, n. 12, 2003.

RESENDE, Fernando. O jornalismo e a enunciação: perspectivas para um narrador-jornalista. In: LEMOS, André; BERGER, Christa; BARBOSA, Marialva. *Narrativas midiáticas contemporâneas* [Livro da XIV Compós]. Porto Alegre: Sulina, 2006.

SANTIAGO, Silviano. O narrador pós-moderno. *Nas malhas da letra – Ensaios*. São Paulo: Companhia das Letras, 1989.

SODRÉ, Muniz. *Antropológica do Espelho*. Uma teoria da comunicação linear e em rede. Petrópolis: Vozes: 2002.

SODRÉ, Muniz. *O Monopólio da Fala*. Função e linguagem da televisão no Brasil. Petrópolis: Vozes, 2001.

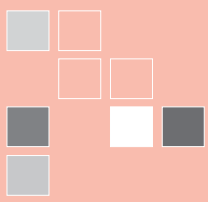
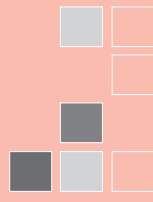
# CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN



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/>





# ENTRAMADOSEDUCOMUNICACIONALES. NUEVAS PRÁCTICAS, NUEVOS SENTIDOS PARA PRODUCIR INSCRIPCIÓN SOCIAL.

CONCEPÇÃO EDUCOMUNICACIONAL. NOVAS PRÁTICAS,  
NOVOS SENTIDOS PARA PRODUZIR INSCRIÇÃO SOCIAL.

*EDUCOMMUNICATION FRAMING. NEW PRACTICES, NEW  
WAYS TO PRODUCE SOCIAL INSCRIPTION.*

## Analia Errobidart

■ Professora associada do Departamento de Comunicação e Educação da Faculdade de Ciências Sociais da Universidad Nacional del Centro de la Provincia de Buenos Aires. Investigadora Categoría III pelo grupo IFIPRACD (Investigaciones en Formación Inicial y Prácticas Docentes).

■ E-mail: [aerrobid@soc.unicen.edu.ar](mailto:aerrobid@soc.unicen.edu.ar)

## Marianela Recofsky

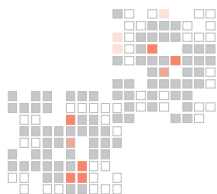
■ Aluna avançada (estudante tese) do curso de Comunicação Social da Faculdade de Ciências Sociais Universidad Nacional del Centro de la Provincia de Buenos Aires (Unicen), na Argentina. Becaria do CIN (Conselho Interuniversitario Nacional) de formação de estudantes em pesquisa pelo grupo IFIPRACD (Investigaciones en Formación Inicial y Prácticas Docentes).

■ E-mail: [marianelarecofsky@yahoo.com.ar](mailto:marianelarecofsky@yahoo.com.ar)

## Gabriela Casenave

■ Profesora de Comunicación Social. A.D. de la cátedra Comunicación y Educación de la carrera de Comunicación Social de la Facultad de Ciencias Sociales (UNICEN), Argentina. Investigadora Cat. V. por grupo IFIPRACD.

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





## RESUMEN

El artículo que se desarrolla en estas páginas se propone analizar las características que asumen, en los nuevos modos de organización social (rizomático, territorial, dinámico), los procesos educativos y comunicativos orientados a generar inscripción social. Dicho análisis se produce a partir de los informes del campo en tres organizaciones sociales que articulan las acciones del Estado y la sociedad civil. Este trabajo tiene como referencia el proyecto de investigación “La educación como práctica sociopolítica. Sentidos y estrategias de inscripción social” desarrollado por un grupo de docentes-investigadores y becarios de la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad Nacional del Centro de la Provincia de Buenos Aires, Argentina: Grupo IFIPRACD (Investigaciones en Formación Inicial y Prácticas Docentes).

**PALABRAS CLAVE:** EDUCACIÓN; COMUNICACIÓN-CAMBIO; INSCRIPCIÓN SOCIAL.

## RESUMO

O artigo que se desenvolve nestas páginas se propõe analisar as características que assumem, nos novos modos de organização social (rizomático, territorial, dinâmico), os processos educativos e comunicativos orientados a gerar inscrição social. Dito análise produz-se a partir dos informes do campo em três organizações sociais que articulam as ações do Estado e a sociedade civil. Este trabalho tem como referência o projecto de investigação “A educação como prática sociopolítica. Sentidos e estratégias de inscrição social” desenvolvido por um grupo de docentes-investigadores e becarios da Faculdade de Ciências Sociais da Universidade Nacional do Centro da Província de Buenos Aires, Argentina: Grupo IFIPRACD (Investigações em Formação Inicial e Práticas Docentes).

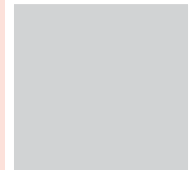
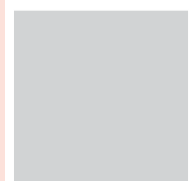
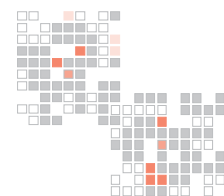
**PALAVRAS-CHAVE:** EDUCAÇÃO; COMUNICAÇÃO; MUDANÇA; INSCRIÇÃO SOCIAL.

## ABSTRACT

The article developed in these pages proposes to analyze the characteristics that assume, in the new ways of social organization (rhizometric, territorial, dynamic), educational and communicative processes orientated to generate social inscription. The above mentioned analysis takes place from the reports of the field in three social organizations that articulate the actions of the State and the civil society. This paper takes the project of investigation as a reference: “The education as socio-political practice. Senses and strategies of social inscription” developed by a group of teachers - investigators and scholars of the Facultad de Ciencias Sociales de la Provincia de Buenos Aires, Argentina: Group IFIPRACD (Investigations in Initial Formation and Educational Practices).

Palabras clave: Education; Communications; change; social inscription.

**KEYWORDS:** TELEVISION; JOURNALISM; NARRATIVE; SOCIAL RESPONSIBILITY.



## 1. Introducción

El artículo que se desarrolla en estas páginas se propone analizar las características que asumen, en los nuevos modos de re-configuración social, los procesos educativos y comunicativos orientados a generar inscripción social, a partir de los relevamientos realizados en tres espacios seleccionados por fuera del sistema educativo formal.

Estos análisis tienen anclaje en un proyecto de investigación social desarrollado por un grupo de docentes-investigadores, becarios y auxiliares de la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad Nacional del Centro de la Provincia de Buenos Aires, Argentina, denominado Grupo IFIPRACD<sup>1</sup>. El proyecto focaliza su atención en los procesos educativos que se producen dentro y fuera de la escuela. El objetivo general se propone analizar las relaciones que se establecen entre los **modos de inscripción sociopolítica de los sujetos** y las **redefiniciones del sentido moderno de educar**, en las prácticas educativas formales e informales de la ciudad de Olavarría, durante el período 2011-2013.

Sintéticamente, referimos que en el proyecto se plantea que tras la crisis social producida por la aplicación de las políticas neoliberales de los años '90, se inicia un proceso de reconfiguración social que produce un desborde de los sistemas modernos (Martín Barbero, 2003), que favorece la circulación de nuevos procesos educativos y comunicativos por distintos circuitos y con diferentes dinámicas y sentidos. El reposicionamiento del Estado, luego de la crisis de 2001 en Argentina, habilita nuevos modos de relación entre el Estado y la sociedad civil, redefiniéndose los sentidos de la comunicación y la educación en el proceso de inscripción social

Metodológicamente, se toman como unidades

1 IFIPRACD: Investigaciones en Formación Inicial y Prácticas Docentes. El proyecto actualmente en curso, acreditado por la Secretaría de Asuntos Universitarios del Ministerio de Educación de la Nación, se titula "La educación como práctica sociopolítica. Sentidos y estrategias de inscripción social" (Ifipracd 2010).

de análisis los programas sociales gubernamentales y no gubernamentales en la ciudad de Olavarría, cuyos criterios de selección fueron definidos en el proyecto 2008-2010<sup>2</sup>. En este nuevo período, se profundizan aspectos cualitativos de los procesos y los sentidos que adquieren las prácticas educativas alternativas a las formales. Las estrategias seleccionadas son: observación con y sin participación y entrevistas pautadas y ocasionales, de acuerdo a la perspectiva socioantropológica (IFI-PRACD 2008).

## 2. Nuevas articulaciones entre Estado y sociedad civil: sujetos y organizaciones sociales que disputan los sentidos de educar

Se analizan las prácticas y los sentidos atribuidos a la educación y la comunicación, en tres espacios sociales: la Callejeada de Sierras Bayas, la Mutual de Arte Popular Macondo Creativa y el Departamento educativo del Zoológico Municipal "La Máxima", todos ellos ubicados en el partido de Olavarría, provincia de Buenos Aires.

La Callejeada de Sierras Bayas es una programa social dependiente de la Municipalidad de Olavarría, destinado a jóvenes entre 10 y 18 años, en situación de vulnerabilidad social. Surge como punto de confluencia entre las demandas de los habitantes del pueblo ante un hecho de violencia que terminó con la vida de un joven, por un lado; y de las características que ya ha asumido la acción social del municipio, para contribuir a controlar los desbordes sociales y a la vez, para tener mayor presencia en el territorio.

La Callejeada es una configuración donde los diversos actores que la conforman, interactúan mediante modalidades que se diferencian –deli-

2 Los criterios planteados fueron: "que en sus enunciados se establezca, en forma explícita, una intencionalidad educativa; esto es, que pretendan transmitir, enseñar, informar, capacitar y/o prevenir, a partir de contenidos académicos o no, formalizados e instrumentados mediante formatos diversos, que definan un contenido específico a trabajar, con destinatarios identificados y en espacios y tiempos definidos".

## “Macondo” surge como un taller de teatro Independiente que en el año 2006 encuentra en la figura de mutual una estrategia de vinculación con el Estado.

beradamente- de las formas propias del sistema educativo; la disposición de los cuerpos que con libertad se manejan en el espacio, la primacía del diálogo frente a las modalidades expositivas explicativas, “herramienta fundamental de estos nuevos espacios, donde las reglas no están dichas de una vez y para siempre, y la construcción es continua” (Bardy y Recofsky, 2011, p.6) y las re significaciones que la educación adquiere a partir de las propias prácticas y representaciones pero también en la interacción con otras configuraciones, hacen que Callejeada participe en una redefinición de lo educativo en su contexto inmediato y busqué ser visibilizado desde la misma.

El sentido de lo educativo es vinculado a la reconstrucción del lazo social, como lo muestran sus prácticas y lo han expresado los coordinadores y los jóvenes que asisten: “acá aprendemos a ser mejores personas”, “yo creo que por ahí es enseñar valores, otro tipo de educación que no tiene que ver con el conocimiento científico”, priorizándose la función de contención social.

La Mutual de Arte Popular Macondo Creativa, es un espacio del tercer sector que a través del arte, nuclea especialmente a niños de sectores pobres en distintos talleres.

“Macondo” surge como un taller de teatro independiente que en el año 2006 encuentra en la figura de mutual una estrategia de vinculación con el Estado; pasa así a formar parte de la red de organizaciones subsidiadas que en etapa de reposicionamiento estatal le permite una subsistencia más desahogada financieramente.

Los talleres de arte tienen como propósito construir “con los niños otra mirada del mundo” y sus propósitos se entrelazan fundamentalmente con los fines de la educación popular emancipa-

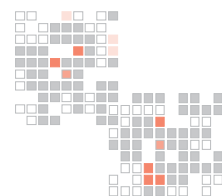
toría, en sentido freireano. Trabajan en torno “... de la producción de lazo social, desde un plano de igualdad en el discurso, en el reconocimiento de las posiciones sociales y de la proyección de las acciones” (Errobidart, 2011, p.3). Los vínculos que se establecen en las interacciones en esta configuración, son el verdadero sentido de su existencia es lo que posibilita –según sus coordinadores- “*ver el mundo desde otro lugar*”.

Su trabajo de red comunitaria es acotado (no se propone masividad) pero arraigado en el imaginario cultural del sector donde tiene anclaje. Esto le permite tener un estilo comunicacional directo, compartiendo el sentido de los mensajes. El carnaval popular es su acción comunitaria más representativa.

El Departamento educativo del Parque Zoológico Municipal La Máxima, de la ciudad de Olavarría, “se autodefine como un espacio alternativo a la escuela, sustentado en la educación no formal” (Casenave, 2011, p.2). Dispone de un extenso y variado entorno natural para la realización de sus actividades, que consisten en talleres (que parten de ciertos contenidos curriculares del área de ciencias naturales para la educación formal) y en visitas guiadas al público que asiste al zoológico.

Estas prácticas educativas presentes en el parque, si bien parten de la lógica escolar, dotan de ciertas potencialidades transformadoras a este espacio

*enfaticando las intenciones de los actores involucrados en dicha propuesta, quienes –aún considerando las tramas en las que dichas prácticas se encuentran vinculadas- expresan la intención de construir un camino enmarcado en la educación popular, y se disponen a aprender a enmarcar dicho camino* (Casenave, 2011, p.7).



Focalizando en la articulación de su tarea con los niños escolarizados que asisten al parque, y revisando el carácter educativo de tales prácticas, entendemos que su funcionamiento se orienta a producir un intercambio con el fin de generar aprendizajes que trasciendan el carácter bancario de la escuela (Freire, 1971) y en cambio, se propone transmitir, enseñar o informar a partir de contenidos pero mediante un determinado formato que movilice las experiencias de los sujetos.

### 3. Resignificar procesos comunicativos y educativos en espacios alternativos

Pensar hoy la intersección entre comunicación y educación supone delimitar nuevos sentidos respecto de las definiciones modernas y reconocer, asimismo, prácticas educomunicativas que se presentan como alternativas respecto del parámetro de lo formal.

De acuerdo con Martín Barbero

*Hoy 'la edad para educar es todas' y el lugar puede ser cualquiera –una fábrica, un hotel, una empresa, un hospital-, los grandes y los pequeños medios o Internet. Estamos pasando de una sociedad con sistema educativo a una sociedad educativa, esto es, cuya red educativa lo atraviesa todo: el trabajo y el ocio, la oficina y el hogar, la salud y la vejez (Martín Barbero, 2003, p.12).*

Así, la sociedad educativa, nos invita a observar prácticas que se desarrollan más allá de la escuela, las cuales pueden adoptar nuevas lógicas de funcionamiento y dinámicas de desarrollo.

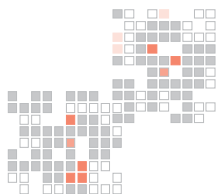
Definida en su génesis con propósitos homogeneizantes, la educación escolar se presenta hoy como anacrónica respecto de los cambios que atraviesa la cultura (Martín Barbero, 2003), y se aleja, de este modo, simbólica y efectivamente de los sujetos a los que se dirige. La tarea de homogeneizar a los sujetos y formar a los ciudadanos pudo

ser realizada exitosamente por la escuela debido a su inserción en una secuencia institucional (familia, iglesia, etc) que hacía que los sujetos que llegaban al ámbito de lo escolar estuvieran socializados. Hoy esa secuencia está quebrada, cuestión que se suma a los desajustes entre la socialización escolar y los sujetos destinatarios de su acción.

Si pensamos este nuevo escenario social –de acuerdo a los términos en los que se presentó anteriormente- como un “entorno educacional difuso y descentrado” (Martín Barbero, 2002), es preciso considerar un contexto en el que la información y los saberes son múltiples. Es necesario asimismo reconocer la existencia de prácticas que se presentan como descentradas respecto del sistema educativo formal pero que, no obstante, continúan entablando vínculos con él, en la medida en que aún es el que define los conceptos que rigen como transmisibles en una determinada sociedad, planteando tensiones y continuidades en lo que se considera “enseñable” y el modo de hacerlo.

El rasgo centralizado del conocimiento que aún circula en el sistema educativo formal aunque con menor grado de institucionalidad –junto con la ubicación del saber en el lugar de la escuela-, legítima también a los sujetos que lo detentan, con el correlato de poder que esto implica por ser los únicos con capacidad de interpretar estos saberes (Martín Barbero, 2002). El desafío que se presenta actualmente a las nuevas prácticas educomunicacionales descentradas de la escuela es el de abrirse a la multiplicidad de escrituras, de lenguajes y saberes que –reconocidos o no- circulan y persisten en los procesos educativos.

En este sentido, considerar nuevas aperturas invita también al proceso complementario de asumir las tensiones que supone reconfigurar los formatos educativos y comunicacionales en esta sociedad educativa. Así, aún en las propuestas que surgen desde la sociedad civil, se hallan dinámicas que oscilan en un constante vaivén de concesiones y restricciones negociadas con el Estado, con lo “normal y establecido”.





Si la mirada de Martín Barbero (2003) nos habilita a problematizar las palabras, los sentidos y el poder en ellas, Grimson (2010) y la noción de configuración cultural que plantea desde una mirada socioantropológica, nos ayuda a profundizar en las particularidades de los espacios relevados a partir de dar cuenta de las lógicas de interacción entre los actores, enmarcadas en tramas simbólicas en el adentro y en las relaciones con el fuera de los mismos.

Si muchos autores han enunciado la pérdida límites a raíz de los procesos de desterritorialización, la noción de configuración cultural permite reconstruir una idea de totalidad para analizar los procesos socioculturales, pero reconociendo heterogeneidades que se articulan donde algunas posiciones tienen más poder que otras, analizando la dimensión política de las interacciones que se producen en su interior en tanto representan enfrentamientos o alianzas de los actores (Grimson, 2011, p.86) en una búsqueda por lograr que determinados sentidos “suturen” alrededor de ciertos significantes.

En este artículo, abordar esta dimensión, permite a la comunicación indagar cuáles son las reproducciones o resignificaciones de sentido que aparecen en estos espacios educativos no formales, específicamente del significante “educación”, qué sentidos abre para los actores y qué estrategias despliegan en consecuencia. Estas representaciones pueden estructurarse en el lenguaje de lo establecido, pero también pueden, y por momentos lo logran, alcanzar dimensiones instituyentes a través de situaciones que muestran lo contingente de los sentidos sedimentados, mostrando en esta dinámica el conflicto sociopolítico. Tales momentos de dimensiones instituyentes, son esporádicos, fragmentados y transitorios, pero reconocidos como significantes y articuladores.

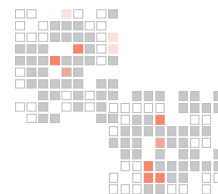
La idea de configuración permite analizar en cada espacio relevado cómo los sujetos interactúan siendo portadores de identificaciones que se

producen en otras configuraciones culturales en las que también se incluyen. Este proceso también posibilita analizar la interculturalidad, entendida como la relación con otras configuraciones culturales mediante la comunicación de las acciones de los sujetos. En ocasiones, se releva la generación de una lucha simbólica por imponer los sentidos educativos hegemónicos frente a las otras significaciones que se construyen y circulan. Los sentidos hegemónicos de lo que debe ser una práctica educativa, sus formatos y contenidos, imponen ciertas barreras, condicionando lo novedoso en su forma de hacer, actitud que a la vez, menosprecia lo que allí se produce y a quienes desde allí producen.

En tanto el concepto de configuración da cuenta de posiciones sociales y de actores que las ocupan, permite realizar un análisis de los modos de relación que establecen los sujetos interdependientes en las configuraciones relevadas: en la Callejeada, los talleres generan horizontalidad en las relaciones y logran que los sujetos adquieran la misma relevancia en la definición de producciones, acciones, decisiones. En los talleres de La Máxima se parte de la experiencia del participante en su conexión con el entorno y se posibilita la articulación con otras entidades interesadas en aportar su mirada particular a las propuestas. En Macondo Creativa, el sentido de la mismidad (el otro como uno mismo) está presente en la intención de la propuesta, en ser ellos mismos (los coordinadores) portadores de los mismos estigmas sociales que los destinatarios. Esta “igual relevancia” adquiere distintos significados y sentidos en tanto cada configuración es particular, idiosincrásica, como producto de las identificaciones que se producen entre sus miembros.

#### 4. Reflexiones para un cierre

Analizar tres espacios u organizaciones sociales representa un desafío: resistir a la tentación de buscar patrones, regularidades y otros vestigios de “orden”. Los valores ordenadores de la modernidad



La idea de comunidad no se construye desde afuera,  
por definición, sino por las experiencias subjetivas de los sujetos  
que deciden que entre ellos hay algo en común.

continúan operando en nuestros registros, tornándose a veces en verdaderos obstáculos para comprender y actuar en la realidad contemporánea.

El trabajo compartido, enriquece el debate y los modos de mirar, ampliándolos.

Macondo y Callejeadas muestran formatos novedosos y con distintos propósitos, buscan habilitar la inscripción social y cultural de los sujetos. La propuesta de La Máxima oscila entre la innovación del formato y lo establecido, para producir una propuesta abierta, reorientada desde el interés de los sujetos. Macondo trabaja en profundidad, atendiendo a los procesos subjetivos-colectivos, cuidando no caer presos de la tentación liberal de la garantía de derechos (individuales), ni logros de masividad. La Callejeada, como parte del dispositivo estatal, se preocupa por la cantidad de jóvenes que concurren, por la variación de la oferta de talleres y actividades, sin trascender aún el mandato de “incluir para sacar de la calle a la población vulnerable”. Pero no puede dejar de reconocerse que en los talleres, se fisura el discurso de la estructura para que emerja el sujeto, creando significaciones y sentidos.

Esta situación donde los coordinadores re-significan el alcance de los fundamentos del proyecto, es la que posibilita la creación de sentidos, en tanto se ha fisurado la lógica neoliberal de contener y asistir, a favor de producir sentidos que produzcan inscripción social de los sujetos. Esto nos aproxima a descubrir otros sentidos de educar y de educación.

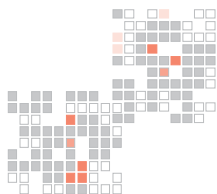
Es interesante preguntarse cuántos sujetos (adultos) logran invertir la perspectiva del proceso educativo, esto es: dejar de pensar en el mandato de inclusión desde la estructura, para pensar en el proceso que favorezca la subjetivación por la cual el sujeto decida pertenecer a un grupo, a una ac-

ción, ser parte de un proyecto, descubrir el valor de lo colectivo elegido.

Este parece ser uno de los nudos problemáticos para construir comunidad hoy, ya que se trata de encontrar intereses comunes, que den cuenta de algo que se sostiene por los sujetos que lo integran. La idea de comunidad no se construye desde afuera, por definición, sino por las experiencias subjetivas de los sujetos que deciden que entre ellos hay algo en común.

Educación y comunicación no aparecen como procesos aislados, que se tocan en algún punto del proceso, sino que forman una misma trama experiencial en los sujetos que transitan los espacios relevados. El aprendizaje, producto de los procesos educomunicativos, es valorado por los sujetos en tanto los acerca a un universo desconocido, inexplorado por ellos, aún en relación al mundo inmediato.

Cuando hablamos de educación la pensamos como inscripción social, en un proceso que la vincula con la comunicación como generadora de sentidos comunes entre los sujetos, sentidos que a su vez se cristalizan en acciones sociales compartidas; estas nuevas prácticas observadas nos llevan a reflexionar acerca de las posibilidades de esa inscripción. ¿Son estas prácticas educativas alternativas a lo formal espacios de referencia para los sujetos que las viven o lo son sólo para aquellos que las impulsan e intentan acercar un sentido de educar que les es propio a otros, sin necesariamente lograrlo? En su definición, todos los espacios observados y descriptos en este trabajo invitan a pensar la educación con un proceso de inscripción social, que busca trabajar, a su vez, sobre los sentidos compartidos de los sujetos. Es decir, si bien se presencian diálogos donde explícitamente se



de-construyen y problematizan sentidos sociales sedimentados, cabe la pregunta ¿los sujetos destinatarios se llevan “algo” de estos momentos?, o acaso ¿persisten las categorías pero se modifican sus sentidos?

Lo que no es, aún, una certeza, es si esta propuesta hace mella en los sujetos participantes a través de acciones que vayan más allá del tiempo que les insume transitar por ellas.

Otro punto para focalizar en las prácticas educativas relevadas es el que tensiona la relación entre cantidad y calidad del proceso. En dos de los casos presentados aquí, la cantidad de niños/jóvenes que pasen por los espacios es presentado como indicativo de éxito de la práctica educativa: si muchos asistieron, fue exitoso. La lectura es externa y evalúa la labor de la estructura. En el tercero de los casos el discurso es el inverso y se entiende que no

es importante a cuántos sujetos se llegue si estos pocos lo viven significativamente. La pregunta aquí pasa por explorar hasta qué punto el criterio de la cantidad no desdibuja, precisamente, la significatividad. A nuestro entender el número de personas que pase por una experiencia no se corresponde directamente con la cantidad de sujetos que se sientan efectivamente interpelados por ella, y sobre éste tema mucho nos ha enseñando el sistema educativo formal.

Aún bajo la sensación de aproximarnos a un proceso en construcción, no podemos dejar de interpelarnos sobre la necesidad de ampliar las posibilidades de apropiación, por parte de los sujetos, de las experiencias que –desde las bases o con las bases- construyen sentido, en la tarea de disponer de la herencia cultural, y de aprender otro modo de vivir juntos.

## REFERENCIAS

BARDY, P, RECOFSKY, M, *La Callejada Sierras Bayas, ser joven en espacios no formales de educación*. Ponencia presentada en el VI Congreso Provincial de Educación. Olavarría. Publicación completa en CD de las Jornadas, 2011.

CASENAVE, G, *Los desafíos de construir nuevas prácticas educativas: El caso del Parque La Máxima*. Ponencia presentada en el VI Congreso Provincial de Educación. Olavarría. Publicación completa en CD de las Jornadas, 2011.

ERROBIDART, A, *‘Los niños son de todos’*. Una experiencia que interpela la responsabilidad de generar inscripción social. Presentación del caso Macondo Creativa, Mutual de Arte Popular. Ponencia presentada en el VI Congreso Provincial de Educación. Olavarría. Publicación completa en CD de las Jornadas, 2011.

FREIRE, P, *La educación como práctica de la libertad*. Bs. As: Ed. Siglo XXI, 1998.

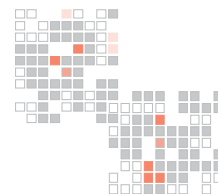
GRIMSON, A, *Los límites de la cultura, crítica de las teorías de la identidad*, Buenos Aires: Siglo Veintiuno editores, 2011.

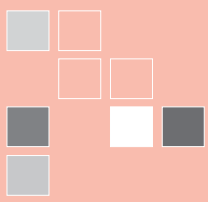
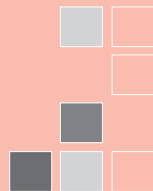
IFIPRACD, *La educación como práctica sociopolítica*, 2008. Disponible en: [www.soc.unicen.edu.ar](http://www.soc.unicen.edu.ar) Acceso 29 de noviembre de 2011.

\_\_\_\_\_, *La educación como práctica sociopolítica*. Sentidos y estrategias de inscripción social, 2010. Proyecto de investigación. Sin editar.

MARTÍN BARBERO, Jesús, *Jóvenes: comunicación e identidad*. In: *Pensar Iberoamérica, revista de cultura*, 2002, [www.oei.es/pensariberoamerica/ric00a03.htm](http://www.oei.es/pensariberoamerica/ric00a03.htm), Acceso 20 de noviembre de 2011.

\_\_\_\_\_. *La educación desde la comunicación*, Buenos Aires: Ed. Tesis Norma, 2003.



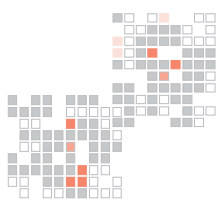


# O JORNALISMO E A CONSTRUÇÃO DA CONTRA-HEGEMONIA: ANÁLISE DA REVISTA DO MST A PARTIR DOS CONCEITOS GRAMSCIANOS DE JORNALISMO

PERIODISMO Y LA CONSTRUCCIÓN DE CONTRAHEGEMONÍA: ANÁLISIS DEL REVISTA DE LO MST DE LOS CONCEPTOS GRAMSCIANOS DE PERIODISMO

*THE JOURNALISM AND THE CONSTRUCTION OF THE COUNTER-HEGEMONY: ANALYSIS OF THE MST JOURNAL FROM THE GRAMSCI CONCEPTS OF JOURNALISM*

236



## Alexandre Barbosa

■ Doutorando em Ciências da Comunicação pela ECA-USP, mestre em Jornalismo pela ECA-USP, especialista em Jornalismo Internacional pela PUC-SP, bacharel em jornalismo pela UMESP. Atualmente é coordenador do curso de Jornalismo da Universidade Nove de Julho e editor do site sobre comunicação e cultura popular da América Latina [www.latinoamericano.com.br](http://www.latinoamericano.com.br).

■ E-mail: [alexandre@latinoamericano.jor.br](mailto:alexandre@latinoamericano.jor.br).

## RESUMO

O jornalismo das classes subalternas tem a tarefa de adotar a América Latina Popular como categoria de seleção e construção das notícias. Porém, esse processo de construção e seleção, se seguir os mesmos critérios da indústria jornalística, não promove o que Gramsci chama de “jornalismo integral”, ou seja, aquele que auxilia no desenvolvimento da conscientização de uma classe. A indústria jornalística utiliza uma metodologia positivista – portanto burguesa – de narração dos fatos. Para se diferenciar desta modalidade de jornalismo, a imprensa alternativa precisa construir uma metodologia marxista de seleção e construção das notícias. Este artigo analisa uma edição de um veículo alternativo do Movimento dos Sem-Terra (MST) e o compara com os tipos de revista descritos por Gramsci em “Cadernos do Cárcere” como ponto de partida para a definição dessa metodologia da imprensa alternativa. O MST foi escolhido por ser um movimento que criou sua própria comunicação.

**PALAVRAS-CHAVE:** MST; JORNALISMO DAS CLASSES POPULARES; GRAMSCI.

## RESUMEN

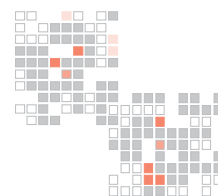
El periodismo de las clases populares tiene la tarea de adoptar la América Latina Popular como una categoría de selección y construcción de noticias. Sin embargo, si este proceso de construcción y selección, sigue a los mismos criterios de la industria periodística, no podrán estos vehículos a promover lo que Gramsci llama “periodismo integral”, que sea lo que ayude en el desarrollo de la conciencia de clase. La industria de la prensa utiliza una metodología positivista, portanto burguesa, de narración de los hechos. Para diferenciar este tipo de periodismo, a la prensa alternativa hay que construir una metodología marxista de la selección y construcción de la noticia. Este artículo examina una edición de un vehículo alternativo del Movimiento de Campesinos Sin Tierra (MST) y lo compara con el tipo de revista descrito por Gramsci en “Cadernos do Cárcere” como punto de partida de esta metodología para la definición de la prensa alternativa. El MST fue elegido porque es un movimiento que ha creado su propia comunicación.

**PALABRAS CLAVE:** MST; PERIODISMO DE LAS CLASSES POPULARES; GRAMSCI.

## ABSTRACT

The journalism of the popular classes has the task of adopting the Popular Latin American as a category selection and construction of news. However, this process of construction and selection criteria need to promote what Gramsci calls “integral journalism.” The newspaper industry uses a positivist methodology of narration of facts. To differentiate this type of journalism, alternative press needs to build a Marxist methodology of selection and construction of news. This article examines an issue of an alternative vehicle of the Movimento dos Sem Terra (MST) and compares it with the kind of magazine described by Gramsci in “Cadernos do Cárcere” as a starting point of this methodology for defining the alternative press. The MST was chosen because it is a movement that created its own communication.

**KEYWORDS:** MST; JOURNALISM OF THE POPULAR CLASSES; GRAMSCI.



## 1. O jornalismo feito pelos movimentos sociais

A imprensa das classes subalternas e a indústria jornalística estão em campos opostos na luta hegemônica. Enquanto a indústria jornalística, mesmo que de forma aparentemente velada, reforça a ideologia capitalista, historicamente, cede à imprensa alternativa, por estar associada a quem sofre o domínio hegemônico, a tarefa de resistir historicamente. Essa resistência pode ser encontrada desde os jornais operários do início do século XX, passando pela imprensa alternativa nos anos 60 e 70 (principalmente no Brasil) até o século XXI, quando as novas tecnologias permitiram a multiplicação de *blogs* e *sites* ligados a movimentos sociais, partidos políticos, sindicatos, comunidades locais e entidades ligadas aos direitos humanos.

Portanto, a imprensa das classes populares – que também é caracterizada por Antonio Gramsci como imprensa de opinião – construiu o que Octávio Ianni chamou de “hegemonia alternativa, na qual se expressam as classes e os grupos sociais subalternos em luta para realizar sua vontade coletiva nacional-popular, alcançando a soberania” (Ianni, 2000, p.146).

Nos últimos vinte anos, como mostra o sociólogo português Boaventura de Sousa Santos.

*En el subcontinente, más que en ningún otro sitio, se há logrado hacer con éxito un uso contrahegómico de instrumentos políticos hegemónicos como la democracia representativa, el derecho, los derechos humanos y el constitucionalismo. Entiendo por instrumentos hegemónicos las instituciones desarrolladas en Europa a partir del siglo XVIII por la teoría política liberal con vistas a garantizar la legitimidad y gobernabilidad del Estado de derecho moderno em las sociedades capitalistas emergentes. Se trata de instrumentos hegemónicos porque fueron diseñados para garantizar la reproducción ampliada de las sociedades capitalistas de*

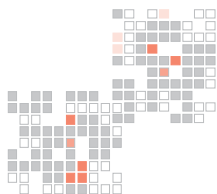
*clases y porque son creíbles como garantes de la consecución del bien común, incluso por las clases populares em si afectadas negativamente por ellos* (Santos, 2010, p.67-68).

Os movimentos sociais organizados, como o MST no Brasil e o EZLN no México, desenvolveram meios de comunicação aproveitando as contradições dos instrumentos hegemônicos da própria burguesia.

*El uso contrahegómico, como su nombre lo indica, significa la apropiación creativa por parte de las clases populares, para sí, de esos instrumentos [entre eles os meios de comunicação] con el fin de hacer avanzar sus agendas políticas más allá del marco político-económico del Estado liberal y de la economía capitalista. Las movilizaciones populares de las últimas décadas por un nuevo constitucionalismo, desde abajo, por el reconocimiento de los derechos colectivos de las mujeres, indígenas y afrodescendientes, por la promoción de procesos de democracia participativa que obren en paralelo [...] las reformas legales orientadas al fin de la discriminación sexual y étnica, el control nacional de los recursos naturales, las luchas para retomar la tensión entre democracia y capitalismo eliminada por el neoliberalismo* (Santos, 2010, p.68).

O que caracteriza um meio de comunicação como imprensa das classes populares não é apenas o fato de ter o povo como protagonista das reportagens. Essa imprensa se diferencia radicalmente da indústria jornalística por adotar:

- a) um novo processo de seleção e construção das notícias;
- b) uma oposição ao modelo norte-americano de jornalismo, que não se esconde por trás do mito da objetividade e assume abertamente sua ideologia;



Porém, é importante lembrar que, em muitos casos,  
tanto a indústria jornalística quanto a imprensa  
alternativa cobrem o mesmo fato.

c) uma oposição à ideologia positivista e liberal da indústria jornalística.

Uma das principais diferenças entre a imprensa proletária e a indústria jornalística é o modo de produção jornalístico, desde a seleção até a construção das notícias. Para Nelson Traquina (2005) os jornalistas empregam dois processos para produzir notícias. Primeiro, selecionam os fatos utilizando óculos (molduras) que “enxergam” algumas coisas e não outras. Depois, a partir dessa seleção, dão determinada angulação na narração do fato. Portanto, segundo Traquina, os jornalistas “operam uma seleção e uma construção daquilo que é selecionado”.

Muniz Sodré entende que, mesmo utilizando o discurso liberal de garantia das liberdades, na essência, a indústria jornalística, principalmente na América Latina, se presta a manter o poder para as classes dominantes, afinal a elas pertencem esses veículos de comunicação.

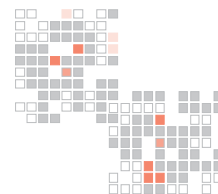
*Esta tarefa [de manutenção do poder das classes dominantes] continuamente levada a cabo pela imprensa, tem requerido mitos progressistas capazes de encobrir o jogo de poder que preside à constituição do discurso jornalístico: toda um parafernália de formas de homogeneização dos discursos sociais e de edição dos acontecimentos a partir de uma cultura eurocêntrica e colonial inerente ao nascimento da imprensa moderna. [...] A ideologia, no limite, assumida pela imprensa industrial como a conhecemos é universalmente burguesa e europeia, tecnicamente aperfeiçoada pelos norte-americanos. [...] As reformas gráficas e textuais dos jornais latino-americanos tiveram e continuam a ter*

*como fontes, com raras exceções, os experimentos técnicos levados a cabo pela corporação jornalística nos Estados Unidos (Sodré, 2009, p.12-13).*

Entre as principais características da imprensa das classes subalternas está a adoção, como categorias de seleção de notícias, de pautas que a indústria jornalística geralmente não adota. Atualmente, no caso da América Latina, entre as categorias de seleção de notícias da imprensa alternativa podem constar pautas como: o processo de reparação dos crimes cometidos pelas ditaduras militares nos anos de 1960 e 1970, principalmente sobre os desaparecidos políticos; a luta pela reforma agrária, nos diversos países em que ela não aconteceu; as condições de trabalho no campo e na cidade; as manifestações de preservação do folclore; o debate sobre eventos da história latino-americana, como as revoltas indígenas, o processo de independência, as lutas operárias como a que resultou no massacre de Santa Maria de Iquique, entre outras.

Porém, é importante lembrar que, em muitos casos, tanto a indústria jornalística quanto a imprensa alternativa cobrem o mesmo fato. A diferenciação entre os dois modos de produção está na abordagem e na construção da notícia.

A imprensa proletária, como forma de mostrar ao público essa diferença, tira o fato de sua condição singular e apresenta os contraditórios e a contextualização. Se os textos são ideológicos, ou seja, são resultados da disputa em torno da produção do sentido, da seleção de um ponto de vista que exclui outro, a abordagem (angulação, ponto de vista) escolhida deve ficar evidente para quem recebe aquela informação.



## O MST entende que a comunicação pode ser uma forma de produção contra-hegemônica desde a formação dos quadros de militantes.

Entre as formas encontradas para encobrir este jogo pelo poder por parte da indústria jornalística, Sodré mostra que está a narração mítica e fragmentada dos fatos ao fazer uma comparação entre o texto jornalístico e a narração dos mitos na Antiguidade, que mais revelavam do que explicavam a realidade.

Diante da incapacidade de explicar todos os fenômenos, o homem da Antiguidade narrava acontecimentos que aconteciam em um tempo distante, sem lugar nem tempo precisos e que geravam mitos necessários para a conexão das coisas. Sodré entende que “essa função integradora na narrativa [mítica] continua presente na comunicação do acontecimento, em geral mesclando realidade histórica com imaginário coletivo, como se dava na oralidade clássica” (Sodré, 2009, p.15).

Além de incorporar os mitos à narração dos fatos, a indústria jornalística, por diversas vezes, fragmenta essa narração em capítulos, tal qual um folhetim, e deixa o receptor encantado, sempre à espera do próximo desfecho.

A contextualização detalhada e apresentação da ideologia que levou àquela abordagem da construção da notícia pode tornar o texto denso e, em tese de difícil compreensão. Porém, movimentos sociais com origem no campo, como o MST e EZLN conseguiram criar importantes veículos de comunicação para dar conta dessa tarefa.

O MST entende que a comunicação pode ser uma forma de produção contra-hegemônica desde a formação dos quadros de militantes. E a comunicação está presente no movimentos desde sua fase embrionária.

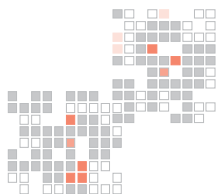
Em maio de 1981, quando as 300 famílias de trabalhadores rurais acamparam no entronca-

mento de estradas próximo ao município de Ronda Alta, conhecida como Encruzilhada Natalino, no Rio Grande do Sul, as condições eram as mais precárias, mas, mesmo em meio a condições adversas, as famílias mantiveram o espírito de organização coletiva e de compreensão que apenas aquela luta a ideia de que o acampamento representava a pressão sobre o governo local poderia dar resultado. Graças a essa conscientização política, que em grande parte foi incentivada pela Comissão Pastoral da Terra (CPT), organização ligada a uma ala progressista da Igreja Católica influenciada pela ideologia da Teologia da Libertação, nasceu o embrião do Jornal Sem Terra, veículo de comunicação mais antigo do Brasil a ter a luta pela terra como foco central e que circula de forma ininterrupta de 1981 até a atualidade.

Paulatinamente, desde seu primeiro boletim, chamado à época de Boletim da Campanha de Solidariedade aos Agricultores Sem Terra, até a fase de maturidade do Jornal Sem Terra, que acontece após o V Congresso do Movimento em 2007, a publicação pode ser compreendida (tanto na concepção como na atuação) de acordo com o conceito de jornal como organizador coletivo, defendido por Vladimir Lenin e também pelos conceitos de jornalismo integral organizados por Antonio Gramsci.

Além do Jornal Sem Terra, o MST desenvolveu outros meios de comunicação, ampliando o conceito de ocupar todas as arenas possíveis na tarefa de conscientizar os trabalhadores para a luta revolucionária. Entre esses veículos, está a Revista dos Sem Terra.

Este artigo analisa uma edição da Revista dos Sem Terra a partir dos conceitos definidos por Gramsci como os de jornalismo integral, “Isto é,





o jornalismo que não somente pretende satisfazer todas as necessidades (de uma certa categoria) de seu público, mas pretende também criar e desenvolver estas necessidades e, consequentemente, em certo sentido, gerar seu público e ampliar progressivamente sua área.” (Gramsci, 2010, p.197).

Gramsci, preocupado com a formação, no sentido mais amplo da palavra, da sociedade, diferenciava os jornais de informação ou “sem partido” explícito (que podem ser caracterizados hoje como os jornais da indústria jornalística) dos jornais de opinião, dedicado a um público. Geralmente os jornais de opinião são órgãos oficiais de um partido. No caso deste artigo, serão analisados os conteúdos da última edição impressa da revista do MST.

## 2. A Revista dos Sem Terra

A Revista do Sem Terra foi uma publicação bimestral produzida por jornalistas profissionais (com formação acadêmica e experiência no jornalismo) ligados à secretaria de comunicação do MST, voltada para o público de apoio do movimento e que circulou de setembro de 1997 a outubro de 2010. O último exemplar publicado tem 56 páginas, em papel couché, quatro cores. Além do corpo da redação, há um conselho editorial que reúne intelectuais e quadros do movimento.

Gramsci caracterizava três tipos gerais de revista de acordo com o modo como são redigidas, pelo tipo de leitor ao qual pretendem se dirigir e pelas finalidades educativas que querem atingir.

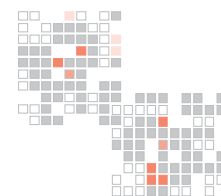
*Cada um destes tipos deveria ser caracterizado por uma orientação intelectual muito unitária e não antológica, isto é, deveria ter uma redação homogênea e disciplinada; portanto, poucos colaboradores “principais” devem escrever o corpo essencial de cada número. A orientação redacional deve ser fortemente organizada, de modo a produzir um trabalho intelectualmen-*

*te homogêneo (...). Um organismo unitário de cultura, que oferecesse aos diversos estratos do público os três tipos supracitados de revista (...) ao lado de coleções de livros correspondentes, satisfaria as exigências de uma certa massa do público, que é mais ativa intelectualmente, mas apenas em estado potencial, e que é a que mais importa elaborar, fazer pensar concretamente, transformar, homogeneizar, de acordo com um processo de desenvolvimento orgânico que conduza do simples senso comum ao pensamento coerente e sistemático (Gramsci, 2010, p.201).*

Ou seja, Gramsci entendia que os meios de comunicação tinham papel de conscientizar e promover a ação transformadora, desde que fossem seguidas determinadas características. A seguir, a partir do tipo de revista caracterizado como crítico-histórico-bibliográfico, serão analisadas as duas últimas publicações oficiais do MST.

Para Gramsci, as revistas do tipo crítico-histórico-bibliográfico se constituem por um “exame analítico de obras, feito do ponto de vista dos leitores da revista que não possam, em geral, ler as próprias obras.” Portanto, o leitor que não tem o hábito da pesquisa e da leitura, seria auxiliado a assimilar o que Gramsci chama de “sentido” deste hábito. O pensador italiano reforça que não basta para a revista fornecer conceitos, mas sim oferecer “toda a série dos raciocínios e das conexões intermediárias, de modo bastante detalhado e não penas por indicações (Gramsci, 2010, p.201-202).

Assim, a revista não “ensinaria” conceitos para a conscientização e formação, mas construiria todo o processo de construção do raciocínio para chegar a esse conceito, tal qual uma aula. Este tipo de construção de texto, como citado anteriormente, foge totalmente ao conceito positivista do jornalismo, que se concentra na divulgação de um fato, considerado relevante jornalisticamente. No mundo burguês, a categoria singular



se solidifica, e que o Gramsci propõe neste tipo de revista é a totalidade, como afirma Lukács:

*Porque el verdadero reportaje no se contenta con representar simplemente los hechos; sus narraciones siempre dan un conjunto, descubren causas, provocan deducciones (debido a ello, la dialéctica materialista, como base ideológica, confiere al reportaje unas posibilidades que no le son dadas en el campo burgués). Pero la unión de los hechos y sus relaciones, también de lo especial y lo general, de lo individual y lo típico, de lo casual y lo necesario, se presenta aquí bajo un principio distinto al que se da en la literatura configuradora* (Lukács, 1968, p.123).

Na edição número 55 (setembro/outubro de 2010) da Revista dos Sem Terra, o editorial, de uma página faz referência às eleições. O texto chama a atenção para a possibilidade de aproveitar o período para elevar o conhecimento político dos militantes, traz uma citação de Florestan Fernandes e situa os movimentos sociais como um campo diferente dos partidos políticos e com responsabilidades diferentes destes. Interessante que o editorial não conclama os militantes para votar nesse ou naquele candidato, mas prega a necessidade de reflexão diante do período.

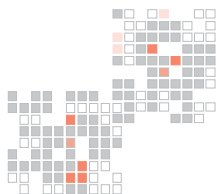
A edição é completada por 19 conteúdos entre reportagens, artigos e colunas fixas que mesclam o factual com o analítico. Essa mescla pode se encaixar no que Lukács defendia como “verdadeira reportagem”, porém, para identificar se a revista atende ao que Gramsci defendia como uma revista para a formação do público serão comparadas cada um dos textos com o que Gramsci chamava de rubricas, que podem ser entendidas como as editorias que deveriam estar neste tipo de publicação. A seguir, cada uma das rubricas defendidas por Gramsci (2010, p.202-7).

#### **Dicionário enciclopédico político-científico-**

**-filosófico.** Cada número deve conter uma ou mais pequenas monografias de caráter enciclopédico sobre conceitos políticos, filosóficos e científicos que o leitor tenha dificuldade para compreender. No número analisado da revista não havia uma editoria com essa finalidade, mas seria essencial, tanto num órgão voltado para o apoio, mas, principalmente, no voltado para a base. Esse dicionário poderia ser feito numa espécie de glossário que explicasse, naquela edição, alguns conceitos tratados, com referência aos autores.

**Biografias.** A biografia pode surgir a partir de alguma efeméride daquela edição, ou seja aproveitar alguma data emblemática que envolva a figura a ser biografada ou ainda, sempre abrir espaço para relatar a vida de alguém, independente da efeméride. No número analisado, há uma editoria chamada “estudos” que traz um longo e bem trabalhado texto sobre Pancho Villa e Emiliano Zapata. É o melhor e maior texto que traz referências à revolução mexicana, com muita contextualização. Seria interessante um *box* com explicações ou infográficos para detalhar ainda mais o que foi a revolução mexicana e suas conexões com a atual luta do MST. Gramsci também defende a rubrica das autobiografias político-intelectuais que podem ser incluídas se tiveram histórias que possam inspirar orientações intelectuais ou morais.

**Exame crítico-histórico-bibliográfico das situações regionais.** Uma espécie de guia para estudar uma situação local ou um problema específico. “Tratar-se-ia de fornecer a trama geral indicando os livros que trataram dele, os artigos publicados em revistas especializadas, bem como o material ainda bruto sob a forma de resenhas” (Gramsci, 2010, p.204). A editoria “estudos” também se encaixa nessa rubrica assim como os artigos, publicados nas colunas chamadas “Trocando Ideias”. Esses artigos são escritos por especialis-



## Na edição analisada, há uma entrevista com o dirigente do MST, Adelar Pizeta, coordenador pedagógico da Escola Nacional Florestan Fernandes.

tas, no caso do número analisado, por professores universitários. Porém, em apenas um artigo há a indicação bibliográfica para complementar o estudo. Seria interessante que ao final de cada artigo, o autor trouxesse referências para os leitores se aprofundarem no assunto.

As duas reportagens da editoria Internacional, uma sobre a questão ambiental na ocupação israelense na Palestina e outra que traz o balanço de um ano do golpe em El Salvador, podem ser colocadas nesta rubrica. Porém, a reportagem sobre El Salvador traz mais dados brutos (estatísticas) para a compreensão do tema, mas também peca na questão das referências bibliográficas.

Na edição analisada, há uma entrevista com o dirigente do MST, Adelar Pizeta, coordenador pedagógico da Escola Nacional Florestan Fernandes que também se encaixa nessa rubrica. A entrevista traz a análise de situações pontuais da política e da educação no Brasil, além da questão agrária. Mas, novamente, não há citações e nem referências bibliográficas.

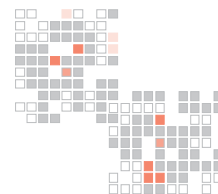
**Compilação de jornais e revistas de interesse.** Há uma editoria chamada em pauta que poderia fazer essa compilação, porém traz um texto que se refere às ditaduras militares na América Latina. Esse texto pode se encaixar na rubrica do exame crítico ou ainda na de biografias. Uma reportagem sobre milícias contra o MST reproduz trechos de reportagens da indústria jornalística, mas trata o tema apenas de forma factual, da mesma forma que a reportagem sobre os 15 anos da luta do MST no Mato Grosso. Como já citado ao longo deste artigo, se a imprensa alternativa utilizar as mesmas técnicas de seleção e construção das notícias e a mesma lógica de narração

dos fatos, ela não vai se diferenciar da indústria jornalística e não poderá cumprir seu papel de formação e conscientização.

**Resenhas de livros.** Gramsci propõe dois tipos de resenha: uma para o leitor que não possa ler o livro, mas que é importante conhecer seu resumo e outra que não só incentiva a leitura do livro, mas que debate os pontos fracos e fortes. Na revista analisada, há uma coluna chamada resenha e que traz, neste número, a resenha de um livro do teórico marxista Michael Löwy com fotografias das revoluções desde a Comuna de Paris.

**Compilação crítico-bibliográfica.** Gramsci está preocupado aqui com a variedade de conceitos que circulavam pela Itália. “É pueril pensar que um ‘conceito claro’, difundido de modo oportuno, insira-se nas diversas consciências com os mesmos efeitos ‘organizadores’ de clareza difusa: este é um erro ‘iluminista’” (Gramsci, 2010, p. 205-206). Quer dizer, não basta a difusão de um conceito e de um modo de pensar por um centro homogêneo. “O trabalho educativo-formativo (...) necessário é complexo e deve ser articulado e graduado: deve haver dedução e indução combinadas, a lógica formal e a dialética, identificação e distinção, demonstração positiva e destruição do velho” (Gramsci, 2010, p.206).

Essa rubrica é a mais complexa de ser desenvolvida na imprensa alternativa, pois deve tratar dos temas fundamentais para a formação da conscientização. Entre as seções da revista analisada, não foi possível identificar uma editoria, coluna ou reportagem que trouxesse uma compilação de assuntos ou grupo de questões para “chegar à verdadeira fonte de toda uma série de conceitos errados que circulam sem controle e sem censura”.



Essa tarefa, além de estar presente nas publicações em si, deve estar na formação dos quadros dos movimentos sociais responsáveis pela definição da política de comunicação.

### 3. Considerações finais

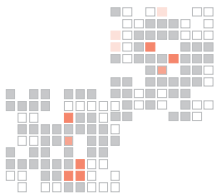
A imprensa alternativa, numa verdadeira guerra de guerrilhas contra a indústria jornalística, desenvolve papel de grande importância na tarefa de manter a memória dos movimentos sociais e operários e de ser a única imprensa que adota como critérios de noticiabilidade fatos essenciais para as lutas da esquerda na América Latina, como o processo de reparação dos crimes cometidos pelas ditaduras militares nos anos 60 e 70, principalmente sobre os desaparecidos políticos; a luta pela reforma agrária, nos diversos países em que ela não aconteceu; as condições de trabalho no campo e na cidade; as manifestações de preservação do folclore; o debate sobre eventos da história latino-americana, o processo de independência e as lutas operárias, entre outros. Para tanto, seu modo de produção jornalístico se diferencia radicalmente do modo adotado pela indústria jornalística.

Como o jornalismo é a expressão das condições materiais de produção, a indústria jornalística é resultado da ascensão e manutenção da burguesia como classe: busca pelo aumento dos índices

de audiência para aumentar o lucro na venda de espaço publicitário aprimorada pelo uso das técnicas norte-americanas de produção, adoção da imagem de credibilidade resultante da defesa de valores burgueses como liberdade de opinião, da propriedade privada e da individualidade.

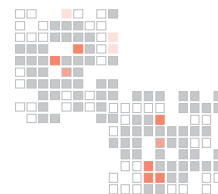
A imprensa dos movimentos sociais também é resultado das condições sociais de produção e é expressão da interpretação destes movimentos diante das lutas a que eles se propõem. Ao reproduzir, mesmo que de forma mecânica, inconsciente, o modo de produção jornalístico burguês, a imprensa dos movimentos sociais pode ser condenada ao fracasso, pois esses jornais negariam as condições sociais que o geraram.

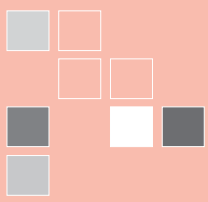
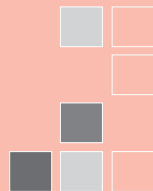
Assim, torna-se urgente que os movimentos sociais adotem um modo de produção jornalístico que privilegie não a singularidade, como é próprio da imprensa burguesa, mas a totalidade, a universalidade. Esse modo de produção passa pela incorporação de procedimentos jornalísticos que privilegiem a contextualização e análise dos fatos e não apenas sua divulgação. Alguns destes procedimentos foram sistematizados por Gramsci na análise das revistas de formação e podem ser encontrados na Revista dos Sem Terra, o que comprova que é um veículo utilizado tanto para aumentar a base de apoio do movimento quanto para promover o aumento da conscientização da classe trabalhadora.



## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- GRAMSCI, Antonio. *Cadernos do Cárcere*. Vol. 2. Tradução de Carlos Nelson Coutinho. 5. ed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2010.
- GRUPPI, Luciano. *O conceito de hegemonia em Gramsci*. Trad. Carlos Nelson Coutinho. Rio de Janeiro: Edições Graal, 1978.
- IANNI, Octávio. *Enigmas da modernidade-mundo*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2000.
- \_\_\_\_\_. *O Labirinto latino-americano*. Petrópolis; Rio de Janeiro: Vozes, 1993.
- KUCINSKI, Bernardo. *Jornalistas e revolucionários: nos tempos da imprensa alternativa*. São Paulo: Edusp, 2003.
- LENIN, Vladimir Ilitch. *Que fazer? Problemas candentes do nosso movimento*. Trad. Marcelo Braz. 1ed. São Paulo: Expressão Popular, 2010.
- LIMA, Venício Artur. *Liberdade de expressão e liberdade de imprensa: direito à comunicação e democracia*. São Paulo: Publisher, 2010.
- LUKÁCS, George. *Sociología de la Literatura*. Ed. Península, 1968.
- MORISSAWA, Mitsue. *A história da luta pela terra e o MST*. São Paulo: Expressão Popular, 2001.
- REVISTA DOS TRABALHADORES RURAIS SEM TERRA. São Paulo, n. 56, set. / out. 2010.
- SANTOS, Boaventura de Sousa. *Refundación del Estado en América Latina: perspectivas desde una epistemología del Sur*. Bogotá: Siglo del Hombre Editores, Universidad de los Andes; Siglo Veintiuno Editores, 2010.
- SODRÉ, Muniz. *A Narração do Fato: notas para uma teoria do acontecimento*. Petrópolis: Editora Vozes, 2009.
- SOUSA, Jorge Pedro. *Teorias da Notícia e do Jornalismo*. Chapecó: Argos, 2002.
- TRAQUINA, Nelson. *Teorias do jornalismo. A tribo jornalística – uma comunidade interpretativa transnacional*. Florianópolis: Insular, 2005.





# O CONSUMO DE CONTEÚDO DIGITAL EM LAN HOUSES POR ADOLESCENTES DE CLASSES EMERGENTES NO BRASIL

O CONSUMO DE CONTENIDOS DIGITALES EN LAN HOUSES POR ADOLESCENTES DE LAS CLASES SOCIALES EMERGENTES EN BRASIL

*THE CONSUMPTION OF DIGITAL CONTENT AT CYBER CAFES BY TEENAGE USERS OF EMERGING SOCIAL CLASSES IN BRAZIL*

## Alan César Belo Angeluci

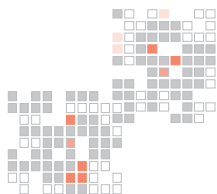
■ Doutorando em Ciências com ênfase em Sistemas Eletrônicos pela Escola Politécnica da Universidade de São Paulo. Mestre em Televisão Digital pela Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho (2010). Bacharel em Jornalismo pela mesma Instituição (2007). Pesquisador do Centro Interdisciplinar em Tecnologias Interativas da USP e do Laboratório de Sistemas Integráveis da USP. Membro do Grupo de Pesquisa Conteúdos Digitais e Convergências Tecnológicas da Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação Intercom.

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

## Hernán Galperin

■ Doutor pela Stanford University, Professor Associado e Diretor do Centro de Tecnologia e Sociedade da Universidade de San Andrés. Membro do Comitê DIRSI, pesquisador da Escola Annenberg de Comunicação na Universidade do Sul da Califórnia (EUA). Especialista em política de telecomunicações e desenvolvimento. Publicou extensivamente em revistas e seu livro mais recente é *Pobreza Digital: América Latina e Caribe* (Perspectivas com Judith Mariscal).

■ E-mail: [hernang@usc.edu](mailto:hernang@usc.edu).



## RESUMO

Duas tendências combinam-se para caracterizar o cenário atual de acesso e uso das Tecnologias de Informação e de Comunicação (TICs) no Brasil: a ampliação significativa da presença nos mercados das classes sociais emergentes e o desenvolvimento das plataformas digitais e pontos de acesso público para esse mercado, como as lan houses. O objetivo dessa pesquisa é avaliar quantitativamente e qualitativamente, por meio de técnicas de entrevista, os aspectos referentes ao acesso nas lan houses por usuários adolescentes de classes sociais emergentes nas periferias do interior e da capital do Estado de São Paulo, Brasil, verificando diferenças, ou não, de perfis de usuários entre interior e capital, modos de acesso e produção/consumo de conteúdo.

**PALAVRAS-CHAVE:** LAN HOUSE; CONTEÚDO DIGITAL; ADOLESCENTES; CLASSES EMERGENTES.

## RESUMEN

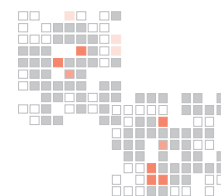
Dos tendencias se combinan para caracterizar la situación actual del acceso y uso de las TICs en Brasil: un aumento significativo de la presencia de las clases sociales en los mercados emergentes y el desarrollo de plataformas digitales y puntos de acceso público a ese mercado, tales como cyber cafes. El objetivo de esta investigación es evaluar cuantitativa y cualitativamente a través de técnicas de entrevista, los aspectos relacionados con el acceso de los usuarios adolescentes de las clases sociales emergentes en los suburbios de la capital y el interior de Estado de São Paulo, Brasil, verificando diferencias o no de perfiles de usuarios entre interior y capital, los modos de acceso y la producción/consumo de contenidos.

**PALABRAS CLAVE:** CYBER CAFES; CONTENIDO DIGITAL; ADOLESCENTES; CLASSES EMERGENTES.

## ABSTRACT

Two trends are combined to characterize the current status of access and use of ICTs in Brazil: a significant expansion of presence in markets of the emerging social classes and the development of digital platforms and public access points for this market, as cyber cafes. The aim of this research is to evaluate quantitatively and qualitatively through interview techniques, the aspects referring to the access in cyber cafes by teenage users of emerging social classes on the peripheries of the capital and the interior of the State of São Paulo, Brazil, verifying differences or not in user profiles between capital and interior, access modes and production / consumption of content.

**KEYWORDS:** CYBER CAFES; DIGITAL CONTENT; TEENAGERS; EMERGING CLASSES.



## 1. Introdução

A abundância de dados, agora digitais, que na contemporaneidade passam a ser compartilhados, multiplicados e remixados de maneira eficiente e rápida entre um número cada vez maior de pessoas chama a atenção não somente para o fenômeno da disseminação da informação, mas também para as novas formas de comunicar, produzir e perceber o mundo (Orozco-Gómez, 2006). Um mundo não mais das grandes hierarquias verticais do século XIX, mas das redes horizontais, em que fica evidente o papel fundamental que as Tecnologias de Informação e Comunicação (TICs) assumem.

Está na agenda de nações de todo o mundo a busca pela implementação dos meios de acesso às informações através de TICs, procurando principalmente promover a inclusão digital de contingentes populacionais que estão às margens da potencialidade dessas ferramentas. Esses “serviços de computador e internet que são abertos ao público geral” (Sey; Fellows, 2009) precisam ser ofertados em um ambiente de acesso público, sejam privados ou governamentais.

O presente trabalho<sup>1</sup>, portanto, se insere nesse terreno de acesso público às TICs, em que as lan houses assumem seu protagonismo, sobretudo entre usuários adolescentes de países não centrais. A existência das lan houses tem promovido fenômenos no campo de produção e recepção de bens culturais e conteúdos digitais e são tópicos que merecem importante atenção. Emerge, no Brasil, uma pujante população jovem das famílias emergentes, vindas das camadas de baixa renda que pouco tinha conhecimento sobre as potencialidades das TICs. E são nessas lan houses que boa parte dessa juventude tem deixado suas

marcas e impressões sobre o que entende, aprende e compreende deste mundo.

## 2. As classes sociais emergentes no Brasil

Nos últimos anos, o Brasil tem passado por uma fase estável em sua política e economia, porém tornar maior o acesso aos bens básicos ainda é um grande desafio para um país com dimensões continentais e com uma sociedade tão heterogênea, que ocupa posição de destaque no ranking de desigualdade social no mundo, segundo o Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento (PNUD).

Preconizada inicialmente com sentido mais crítico de dominação/subordinação nos estudos marxistas e assumindo cada vez mais um valor publicitário de consumo, a expressão “sociedade de classes” passou a assumir certa escalabilidade baseada na condição econômica e no poder de compra que permite a renda de uma determinada parcela da população. Surgem, então, diversas classificações as quais as mais comuns são “classe baixa”, “classe média” e “classe alta”, ou o conhecido abecedário (classes A, B, C, D e E) que, por fim, acabam por definir uma parte do conteúdo sociológico do termo: que os indivíduos são diferentes e ocupam lugares diferentes na sociedade.

A melhoria da qualidade de vida de brasileiros das classes C, D e E, consideradas agora emergentes, são reflexos de políticas públicas governamentais voltadas para o desenvolvimento econômico e social das famílias de baixa renda – com a distribuição de bolsas e incentivos –, além de um cenário econômico favorável. A emergência e desenvolvimento de acesso público às TICs como as lan houses mostram que esses locais descobriram um modelo de negócio com grande potencial sustentável, sobretudo aqueles que focaram no desenvolvimento do capital social (Mayanja, 2006). Os pontos de acesso às TICs têm como principais usuários grupos com baixa representatividade em termos de educação, raça e salários (Kaiser, 2005)

<sup>1</sup> Este foi estudo vencedor do “Quarto Concurso de Jovens Pesquisadores” da rede Diálogos Regionais sobre a Sociedade da Informação (DIRSI) através do Programa Amy Mahan de Jovens Pesquisadores, e foi desenvolvido com recursos da International Development Research Centre (IDRC), Canadá.



se configurando, portanto, como importantes espaços para inclusão.

### 2.1. Novas sociabilidades, TICs e lan houses

São grandes as dificuldades de acesso à rede de internet para uma significativa parte da população brasileira, causadas principalmente por dois fatores: o alto custo dos serviços de banda larga e a baixa qualidade e instabilidade do sinal. Se observarmos a Tabela 1, verificamos ainda um longo caminho para a inclusão digital. Somente 18% da população brasileira possui computador com internet, sendo que mais da metade da população do país sequer teve contato com computador ou internet. (Tabela 1)

Apesar dos dados atuais, recentes pesquisas da Consultoria Profuturo revelam que, nos próximos dez anos, metade da população brasileira de classe C terá acesso à internet e 60% dessas conexões serão em banda larga, contra apenas 7% apurado em 2008; as classes D e E saltarão de 1% em 2008 para 20% em 2020. Para massificar ainda mais o uso da internet no Brasil, está sendo construído pelo Governo Federal o Plano Nacional de Banda Larga (PNBL), que visa oferecer acesso à internet de baixo custo para toda a população até 2014.

O avanço das TICs não é um caso exclusivo do Brasil. Como mostra o Gráfico 1, segue em cres-

cimento o número de usuários de internet em todo mundo, mesmo que de maneira paulatina nos países em desenvolvimento. (Gráfico 1)

Nos últimos anos, um mercado que tem criado oportunidade de acesso e prestação de serviços digitais a populações de classes emergentes é o das lan houses, importante local de acesso público às TICs para classes não pertencentes à elite da sociedade (Haseloff, 2005). De acordo com o SEBRAE, o conceito de lan house foi inicialmente difundido e introduzido na Coreia em 1996 e dois anos mais tarde no Brasil. Sua nomenclatura técnica – LAN é abreviação de “local area network”, rede local de computadores – popularizou-se e o empreendimento tornou-se opção de acesso a entretenimento, educação e serviços digitais. O desenvolvimento desses ambientes se deu, sobre-

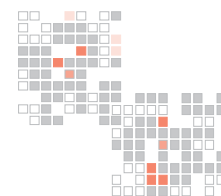
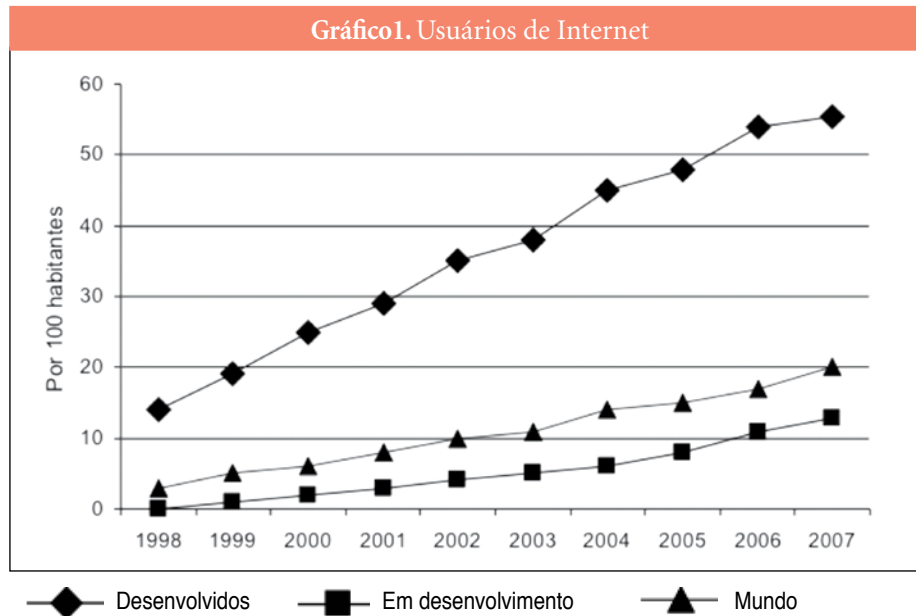


Tabela 1. Acesso à telecomunicações no Brasil, em %

|             | TV | TV assinatura | Telefone fixo | Celular | Celular +internet | Com computador | Nunca usou computador + internet | Nunca usou computador | Nunca usou internet |
|-------------|----|---------------|---------------|---------|-------------------|----------------|----------------------------------|-----------------------|---------------------|
| Total       | 97 | 6             | 36            | 72      | 21                | 25             | 18                               | 53                    | 61                  |
| Área Urbana | 98 | 7             | 40            | 76      | 23                | 28             | 20                               | 49                    | 57                  |
| Área Rural  | 91 | 1             | 15            | 72      | 9                 | 8              | 4                                | 75                    | 82                  |

Fonte: CGI-Brasil, 2009.

## Estima-se que existam cerca de 90 mil *lan houses* no Brasil, de acordo com dados da Fundação Getúlio Vargas.

tudo, em locais onde o acesso à infraestrutura de internet era nulo, oferecendo a população de baixa renda a oportunidade de usufruir dos benefícios oriundos do seu uso. Mais de uma década depois, as *lan houses* permanecem presentes em uma maior quantidade em regiões e locais com populações menos escolarizadas e desfavorecidas economicamente. Além disso, na maioria dos locais em que estão instaladas, é a única opção de acesso a cultura, já que 90% dos municípios brasileiros não possuem sequer uma sala de cinema e mais de duas mil cidades não tem nenhuma biblioteca segundo o Ministério da Cultura.

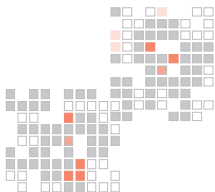
Estima-se que existam cerca de 90 mil *lan houses* no Brasil, de acordo com dados da Fundação Getúlio Vargas. O setor enfrenta problemas de regulamentação e modelo de gestão do negócio – as atividades comerciais das *lan houses* estão amplamente pautadas na informalidade. No entanto, se revelaram mais eficientes na prestação de serviços de inclusão digital do cidadão de baixa renda do que os telecentros, e demandam o desenvolvimento urgente de políticas públicas que favoreçam o setor. Sheppard (2001) e Kumar (2004) observam que o apoio do setor público facilita a sustentabilidade desses locais de acesso público às TICs ao fornecer uma fonte de receita.

Durante os primeiros anos de 2000, época em que as *lan houses* começaram a surgir no Brasil, havia uma grande temeridade sobre seu uso e efeitos entre as crianças e adolescentes – desde o princípio os principais usuários. Vistas naquela época sob a ótica de “casa de jogos”, diversos projetos de deputados circularam pela Câmara dos Deputados a fim de restringir ou controlar o acesso desses ambientes por parte desse público. Diversas pesquisas e estudos, como as do

Centro de Tecnologia e Sociedade da Fundação Getúlio Vargas (FGV), contribuíram para desmistificar crenças e mostrar que as *lan houses*, apesar de seus problemas, mais contribuíam com a inclusão digital. Com a mudança de classificação das atividades econômicas das *lan houses* da perspectiva de “local de entretenimento, apostas e jogos de azar” para “centro de inclusão digital”, tem-se obtido avanços no campo de regulamentações que tornam esses empreendimentos menos informais e com maiores incentivos fiscais.

A “Pesquisa sobre o Uso das Tecnologias de Informação e da Comunicação no Brasil – TIC LAN HOUSE 2010”, lançada em dezembro de 2010 pelo Comitê Gestor de Internet (CGI) no Brasil, é um importante documento que revela dados significativos para o setor. O CGI destaca as *lan houses* desde a primeira edição da série com indicadores sobre as TICs no Brasil, em 2005. O CGI aponta que, apesar de cerca de um quarto dos domicílios terem acesso à internet, segundo a pesquisa “TICs Domicílios 2009”, a proporção de usuários na rede já atingiu 39% da população brasileira. E uma parte significativa desse acesso se deve, sobretudo, ao fenômeno das *lan houses*. Segundo a ABCID, a Associação Brasileira de Centros de Inclusão Digital, principal entidade no país que representa o setor das *lan houses*, a maioria das pessoas que utiliza os serviços das *lan houses* são adolescentes e jovens, que estão no ensino fundamental e possuem renda de até um salário mínimo.

De acordo com a 1ª Edição da Pesquisa TIC Lan houses, 80% das *lan houses* pesquisadas são empreendimentos familiares, lideradas por gestores das classes C (54%), sendo que 44% possuem uma atividade complementar, como comércio de



informática, assistência técnica, lanchonete, papelaria, etc (Gráfico 2). Uma possível interpretação da presença dessas atividades é oferecer outros serviços que aumentem o fluxo de clientes no estabelecimento. (Gráfico 2)

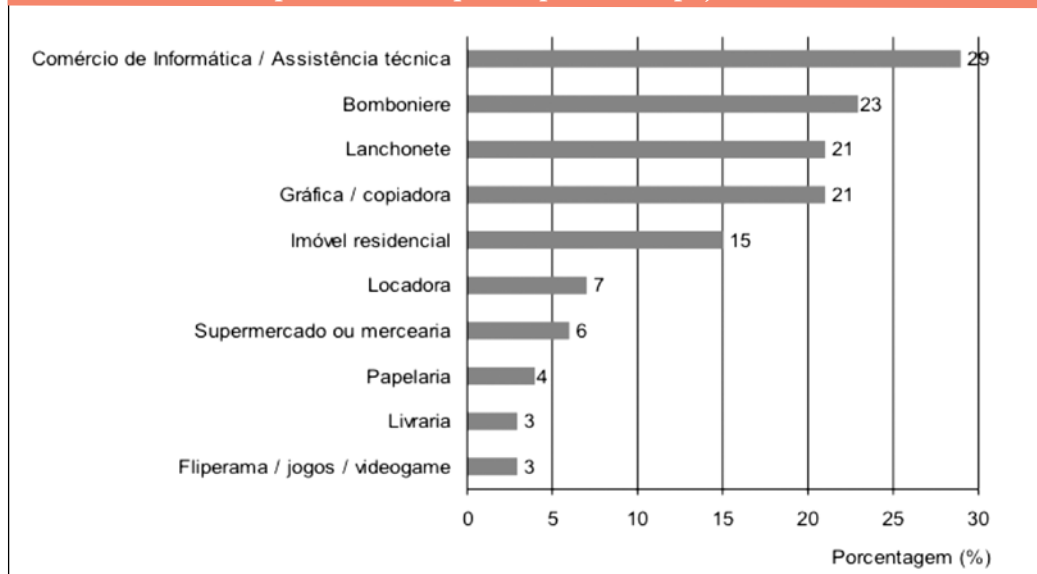
### 3. Desenvolvimento, materiais e métodos

A etapa da pesquisa de campo deste trabalho envolveu a realização de 40 entrevistas com adolescentes de classes emergentes frequentadores de lan houses. Foram

definidos como locais de entrevistas as lan houses da periferia da cidade de São Paulo e da periferia de uma cidade do interior do Estado de São Paulo, Fernandópolis. A escolha desses locais se justifica pela necessidade de se verificar em que medida alguns aspectos e características de uso das lan houses se mantêm ou são diferentes de acordo com as realidades regionais e culturais. Foram então definidos como os dois objetivos principais do campo: (1) avaliar aspectos do uso das lan houses por usuários adolescentes de classes sociais emergentes; (2) verificar se existem diferenças nos perfis de usuários de classes emergentes do interior e da capital, como se dão os modos de acesso e que tipos de conteúdos eles produzem e consomem nesses ambientes.

A utilização da técnica de entrevista in loco a partir de um guia de perguntas como instrumento de coleta permitiu a obtenção de dados quantitativos e também qualitativos. O guia de entrevista foi elaborado contendo 36 perguntas, estruturado nos módulos “Dados Gerais”, “Sociabilidades e Habilidades” e “Consumo e Expectativas”. O plano amostral foi definido a partir de alguns critérios: (1) Localização da Lan house em áreas perifé-

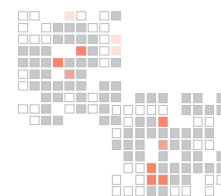
GRÁFICO 2. Tipo de atividade que compartilha o espaço físico com a lan house



Fonte: Elaboração própria sobre “TIC Lan house, CGI”.

cas das cidades; (2) Frequência maior de usuários adolescentes; (3) Qualidade das entrevistas-teste.

Foram feitas visitas prévias a seis lan houses diferentes: três no interior, na periferia de Fernandópolis, noroeste paulista; e três em São Paulo, no bairro Jabaquara, zona Sul de São Paulo. Após um período de duas semanas de observação, foram definidas duas lan houses para a aplicação dos questionários: uma localizada próxima a avenida Engenheiro George Corbisier, no bairro Jabaquara, Zona Sul da cidade de São Paulo; e outra localizada na avenida Rubens Padilha Neto, no bairro COHAB Antônio Brandini, Zona Norte da cidade de Fernandópolis, Estado de São Paulo. As entrevistas foram realizadas em duas rodadas, em um total de 40 entrevistados, sendo 20 no interior e 20 na capital. Com duração entre seis e 12 minutos, foram gravadas e transcritas. Os entrevistados eram abordados antes ou depois de utilizarem os serviços dentro da lan house escolhida. Os critérios de escolha dos adolescentes selecionados foram: (1) Usuário frequente da lan house com idade entre 12 e 18 anos; (2) Adolescentes que se consideravam de classes C, D e E; (3) Morador de bairros da periferia das cidades.



#### 4. Resultados e Discussão

Os dados coletados foram organizados em 8 categorias apresentadas a seguir. Para fins deste artigo, alguns dados estão suprimidos e buscou-se dar destaque as considerações mais relevantes encontradas.

##### 4.1 Perfil Social

Verifica-se uma ocorrência maior de mulheres e homens negros. Os homens representam 75% dos usuários de lan houses. A literatura indica que, de fato, os maiores usuários de lan houses são homens e jovens (Adomi, 2007; Kumar, Rajendra, Best, 2006; Kuriyan, Toyama, 2007; Mercer, 2006; Parkinson, 2005; Parkinson, Ramírez, 2006; Robinson, 2004; Haseloff, 2005). O Gráfico 3 revela uma inversão na relação de usuários entre o interior e a capital.

Durante as entrevistas, registraram-se vários relatos sobre um cotidiano violento, marcado pela presença de temas como assassinatos ou estupros. A vulnerabilidade social se revela também quando dois entrevistados alegaram ter pais desconhecidos, vivendo somente com a progenitora. Na capital, 55% dos usuários conciliam a rotina de estudos com um emprego – o que não ocorre em Fernandópolis, onde todos se dedicam somente aos estudos.

Ainda em relação à faixa etária, em nenhuma das lan houses observadas foram solicitadas autorizações de pais para usuários menores de 14 anos. Em lan houses do interior, é mais frequente a entrada de crianças sem qualquer acompanhamento de pais ou responsáveis. (Gráfico 3)

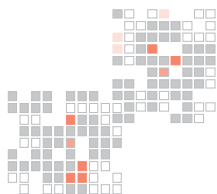
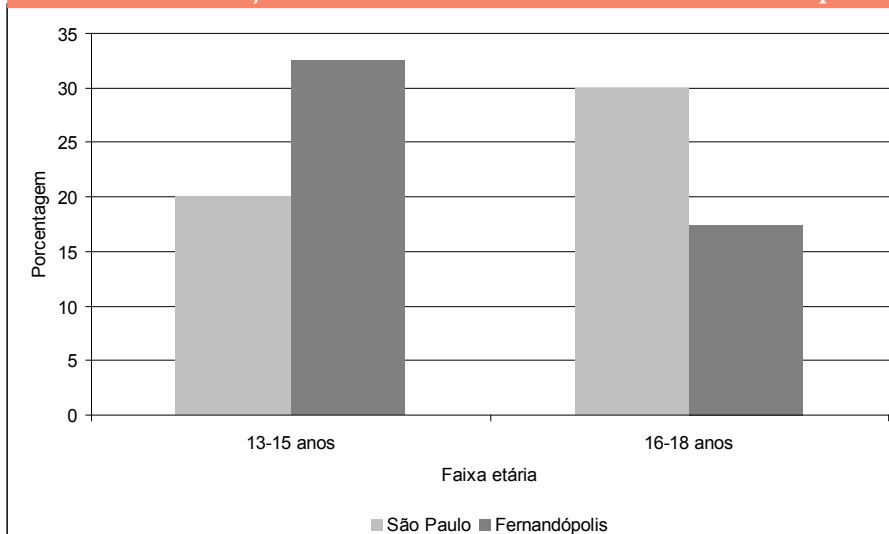
##### 4.2 Acesso

Todos os entrevistados destacaram a importância da proximidade da lan house com sua casa, escola e local de trabalho, deixando critérios de custo e qualidade de infraestrutura em segundo plano. Um dado importante refere-se às diferenças entre os usuários do interior e da capital: todos os entrevistados da capital são do mesmo bairro da lan house; já no interior, 75% dos usuários eram de outros bairros da cidade; 45% dos usuários de outros bairros moravam em regiões próximas e somente 10% moravam em bairros mais distantes.

Quanto à liberdade ou restrição de acesso aos conteúdos por parte desses ambientes, era bloqueado o acesso aos sites com conteúdos pornográficos ou proibidos para menores. No entanto, foi bastante comum encontrar adolescentes e crianças jogando games considerados para adultos e com conteúdos violentos, como GTA IV, ou

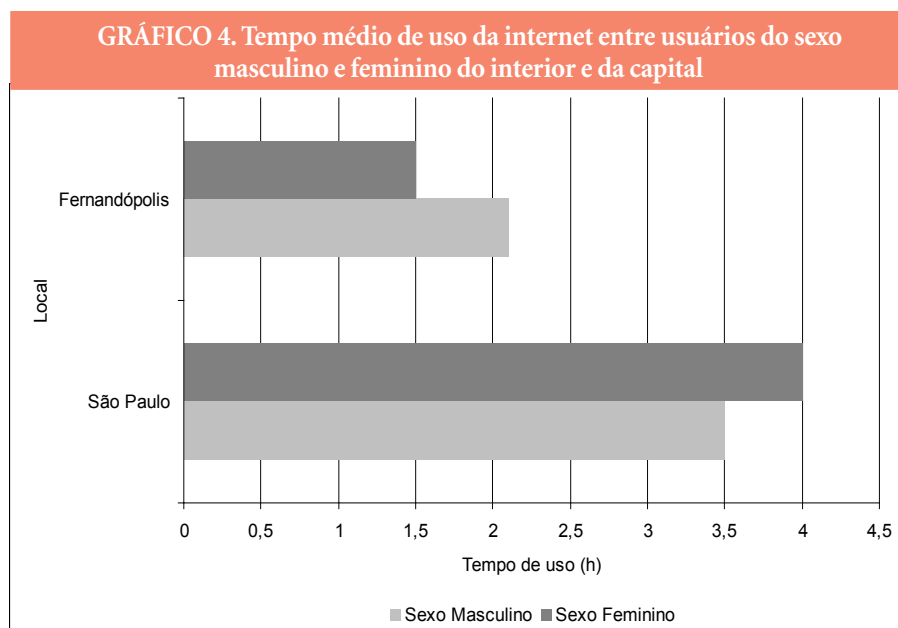
até mesmo acessando conteúdo pornográfico dentro da lan house, como declara um dos entrevistados (Entrevistado 13-Ferpa). Vale lembrar que em São Paulo, a Lei Municipal nº 13.720/2004 que regula as atividades das lan houses na cidade exige em seu artigo 3º que menores de 18 anos frequentadores do local tenham um

GRÁFICO 3. Relação de Idade entre usuários de São Paulo e Fernandópolis



cadastro com nome, data de nascimento, filiação, endereço, telefone e documentos. A Câmara atualmente examina o Projeto de Lei 7320/2010 que proíbe, em computadores de uso público como lan houses, jogos com cenas de nudez, sexo, pedofilia, violência ou apologia ao crime. A matéria caminha em conjunto com o PL 4361/2004 que regulamenta o funcionamento das lan houses no país.

Conforme aponta o Gráfico 4, os usuários de São Paulo passaram, em média, 3,7 horas conectados – 1,7 hora a mais que os usuários do interior. Na capital, as mulheres eram as que mais tempo passavam conectadas: uma média de 4 horas contra 3,5 horas dos usuários masculinos. Em Fernandópolis, os homens superaram em 0,6 horas as mulheres, ficando 2,1 horas on-line contra a 1,5 hora do grupo feminino. O ‘Gráfico 5’ aponta outro aspecto a ser observado referente à quantidade de horas gastas on-line em cada localidade. (Gráfico 4 e 5)

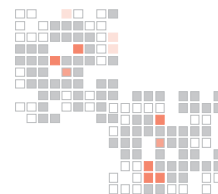
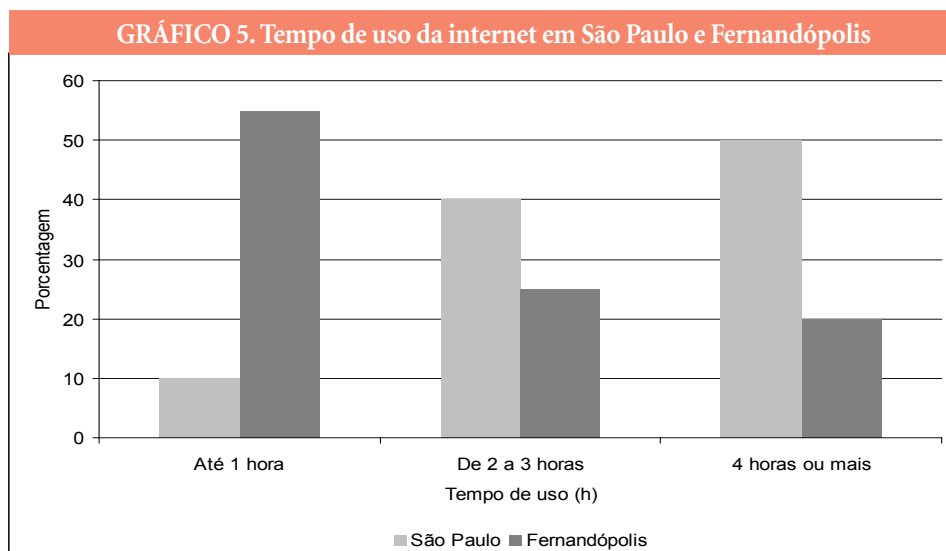


### 4.3 Motivação

Do total de usuários de Lan houses no interior e capital, 65% possuía computador com internet em casa. O acesso era maior em São Paulo, onde 75% dos usuários tinham computador e internet em seus lares. Tal informação está em consonância com os dados da última pesquisa sobre Lan house do CGI, que afirma que o acesso à internet em casa superou o do estabelecimento.

As entrevistas indicaram que a presença de computador e internet em casa, porém, pouco tem

influência na mudança de hábito dos adolescentes em frequentarem lan houses: 75% dos entrevistados não deixariam de frequentar a lan house, pois o local seria mais que um mero ponto de acesso à internet – representava um ambiente de socialização, onde



encontravam seus melhores amigos e faziam novas amizades, se divertiam com jogos em grupo e conteúdos que normalmente em casa não teriam condições de acesso e compartilhavam juntos conteúdos vistos na internet. A literatura afirma que locais de acesso público são de fato usados, primeiramente, para necessidades pessoais e sociais como comunicação com amigos e família, entretenimento, educação e desenvolvimento de habilidades computacionais (Eve, Brophy, 2001; Robinson, 2004; Haseloff, 2005; Parkinson, 2005; Lengyel, Eranusz, Füleki, L rincz, Siklós, 2006; Mercer, 2006; Parkinson, Ramírez, 2006; Gama-ge, Halpin, 2007).

As escolas que estes usuários frequentavam também pareciam razoavelmente equipadas: a presença de internet nas escolas era apontada por 80% dos usuários das lan houses pesquisadas. Somente 10% dos adolescentes de Fernandópolis relataram não terem utilizado a internet durante as aulas.

Em algumas escolas, porém, a existência do equipamento não garantia um uso efetivo. Em certos casos o uso era restrito ou somente permitido perante atividades escolares com a presença do professor; em outros, roubos e criminalidade impediam o uso eficiente dos equipamentos.

#### 4.4 Comportamento na internet

Todos os entrevistados, com exceção de somente um, se consideravam somente visualizadores de conteúdo, ou seja: não tinham o hábito de criar e postar vídeos, editar textos ou exibir qualquer produção própria. O número de usuários que utilizava a rede para paquerar foi de 10%, e para pesquisas escolares, 15%. Boa parte dos entrevistados, 65%, ao serem questionados com pergunta estimulada, declararam que o maior objetivo na lan house era se divertir com jogos, ver vídeos ou ouvir músicas. Por serem ambientes em que nenhum dos pais dos entrevistados frequentam, se sentiam mais livres para interagir com outras pessoas e acessar conteúdos não

confortáveis de se acessar em casa. Afirmaram também terem aprendido a usar computador em cursos ou com amigos 50% dos usuários. Outras referências apareceram como “sozinho” (25%), “em casa” (15%) e “na escola” (7,5%).

#### 4.5 Conteúdo

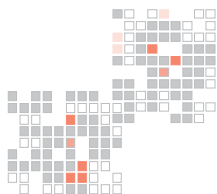
Os conteúdos mais acessados pelos adolescentes usuários de lan houses foram Orkut (26%), MSN (25%), Jogos (17%), Google (11%), Youtube (9%), seguidos de Facebook (5%), Twitter (3%), e-mail (2%) e formspring (2%).

Um aspecto importante a ser observado em relação ao conteúdo é o âmbito educacional de alguns deles. Bailey (2009) afirma que locais de acesso público às TICs têm aumentado o interesse por conhecimentos em informática e aspirações que envolvam a área. Apesar de serem minoria, três entrevistados, dois da capital e outro do interior, viram no computador e na internet uma oportunidade de trabalho e renda. O uso de computadores em ambientes de acesso público está ligado à percepção do usuário que seu contato e exposição com computador e internet vão melhorar sua atual ou futura empregabilidade (Kaiser, 2005; Parkinson, Ramírez, 2006).

#### 4.6 Segurança

Em números gerais, 42,5% dos usuários se sentem inseguros no ambiente das lan houses. A presença da câmera de segurança na lan house da capital era um fator de tranquilidade, e a sensação de conhecer os frequentadores do local tornava os usuários mais seguros.

Robinson (2004) alerta para as influências e apelos provocados pela mídia e que tendenciam diretamente na visão de mundo dos jovens. Esse controle social da mídia e a promoção do consumo dos seus conteúdos ficaram claros durante as entrevistas. Quando questionados sobre segurança na lan house, ao menos dois entrevistados disseram não se sentir seguros no ambiente por



## Para Limeira (2008), os consumidores emergentes necessitam de informações e gostam de atenção no momento da compra.

achar que “é fácil de alguém entrar atirando” (Entrevistado 10-SP), fazendo uma alusão direta ao crime conhecido como “Massacre do Rea-lengo”, o primeiro caso no Brasil de um atirador vítima de bullying que entrou em uma escola e assassinou 12 adolescentes no Rio de Janeiro, ocorrido durante a semana em que se realizavam as entrevistas.

### 4.7 Compras on-line

Os adolescentes de classes emergentes usuários de lan houses entrevistados não parecem se sentir completamente seguros com compras on-line: 72,5% dos entrevistados não compram produtos pela internet. Muitos nunca fizeram compras pela internet e jamais fariam por receio do produto não chegar ao destino. Outros poucos menos temerosos se consideram compradores virtuais, porém com baixa frequência de consumo – e preferem prioritariamente comprar equipamentos eletrônicos.

Alguns fatores que vão contra ao comércio eletrônico são apontadas na literatura. Para Oliveira (2006), além de adotarem comportamentos mais conservadores, consumidores emergentes consideram as visitas a lojas físicas como fonte de lazer – o que coloca as virtuais em desvantagem. Para Azevedo e Mardegan (2009), a família do consumidor emergente exerce grande influência no ato da compra – portanto dificilmente ele irá executar uma compra sozinho. Para Limeira (2008), os consumidores emergentes necessitam de informações e gostam de atenção no momento da compra.

### 4.8 Telecentros e pontos de acesso a governo

Alegaram ter ido ao menos uma vez aos telecentros ou pontos de acesso à internet do gover-

no 25% dos entrevistados. A maioria declarou desconhecer a existência desses ambientes, e os que “já ouviram falar” consideraram o serviço ou “burocrático”, ou “ineficiente” ou distante demais do bairro de residência.

Estes relatos, mesmo que preliminares e resultados de uma amostra restrita, podem servir como alerta para a necessidade urgente de revisão dos modelos de acesso público às TICs no Brasil de forma que se tornem mais eficientes e condizentes com a realidade local. Como afirmam Sey e Fellows (2009), grandes quantidades de recursos financeiros são investidos no campo do acesso público para TICs sem claras evidências sobre quais serão os seus resultados finais e custos e não suprindo, portanto, as expectativas para as quais foram designados. Muito além do foco da sustentabilidade financeira dos pontos de acesso público (Kumar, 2004; Sheppard, 2001), esses locais (sejam lan houses ou telecentros), em geral demandam uma reconceitualização como estruturas essenciais de uma comunidade, como definiram Simpson, Daws e Pini (2004): “Isto poderia significar a redefinição da sustentabilidade de um acesso público mais em termos de resultados que se produz no âmbito social do que ganhos econômicos.” (tradução nossa).

## 5. Considerações finais

O presente trabalho buscou investigar, de maneira preliminar, aspectos do uso das lan houses por usuários adolescentes de classes emergentes, verificar a existência de diferenças nos perfis desses usuários no interior e na capital do Estado de São Paulo, modos de acesso aos conteúdos digitais e o que eles consomem e produzem nesses ambientes públicos.

É possível afirmar que os dados obtidos nesta pesquisa são relevantes para a composição de uma perspectiva inicial para investigações de maior fôlego e abrangência sobre o tema. O uso da técnica de entrevista e um guia como instrumento de coleta se mostraram bastante eficazes na coleta de requisitos e permitem uma imersão significativa no universo retratado. Não obstante, os resultados revelam que os adolescentes de baixa renda que frequentam lan houses são em, sua maioria, negros e homens, moradores das periferias das cidades e marcados por aspectos de vulnerabilidade social. Estudam e trabalham para complementar a renda familiar, mas possuem planos de projeção profissional – alguns deles, inclusive, a partir do conhecimento proporcionados pelas TICs.

São adolescentes que frequentam lan houses próximas as suas casas, escolas e locais de trabalho, principalmente no caso da capital, onde o deslocamento entre grandes distância é mais complexo. Já no caso do interior, os bairros possuem pouca independência em termos de acesso a serviços e, geralmente, as pessoas precisam circular mais para terem acesso a centros comerciais, hospitais, escolas.

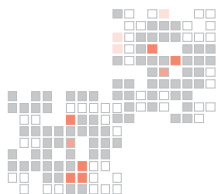
As entrevistas indicaram que a presença de computador e internet na casa da maioria dos adolescentes, porém, pouco tem influência na mudança de hábito dos adolescentes em frequentarem as lan houses: muitos não deixaram de frequentar o local por considerarem um ambiente de socialização.

Outro ponto relevante da pesquisa tange ao hábito dos entrevistados em criar conteúdo na internet: todos os ouvidos (com exceção de um)

se consideram mais visualizadores de conteúdo e declaram não possuir motivação para criar e postar vídeos, editar textos ou exibir qualquer produção própria.

A contemporaneidade também parece estar caracterizada pela era das redes sociais: os adolescentes são grandes consumidores de Orkut e Messenger, por exemplo. Apesar de interativos e antenados com as novidades do mundo virtual, não se sentem seguros em adquirir produtos pela internet. Tais inseguranças são típicas de comportamento de consumidores emergentes que valorizam a atenção no ato da compra e encaram a visita às lojas como um momento de passeio em família, como atesta a literatura.

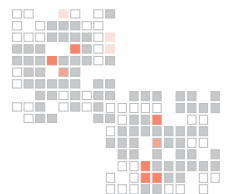
Voltamos, então, ao protagonismo das lan houses nas periferias das cidades brasileiras. O acesso público às TICs só se tornará efetivo quando se caracterizar mais pela oferta de habilidades transformadoras às populações de classes emergentes do que pela disponibilização de plataformas tecnológicas. Esse tipo de inclusão digital praticada atualmente é a que menos presta serviço aos adolescentes emergentes, pois não oferece a oportunidade de transformar uma realidade local. O fomento e a consciência dos governos em regularizar esses espaços são importantes não somente para a implementação de políticas públicas nesse setor que favorecem os usuários e os empresários voltados à baixa renda. A ênfase na oferta de bons conteúdos e seu uso adequado devem ser protagonistas neste processo, pois dessa forma será possível fornecer a inclusão verdadeiramente importante que a juventude emergente tanto necessita.

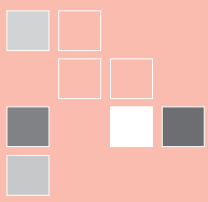
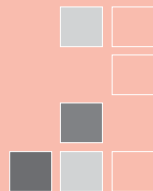




## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ADOMI, Eshaenana. Overnight Internet Browsing Among Cyber Café Users in Abraka, Nigeria. *The Journal of Community Informatics*, v. 3, n. 2, 2007.
- AZEVEDO, Marcelo; MARDEGAN, Elyseu. *O consumidor de baixa renda*. Rio de Janeiro: Elsevier Campus, 2009.
- BAILEY, Arlene. Issues Affecting the Social Sustainability of Telecentres in Developing Contexts: A Field Study of Sixteen Telecentres in Jamaica. *The Electronic Journal on Information Systems in Developing Countries*, v. 36, n. 4, 2009.
- CETIC.br. Pesquisa sobre o Uso das Tecnologias de Informação e da Comunicação no Brasil – TIC LAN HOUSE 2010. Disponível em: <<http://www.cetic.br/tic/lanhouse/2010/index.htm>>. Acesso em: 4 dez. 2010.
- EVE, Juliet; BROPHY, Peter. *The Value and Impact of IT Access in Public Libraries: Final Report*. Manchester: Centre for Research in Library & Information Management, 2001.
- GAMAGE, Premila; HALPIN, Edward. E-Sri Lanka: Bridging the Digital Divide. *The Electronic Library*, v. 25, n. 6, 2007.
- HASELOFF, Anikar. Cybercafés and Their Potential as Community Development Tools in India. *Journal of Community Informatics*, v. 1, n. 3, p.53-65, 2005.
- KAISER, Scott. (2005). Community Technology Centers and Bridging the Digital Divide. *Knowledge, Technology & Policy*. v. 18, n. 2, p.83-100, 2005.
- KUMAR, Richa. E-Choupals: A Study on the Financial Sustainability of Village Internet Centres in Rural Madhya Pradesh. *Information Technologies and International Development*. v. 2, n. 1, 2004.
- KUMAR, Richa; RAJENDRA, Kumar; BEST, Michel. (2006). Social Impact and Diffusion of Telecenter Use: A Study from the Sustainable Access in Rural India Project. *Journal of Community Informatics*. v. 2, n. 3, 2006.
- KURIYAN, Renee; TOYAMA, Kentaro. *Review of Research on Rural PC Kiosks*. White Paper, 2007.
- LENGYEL, Gyorgy; ERANUSZ, Eliza; FÜLEKI, Daniel; L RINCZ, László; SIKLÓS, Viktória. The Cserénfa Experiment: On the Attempt to Deploy Computers and Internet in a Small Hungarian Village. *Journal of Community Informatics*, v. 2, n. 3. 2006.
- LIMEIRA, Tania Maria Vidigal. *Comportamento do Consumidor Brasileiro*. São Paulo: Saraiva, 2008.
- MAYANJA, Meddie. Rethinking Telecentre Sustainability: How to Implement a Social Enterprise approach - Lessons from India and Africa. *Journal of Community Informatics*, v. 2, n. 3. 2006.
- MERCER, Claire. Telecentres and Transformations: Modernizing Tanzania Through the Internet. *African Affairs*. v. 105, n. 419, p.243-264, 2006.
- OROZCO GÓMEZ, Guilherme. Comunicação Social e mudança tecnológica: um cenário de múltiplos desordenamentos. In: MO-RAES, D. *Sociedade Midiatizada*. Rio de Janeiro: Mauad, 2006. p.81-98.
- PARKINSON, Sarah. *Telecentres, Access and Development: Experience and Lessons from Uganda and South Africa*. Warwickshire, UK: ITDG/Fountain/IDRC, 2005.
- PARKINSON, Sarah; RAMÍREZ, Ricardo. Using a Sustainable Livelihoods Approach to Assessing the Impact of ICTs in Development. *Journal of Community Informatics*, v. 2, n. 3. 2006.
- ROBINSON, Scott. *Cybercafés and National Elites: Constraints on Community Networking in Latin America*. London: Community Practice in the Network Society. 2004.
- SHEPPARD, Keith. *The Remote Community Service Telecentres of Newfoundland and Labrador*. Vancouver (Canadá), 2001.
- SEY, Araba; FELLOWS, Michelle. *Literature Review on the Impact of Public Access to Information and Communication Technologies*. CIS Working Paper n. 6, University of Washington Center for Information & Society, Seattle, 2009.
- SIMPSON, Lyn, DAWS, Leonie, PINI, Barbara. Public Internet Access Revisited. *Telecommunications Policy*. v. 28, p.3-4, 2004.





# VOTOS Y CLICS: LAS ELECCIONES PRESIDENCIALES EN COLOMBIA EN EL AÑO 2010 Y LAS REDES SOCIALES

VOTOS E CLIQUES: AS ELEIÇÕES PRESIDENCIAIS NA COLÔMBIA NO ANO DE 2010 E AS REDES SOCIAIS

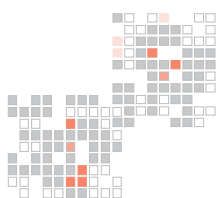
*VOTES AND CLICKS: COLOMBIA PRESIDENTIAL ELECTIONS IN 2010 AND THE SOCIAL NETWORKS*

## Juan David Cárdenas Ruiz

■ Professor de Comunicação Política da Universidade de Sabana, Pesquisador Observatório de Imprensa da Universidade de La Sabana. Mestre em Estudos Políticos da Universidade Nacional da Colômbia. Especialista em Opinião Pública e Política de Marketing Universidade Javeriana da Colômbia. Cientista político pela Universidade Nacional da Colômbia.

■ E-mail: [juandavidcardenas@yahoo.com](mailto:juandavidcardenas@yahoo.com)

258



## RESUMEN

El debate en torno a la utilidad y alcance que pueden tener las redes sociales en los resultados de una elección es incipiente en los estudios de la comunicación y la ciencia política, donde existen posiciones favorables al uso de las mismas y posiciones escépticas frente a su utilidad. El caso de la Ola Verde en las elecciones presidenciales en Colombia del 2010 muestra como las redes sociales pueden ser un arma de doble filo para una campaña electoral.

**PALABRAS CLAVE:** REDES SOCIALES, COMUNICACIÓN ELECTORAL, MERCADEO POLÍTICO, PROCESOS ELECTORALES

## RESUMO

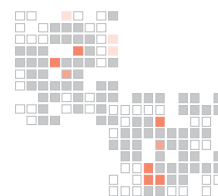
O debate sobre a utilidade e o alcance que as redes sociais podem ter sobre os resultados de uma eleição é emergente nos estudos de comunicação e ciência política, onde há posições a favor de usá-los e posições céticas contra a sua utilidade. O caso da Onda Verde nas eleições presidenciais na Colômbia em 2010 mostra como as redes sociais podem ter efeitos positivos e negativos em uma campanha eleitoral.

**PALAVRAS-CHAVE:** REDES SOCIAIS, COMUNICAÇÃO ELEITORAL, MARKETING POLITICO, PROCESSOS ELEITORAIS

## ABSTRACT

The debate about the usefulness and scope that social media can have on the outcome of an election is emerging in communication studies and political science where there are favorable and skeptical positions against its usefulness. The case of the Green Wave in the presidential elections in Colombia in 2010 shows how social media can be a double-edged sword for an electoral campaign.

**KEYWORDS:** SOCIAL NETWORKS, ELECTORAL COMMUNICATION, POLITICAL MARKETING, ELECTORAL PROCESSES



## 1. Introducción

La historia del mundo se ha forjado a través de distintos procesos históricos; las mayores transformaciones han sido resultado de procesos revolucionarios que han reformado las estructuras predominantes de cada periodo. La revolución industrial transformó la estructura económica y productiva del mundo, las revoluciones liberales trajeron una nueva estructura política y de derechos a los ciudadanos, las revoluciones sociales ampliaron la esfera de acción de los estados frente a sus ciudadanos y las revoluciones culturales le abrieron los ojos al mundo a nuevas problemáticas sociales. La revolución tecnológica, la más reciente de estas transformaciones históricas masificó y puso al alcance de la gran mayoría de ciudadanos una serie de tecnologías y medios de comunicación que han transformado todas las esferas de desarrollo de las relaciones humanas en el mundo contemporáneo. Dentro de estos nuevos desarrollos tecnológicos surgió la red Internet, conocida por muchos como la Aldea Global, que se ha constituido como un espacio en donde ciudadanos de todo el mundo interactúan, se informan, publicitan, opinan y construyen conocimiento.

El estudio de la comunicación política electoral y el marketing político ha encontrado en Internet, y más específicamente en las redes sociales un nuevo objeto de estudio a partir del carácter transformador, para muchos revolucionarios, que estas últimas le han imprimido a los procesos comunicativos de las campañas electorales. Para nadie es un secreto que asistimos al surgimiento y consolidación de unas nuevas formas de comunicación política en donde el contacto directo entre el candidato y el electorado viene dando paso a un contacto virtual o intermediado que le ha imprimido una nueva dinámica comunicativa al ejercicio de lo político.

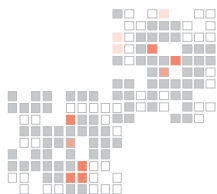
En las elecciones presidenciales del 2010 en Colombia, se presentó el surgimiento de un movimiento que fue bautizado como la “Ola Verde”. Este movimiento apoyaba al candidato del Partido Verde

Antanas Mockus y participó de la campaña a través de prácticas políticas no convencionales, especialmente a través de las redes sociales y el uso de manifestaciones artísticas para promover la campaña del candidato. El impacto de la acción de este movimiento llegó hasta los medios de comunicación que cubrieron gran parte de la campaña a través de la evolución de los candidatos en las redes sociales lo que llevó a sobredimensionar su utilidad. Los resultados finales de la elección mostrarían un escenario diferente al que las redes sociales, el cubrimiento mediático y las encuestas parecían indicar.

## 2. Las redes sociales y las campañas electorales

La aparición de Internet y posteriormente de las redes sociales como canales de comunicación y publicidad política es vista por muchos autores como un punto de inflexión en las estrategias de campaña. Quizás, el concepto que mejor describe esta transformación es del paso de las campañas “premodernas” a las campañas “posmodernas” (Bimber, Davis, 2003). Este concepto de la campaña postmoderna se basa en la aparición de una nueva forma de comunicación política entre el candidato, su campaña y el electorado, en donde la relación que antes necesitaba de una intermediación de los medios de comunicación tradicionales se empieza a hacer de manera directa a través de Internet y las redes sociales. Este fenómeno está directamente relacionado con el surgimiento de las nuevas tecnologías de la información NTICS que han significado un variación en la manera en como los políticos e instituciones políticas y no gubernamentales hacen llegar sus mensajes al público (Caldevilla, 2010).

Frente a la utilidad de las redes sociales, y en general de la Internet en las campañas electorales hay diversos puntos de vista. Para nadie es indudable la importancia de contar con un canal de comunicación de masivo alcance, permanente crecimiento en términos de penetración y acceso de los mercados y un bajo costo en relación con los medios de comunicación tradicionales (Martínez



**Cualquier análisis que se quiera hacer  
frente al potencial de participación que puede derivar  
de la red debe tener en cuenta tres dimensiones.**

Pandiani, 2007; Bimber, 2003). Otros autores evidencian aspectos ventajosos de el uso de Internet y las redes sociales en las campañas y en la comunicación electoral como: flexibilidad, interconectividad, recaudación de fondos, bajo costo, rapidez, espacio ilimitado y no intermediación, entre otros (Álvarez, 2010).

Para nadie son un secreto todas las ventajas y potencialidades que Internet y las redes sociales ofrecen para la comunicación electoral y el marketing político. Internet es visto como un elemento tecnológico revolucionario. (Tolbert y Mcneal, 2007) afirman que

*La más importante de las nuevas tecnologías es la Internet, que se está convirtiendo en el medio masivo para el siglo XXI. Internet combina los componentes audiovisuales de las formas tradicionales de los medios como los periódicos y la televisión con la interactividad y la velocidad del teléfono y el correo. Facilita la flexibilidad en la comunicación, permitiendo a los individuos escoger a que información acceder y cuando hacerlo. También permite a los usuarios intercambiar grandes cantidades de información de manera rápida sin importar su ubicación geográfica (Tolbert, Mcneal, 2007, pp 175).*

No está claro aun porque Internet es percibido como un medio que podría incrementar la participación política. Además, poner el énfasis en Internet como tecnología antes que en sus capacidades de información y comunicación muestra una tendencia hacia el determinismo tecnológico (Karakaya, 2005). Cualquier análisis que se quiera

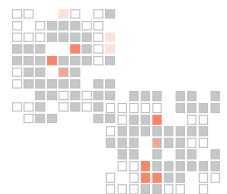
hacer frente al potencial de participación que puede derivar de la red debe tener en cuenta tres dimensiones: Internet como fuente de información, Internet como medio de comunicación e Internet como una esfera pública virtual

Otros autores afirman que

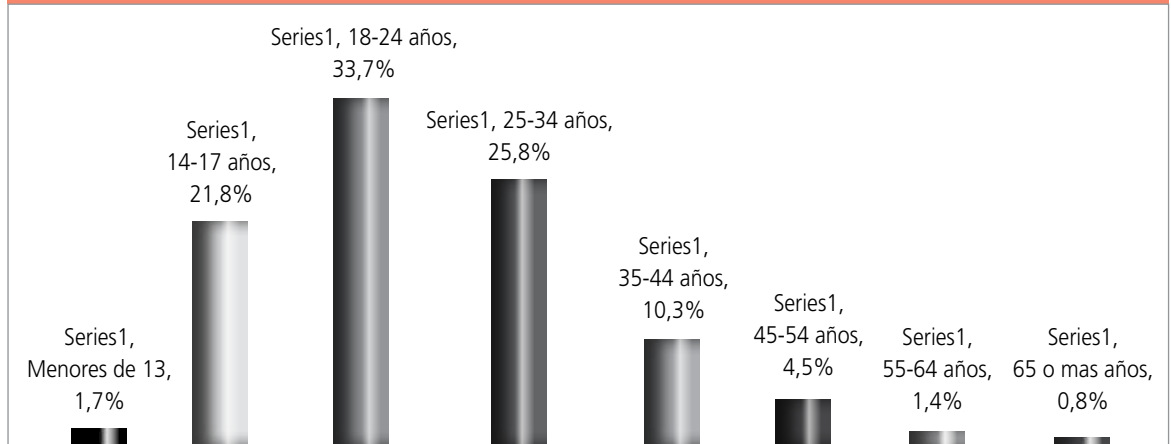
*las expectativas sobre los cambios que Internet puede tener sobre la política en general han variado desde las utopías más enardecidas (información fácilmente accesible y plural, capacidad comunicativa y organizativa sin precedentes, participación a bajo coste especialmente entre algunos sectores poco dados a la implicación política como los jóvenes, reequilibrio y descentralización en la distribución de poder), hasta los escenarios más pesimistas (sobrecarga informativa, hiper-fragmentación, balcanización y polarización social, reducción del capital social, o riesgo de tecno-elitismo y populismo) (Anduiza,2009,pp 5).*

Uno de los mayores interrogantes que todavía está por desentrañarse es el de la capacidad de las redes sociales y la publicidad a través de las mismas para activar la conducta pretendida por toda campaña política: movilizar al ciudadano a votar por el candidato.

El objetivo de este artículo es aproximarse a la problemática del potencial que tienen las redes sociales como medios de movilización y activación de la participación electoral a partir del caso particular de las elecciones presidenciales del 2010 en Colombia y mas específicamente con el fenómeno mencionado.



**Ilustración 1. Porcentaje de usuarios de Facebook en Colombia.  
Por grupos de edad. Noviembre 2010**



Fuente: [www.checkfacebook.com](http://www.checkfacebook.com)

## 2.1 Internet, redes sociales y compromiso político: ¿la apatía real se convierte en compromiso virtual?

Dentro de los cuestionamientos sobre el papel de las redes sociales en las campañas electorales, en el caso colombiano, el que más resalta es el debate frente al compromiso e involucramiento político que puede generar la comunicación electoral en las redes sociales sobre los cibernautas, militantes y en general el electorado con acceso a Internet.

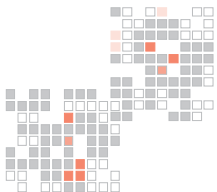
Si hay algo característico de la historia política colombiana son los bajos niveles de participación política. Esto es válido tanto en el ámbito electoral, donde el promedio histórico de abstención se mueve entre el 55 y 60%, como en las otras esferas de participación, lo cual muestra que el compromiso de los ciudadanos con sus instituciones y con la defensa de sus derechos es bastante bajo. El involucramiento y el compromiso de los colombianos con la participación política no va más allá de tomar parte en algunas movilizaciones pro *statu quo*, en su gran mayoría convocadas por los grandes medios de comunicación, y depositar su voto cada vez que se celebran elecciones. La existencia de una cultura política de largo aliento marcada por la apatía frente a la participación política debe ser un punto de partida para el análisis.

Teniendo en cuenta el escenario descrito de progresiva importancia de las redes sociales en el cubrimiento mediático de la campaña presidencial del 2010 en Colombia, se buscó hacer seguimiento al proceso en dos escenarios: análisis comparativo del número de seguidores de los candidatos y la votación final del proceso electoral, y el cubrimiento mediático que se centró específicamente en la campaña en las redes sociales.

## 3. Colombia y el uso de las redes sociales

Colombia es uno de los países de América Latina con mayor cantidad de usuarios en las redes sociales. Según el portal Checkfacebook para el mes de Noviembre de 2010 el número de usuarios colombianos en la red social Facebook ascendía a 11.627.920, siendo el segundo con mayor cantidad detrás de Argentina.

Dentro de ese alto número de usuarios de Facebook en Colombia las franjas de mayor concentración responden a los rangos de los 14 hasta los 35 años, es decir desde la adolescencia hasta la juventud adulta (ver ilustración 1). Igualmente, el país se ubica en el puesto número 15 del ranking de penetración de Twitter entre personas de 15 años en adelante en hogares y lugares de trabajo, según la firma de investigación ComScore, encargada de



medir la utilización de las nuevas tecnologías en el ámbito del mercadeo. Finalmente, según estadísticas oficiales de la Encuesta de las Tics del 2010 elaborada por el Departamento administrativo nacional de estadística DANE, el uso que los colombianos hacen de Internet se reparte en su gran mayoría entre la búsqueda de información (80%), comunicación (81%), entretenimiento (67%) y educación y aprendizaje (62%). (DANE, 2010)

Es evidente que el uso de Internet no redundo directamente en un involucramiento en la política, y se puede observar que a pesar que Colombia es uno de los países con mayor crecimiento en usuarios y tráfico en la red los porcentajes de ausencia de participación política y de abstencionismo electoral siguen estando entre los más altos de la región. Esto nos pondría de cara a un fenómeno cultural que va más allá de los desarrollos tecnológicos y las coyunturas políticas, un tema de cultura política e imaginarios frente a la participación política siendo Colombia un país de una marcada tradición electoral, lo que inhibiría e incluso miraría negativamente otras formas de participación política.

#### **4. Las elecciones presidenciales y el escenario para la comunicación política**

En el periodo comprendido entre los meses de mayo y junio del 2010 Colombia atravesó por un proceso electoral en donde la ciudadanía concurrió a las urnas para elegir al nuevo Presidente de la República. Después de 8 años de gobierno de Álvaro Uribe Vélez, ante la imposibilidad jurídica de una segunda reelección, los colombianos debían elegir entre cinco candidatos, los más destacados, a su próximo gobernante.

La baraja de aspirantes estaba compuesta por nueve candidatos, dentro de los podemos destacar cinco aspirantes como los protagonistas de la contienda. Juan Manuel Santos, aspirante por el Partido Social de Unidad Nacional, quien fue elegido presidente con una votación histórica de más de 9 millones de votos y buscaba la continui-

dad de las políticas del saliente mandatario Álvaro Uribe. Antanas Mockus, aspirante por el Partido Verde que enarbolaba las banderas de centro y fue el protagonista de la llamada “ola verde”. Tres candidatos más representaban a los partidos tradicionales, Rafael Pardo (Liberal), Noemí Sanín (Conservador) y Germán Vargas (Cambio Radical, disidencia liberal); y finalmente, el candidato de la izquierda democrática, Gustavo Petro. Lo particular del momento político era que después de dos periodos de gobierno de Álvaro Uribe y contra la voluntad de supuestas mayorías era imposible legal y jurídicamente una tercera reelección, y además el país estaba envuelto en una serie de escándalos que llevaron el tema de la lucha contra la corrupción y por la transparencia al primer nivel de la agenda, siendo Antanas Mockus, el candidato Verde, el que se apropiaría de esta bandera y haría de los jóvenes y las redes sociales su principal arma de campaña

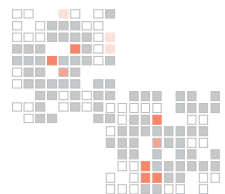
#### **4.1 La campaña en las redes sociales: Cuando la política está de moda**

La campaña presidencial colombiana del 2010, será recordada, por haber tenido un gran protagonismo de las redes sociales en su desarrollo, a tal punto que los medios de comunicación tradicionales mantenían un seguimiento periódico a la evolución de la campaña en las redes. Por ejemplo, la cadena radial RCN<sup>1</sup> afirmó el 30 de marzo de 2010 que “la batalla de los candidatos presidenciales por ocupar el primer puesto en las encuestas sigue sin parar, y si las elecciones se dieran por el número de seguidores que cada uno de ellos tiene en la red social de Facebook, el político Antanas Mockus sería el gran ganador”.

A propósito de este fenómeno los asesores de Antanas Mockus sostenían que “esto se está con-

---

1 RCN (Radio Cadena Nacional) hace parte de la cadena multimedia RCN que comprende un conjunto de emisoras, canales de televisión y portales de Internet con gran penetración a nivel nacional, regional y local en Colombia.



## Los candidatos a la presidencia le dieron un gran espacio y suma importancia a las redes sociales en las estrategias publicitarias de sus respectivas campañas.

virtiendo en una mockusmania. Veníamos trabajando con la pagina web y con el Facebook a pasos normales pero a principios de febrero tomó otra dimensión” y “Es una avalancha pero estamos haciendo seguimiento permanente además Antanas Mockus anda muy sintonizado con su blackberry”.

Los candidatos a la presidencia le dieron un gran espacio y suma importancia a las redes sociales en las estrategias publicitarias de sus respectivas campañas. Facebook se posicionó como el escenario en disputa y frente a él se tendieron estrategias específicas por parte de cada equipo de campaña. En el mes de octubre de 2010 el número de seguidores (ver ilustración 2) de los principales candidatos alcanzó un consolidado de aproximadamente un millón y medio de personas discriminadas de la siguiente manera

Tiempo<sup>2</sup> publicó el 10 de mayo del 2010 una nota titulada **“Mockus subió al octavo lugar entre los políticos con más fans en Facebook, en el mundo”**. NTN24, canal internacional de la cadena RCN, publicó el 16 de mayo del 2010 una nota titulada **“Redes sociales con Mockus a la cabeza revolucionan la campaña”** y agregó al respecto, bajo la caracterización del fenómeno como la “revolución verde” que “este “boom” virtual también le destaca como el político con el mayor aumento a nivel internacional de seguidores mensuales (352.123) y semanales (69.382) en Facebook, mientras que el segundo por día (7.931), solo superado por Obama. Muy lejos le siguen los otros candidatos. En el caso de Santos, con quien Mockus está empatado en las encuestas, tiene 142.459 fanáticos, y el tercero es Gustavo Petro, del izquierdista Polo Alternativo Democrático (PDA), con 125.992. Todos los candidatos, incluidos los que ni siquiera aparecen en las encuestas, tienen una cuenta en esta red de microblogs, que actualizan varias veces al día con propuestas y mensajes personales”.

Cadenas internacionales de noticias no fueron ajenas al fenómeno de la ola verde. La Cadena Inglesa BBC, en un artículo del 28 de abril del 2010 titulado **“Mockus y su ‘ola verde’ en Colombia”**, recogió parte de las percepciones que eran generalizadas acerca de la utilización de Internet y más específicamente de Facebook por parte de la campaña de Mockus. Entre otros comentarios podemos encontrar el siguiente: “sin gastar mucho dinero, la campaña puso a disposición de sus seguidores afiches y materiales propagandísticos

**Ilustración 2. Número de seguidores en Facebook de los candidatos a la presidencia 2010. Noviembre 2010**

| Candidato            | Número de Usuarios en su perfil de Facebook |
|----------------------|---|
| Antanas Mockus       | 812019                                      |
| Juan Manuel Santos   | 462727                                      |
| Germán Vargas Lleras | 88562                                       |
| Gustavo Petro        | 188733                                      |
| Noemí Sanín          | 9841  |

El número de seguidores era tan alto que Antanas Mockus llegó a ocupar el octavo lugar dentro de los políticos mundiales con mayor audiencia en Facebook. Distintos medios de comunicación registraron este hecho como un acontecimiento importante en el desarrollo de la campaña. El diario El

2 Diario de circulación nacional con el mayor numero de lectores en el país. Hace parte de la Casa Editorial El Tiempo que tiene participación en el mercado televisivo, prensa e internet.

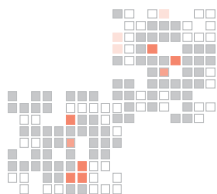
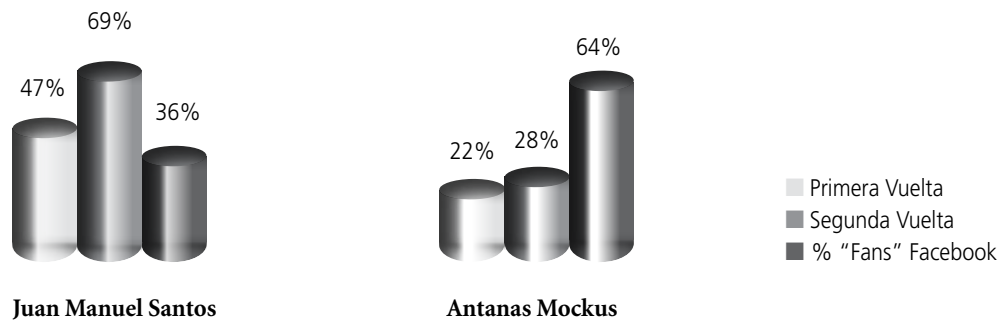




Ilustración 3. Votos vs Clicks.



Fuentes: Registraduría General de la Nación; www.facebook.com

en la red, donde, además, sus amigos suben canciones y videos”, y “Mockus, que siempre ha usado los símbolos en sus campañas, y que cuando fue rector de la Universidad Nacional se bajó los pantalones en público para responder a un estudiante que protestaba, está haciendo proselitismo a través de Internet y redes sociales, donde promueve la “legalidad democrática”. Esta semana, el aspirante acumuló 456.000 seguidores en Facebook, el doble de los que tenía hace menos de un mes”.

La Cadena Alemana Deutsche Welle en su artículo del 28 de mayo del 2010 titulado “*Mockus: el fenómeno electoral de redes sociales en Colombia*” analizaba la importancia de la publicidad política en las redes sociales por parte de Antanas Mockus destacando que “lo realmente sorprendente de este auge es que el éxito de la campaña política de Mockus por Internet ha sido impulsado por los mismos usuarios. Es decir, que no obedece a una estrategia de sus asesores, sino que la divulgación y difusión del mensaje político es posible gracias a la participación voluntaria de su electorado, seguidores virtuales, en su mayoría jóvenes”.

La campaña giró en torno a la expectativa por la lucha en las redes sociales y las encuestas<sup>3</sup>, que

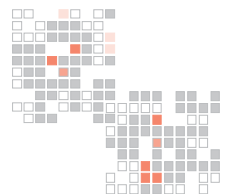
<sup>3</sup> Las encuestas de las tres principales firmas encuestadoras (Napoleón Franco, Invamer Gallup y el Centro Nacional de Consultoría) en los meses previos al proceso electoral indicaban una intención de voto que oscilaba entre el 30% y el 34% por los candidatos Antanas Mockus y Juan Manuel Santos

siempre marcaban un empate técnico, e incluso en algunos momentos dieron como ganador a Mockus por encima de Santos. Sin embargo de cara a las elecciones y a raíz de varios descabros en los debates televisados el resultado de la primera vuelta fue totalmente distinto al de las encuestas (ver ilustración 3)

### 5. A manera de reflexión

A manera de conclusión general del ejercicio investigativo se puede decir que la relación entre redes sociales y compromiso político no es una relación directa y mucho menos es una relación que se de claramente, al menos en el caso Colombiano. Es necesario comprender a las redes sociales como un componente más de un proceso complejo que involucra aspectos de la cultura política colombiana, que si bien pareciera estar teniendo ciertas transformaciones en lo referente a las formas de acción y expresión política éstas no se reflejan directamente en los procesos y resultados electorales

Primero, se puede considerar que se ha sobrevalorado el uso de la Internet al desconocer la variable de las actitudes de las personas que la utilizan teniendo en cuenta los usos y las frecuencias de uso de la misma. Tener acceso a Internet, pertenecer a una red social y ser “fan” de un candidato no implica directamente mayor compromiso individual frente a quien no lo hace y mucho menos implica que esa conducta se vaya a ver reflejada en un voto.



Las redes sociales son un arma de doble filo para las campañas políticas. Por un lado puede construir realidades falsas al generar sensaciones de seguimiento masivo a un candidato o a un partido. En el caso específico de la Ola Verde un alto porcentaje de sus “militantes” o “seguidores” eran personas que no estaban habilitadas legalmente para votar por no ostentar la mayoría de edad para el momento de la elección. En resumen, tener más fans, acumular más “tweets”, y tener mayor circulación en espacios como My Space o Youtube no es garantía directa de un resultado electoral similar al crecimiento y “popularidad” en dichos espacios

Quizás este tipo de medios sean importantes en algún momento de la campaña y para algún objetivo en específico, sin embargo no pueden constituirse como el medio central o el único medio de un plan de comunicación de campaña. Así lo reafirman Martínez y Salcedo (2002) cuando expresan que:

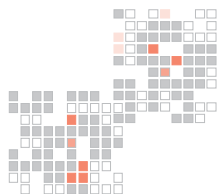
*En la era de las comunicaciones, las audiencias son los instrumentos masivos principales que utilizan las campañas para dirigir sus mensajes a los distintos grupos de electores. Las campañas tratan de ubicar a los grupos que contemplan como blanco de sus mensajes dentro de las audiencias ya establecidas de los medios de comunicación. Esta no es una tarea sencilla porque es muy remoto que la audiencia de un medio coincida con el electorado que comprende una división electoral: siempre es mayor o menor, por lo que hay necesariamente un desperdicio o insuficiencia; además, los perfiles de la audiencia de los medios, toda vez que éstos son fundamentalmente instrumentos de publicidad, están determinados desde la perspectiva del consumo y no de las actitudes y comportamientos electorales; asimismo, las características que definen a un elector escogido como blanco de la campaña pueden no concentrarse en determinada*

*audiencia de un medio, sino distribuirse entre varias de diferentes medios (Martínez, Salcedo, 2002, pp. 395)*

En segundo lugar, el auge de las redes sociales puede contribuir a distorsionar, o al menos, a desviar las prioridades de las campañas políticas. Como se pudo observar en el caso colombiano, a pesar del momento político tan crítico que vivía el país, el cubrimiento de los medios en muchos tramos de la campaña se enfocó más en la batalla en las redes sociales entre los candidatos que en los temas que debería haber marcado la pauta en la agenda política. Si bien esto es una realidad inculcable, el debate político de fondo sigue cediendo su paso a una mayor espectacularización y personalización de las campañas políticas. Se puede estar asistiendo a un escenario en donde se invierte la importancia y la prioridad de la racionalidad política de las campañas electorales privilegiando la lógica publicitaria sobre la lógica política.

En este orden de ideas fue recurrente encontrar propuestas publicitarias muy atractivas que llamaban la atención del electorado mientras que en los debates era casi imposible diferenciar a los candidatos en torno a posiciones y temas políticos tales como el libre comercio, el conflicto armado o el narcotráfico. La publicidad podría operar como una nueva variable que entraría a sumar dentro de la crisis de las ideologías y el debate político, ya que tendería a homogenizar el espectro político subordinando las campañas a la lógica neta de la imagen y la publicidad, minimizando el debate político e ideológico

Un tercer elemento que aporta a la reflexión es el hecho de que las redes sociales son de libre acceso y las campañas han llegado a perder el control sobre la producción publicitaria. Sería interesante entrar a analizar hasta qué punto el compromiso que algunos ciudadanos adquieren con un partido o con un candidato puede llevarlos a extralimitarse en el lenguaje o en la manera en como diseñan



su propia publicidad. En el caso colombiano el debate político llegó a plantearse, mas por iniciativa ciudadana que por parte de los mismos candidatos, en términos de buenos y malos, de corruptos y transparentes, de inteligentes e ignorantes, de progresistas y retardatarios. Esto se vio reflejado en la aparición de afiches, volantes, spots publicitarios aficionados, entre otros, que trascendieron las barreras del respeto por la opinión contraria y el debate civilizado; todo esto sin que los partidos pudieran controlar esta dinámica.

Finalmente, se quiere plantear para debates futuros el problema del determinismo tecnológico que puede estar quitándole cada vez más fuerza a la verdadera lógica política de las cam-

pañías electorales, lo que se ve reflejado en la producción publicitaria. Por otro lado, en Colombia es claro que todavía hay algunos partidos y campañas que siguen pensando la política como un ejercicio de pasiones y emociones, para lo cual la tecnología no es suficiente. Por eso el llamado es a que la comunicación electoral y el marketing político adopten distintos medios y escenarios que permitan una reconexión de los políticos con su electorado no sólo en periodos de campaña sino también en sus periodos de ejercicio de gobierno. El caso de la Ola Verde es un llamado a replantear el uso y a reconsiderar el alcance que pueden tener las redes sociales en una campaña electoral.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALVAREZ, Ana. *Principales efectos y ventajas del uso de las nuevas tecnologías en campañas electorales*. CIC. Cuadernos de Información y Comunicación, vol. 15, 2010, pp. 55-84. 2010

ANDUIZA, Eva. *Internet, campañas electorales y ciudadanos: el estado de la cuestión*. In: *Quederns del CAC*, v.33, pp 5-12, 2009

ANDUIZA, Eva; CANTIJOCH, Marta; GALLEGO Aina. *Political participation and the internet*. *Information, communication and society*, V.12, n 6, pp 860-878. 2010

BIMBER, Bruce; DAVIS, Richard). *Campaigning online: The internet US elections*. Oxford University Press. 2003

CALDEVILLA, David. *Las nuevas tecnologías cambian el panorama de la comunicación política*. In: *Perspectivas de la comunicación*, Temuco, v.1, nº1. 2010.

DEPARTAMENTO ADMINISTRATIVO NACIONAL DE ESTADÍSTICA *Encuesta sobre el uso de Tic`s en Colombia*.2010. Disponible en: [www.dane.gov.co](http://www.dane.gov.co)

GREEN, Leila. *The internet: introduction to new media*. New York: Berg Ed., 2010.

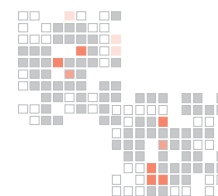
KARAKAYA, Rabia. *The Internet and Political Participation: Exploring the Explanatory Links* In: *European journal of communication*. V.20.Pp 435-459.2005

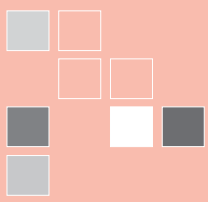
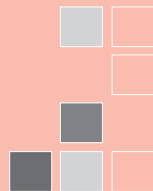
MARTINEZ, Mario; SALCEDO, Roberto. *Manual de campaña: teoría y práctica de la persuasión electoral*. Ciudad de México: Instituto Nacional de Estudios Políticos INEP. 2002

MOSSBERGER, Karen; TOLBERT, Caroline; MCNEAL Ramona. *Digital citizenship: The internet, society and participation*. Cambridge: MIT Press, 2010.

MARTINEZ-PANDIANI, Gustavo. *Marketing político: Campañas. Medios y estrategias electorales*. 4 ed. Buenos Aires: Ugerman editor, 2007.

TOLBERT, Caroline; MCNEAL, Ramona. *Unraveling the Effects of the Internet on Political Participation?*. *Political research quarterly*, v.56, nº2, pp 175-185, 2003





# TRES PERSPECTIVAS TEÓRICAS PARA EL ANÁLISIS DE LA COMUNICACIÓN EN LAS ORGANIZACIONES SOCIALES

*TRÊS PERSPECTIVAS TEÓRICAS PARA A ANÁLISE DA COMUNICAÇÃO NAS ORGANIZAÇÕES SOCIAIS*

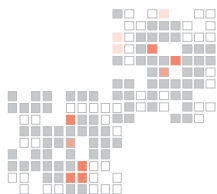
THREE THEORETICAL PERSPECTIVES FOR THE ANALYSIS OF THE COMMUNICATION IN SOCIAL ORGANIZATIONS

## Brenda di Paolo

■ D Licenciada em Comunicação Social pela Universidade Casa Grande, Equador. Doutora em Ciências Sociais pela Faculdade de Ciências Sociais e Políticas da Universidade Nacional de Cuyo. Fellow do Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas (CONICET) em Mendoza, Argentina. Atua principalmente na área de Meios de Comunicação de Massa.

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

268



## RESUMEN

Este trabajo de investigación se propone como objetivo realizar un análisis de la comunicación en las organizaciones de la sociedad civil de la provincia de Mendoza, Argentina. Para este propósito, el abordaje supone un recorrido inicial teórico-epistemológico que toma en cuenta tres perspectivas de análisis: liberal, radical y comunitaria. A partir de allí, la investigación plantea un trabajo de campo desde un enfoque cualitativo, el cual comprende tres casos de estudio en organizaciones del Gran Mendoza. El análisis intenta reflejar la heterogeneidad propia del sector y las distintas nociones de sociedad, que se expresan a través de las distintas intervenciones y comunicaciones institucionales.

**PALABRAS CLAVES:** COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL; DISCURSOS; ORGANIZACIONES DE LA SOCIEDAD CIVIL; PERSPECTIVAS TEÓRICAS

## RESUMO

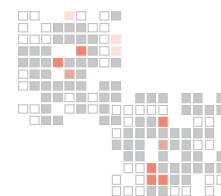
Esta pesquisa tem a finalidade de analisar a comunicação nas organizações da sociedade civil da província de Mendoza, Argentina. Para esta finalidade, a abordagem envolve primeiramente realizar certas discussões teóricas e epistemológicas, que levam em conta três perspectivas analíticas: liberal, radical e comunitária. A partir daí, a pesquisa apresenta um trabalho do campo, adotando-se uma perspectiva qualitativa, que inclui três estudos de caso em organizações localizadas no aglomerado Gran Mendoza. A análise tenta refletir a heterogeneidade do setor e as diferentes noções de sociedade, que é expressa através de várias intervenções e comunicações institucionais.

**PALAVRAS-CHAVE:** COMUNICAÇÃO INSTITUCIONAL; DISCURSOS; ORGANIZAÇÕES DA SOCIEDADE CIVIL; PERSPECTIVAS TEÓRICAS

## ABSTRACT

The main objective of this research involves the analysis of organizational communication in the third sector in the city of Mendoza, Argentina. For reaching this goal, the work proposes an initial approach based on three theoretical and epistemological perspectives: liberal, radical and communitarian. According to these considerations, the investigation includes a qualitative approach for an empirical research of three case studies. The analysis attempts to reflect the heterogeneity that characterizes the third sector organizations and the different notions of society expressed in their interventions and institutional communications.

**KEYWORDS:** DISCOURSES; ORGANIZATIONAL COMMUNICATION; THEORETICAL PERSPECTIVES; THIRD SECTOR



## 1. Introducción

El interés y la relevancia de este trabajo de investigación en torno de la temática de la comunicación en las organizaciones de la sociedad civil (OSC), no solo involucra el hecho de que estas organizaciones han ido ganando terreno en las últimas décadas en Argentina debido a los múltiples conflictos sociales que atravesó y sigue atravesando el país; sino que a partir de la sanción de la nueva Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual en Argentina, estas organizaciones participan de un tercio del espacio radioeléctrico, ámbito estratégico desde donde articular nuevos y diferenciales procesos comunicacionales.

El objetivo que pretende alcanzar este trabajo supone un análisis de la comunicación en las OSC en la provincia de Mendoza. El abordaje propone un recorrido inicial teórico-epistemológico que toma en cuenta los trabajos de Sergio de Piero (2005) e involucra un acercamiento al objeto de estudio desde tres perspectivas: liberal, radical y comunitaria. A partir de allí, el estudio propone un trabajo de campo que incluye el abordaje de tres casos de estudio en organizaciones del Gran Mendoza. La selección de dichos casos intentó reflejar la heterogeneidad propia del sector y los resultados esperados apuntan a detectar las distintas nociones de sociedad civil presentes en las intervenciones y comunicaciones institucionales de los casos de análisis.

## 2. Tres perspectivas teórico-epistemológicas para el análisis de las organizaciones de la sociedad civil

Tomamos como punto de partida para el análisis de las OSC, el enfoque de Sergio de Piero (2005) acerca de las tres perspectivas teórico-epistemológicas que estructuran el ámbito de estudio de las organizaciones de la sociedad civil. En este sentido, el desarrollo de este trabajo tendrá en cuenta las perspectivas: liberal, comunitaria y radical, las cuales para el autor, presentan un modelo abierto y cerrado en cada caso.

### 2.1 La perspectiva radical

En la perspectiva radical, la sociedad civil es considerada como espacio desde donde generar la transformación social radical. En este sentido se trata de acelerar las condiciones o generarlas para lograr el fin del capitalismo y dar paso hacia una nueva sociedad. El mayor motor teórico de esta perspectiva ha sido el marxismo en el cual prevalece la noción de sujeto histórico, expresado en un partido político de clase. Esta concepción logró imponerse con impacto notable en el siglo XX y dio empuje a innumerables movimientos políticos cuando la Revolución Rusa se convirtió en un referente para los países del Tercer Mundo (De Piero, 2005: 34-5).

Desde un modelo abierto de la perspectiva radical, la conformación de la sociedad civil se supone como la búsqueda de una nueva hegemonía o la construcción de una contrahegemonía dominante. Es Gramsci el mayor sostén teórico de esta visión. El eje que se plantea en esta dirección intenta superar un reduccionismo economicista de la teoría marxista dado que la conflictividad derivada del capitalismo, no se la reduce a la relación capital/trabajo, sino precisamente a la lucha establecida en términos de la hegemonía de un grupo social (De Piero, 2005, pp. 34-5).

La teoría política contemporánea de Ernesto Laclau se inscribe en esta perspectiva gramsciana entendida como ruptura con el marxismo tradicional que plantea el acceso a una totalidad sistemáticamente cerrada o la determinación, en última instancia, por la economía. Para Laclau (2005), el planteo hegemónico rompe decisivamente con la lógica social esencialista, dado que el único horizonte totalizador posible está dado por una parcialidad (la fuerza hegemónica) que asume la representación de una totalidad imposible pero necesaria, es decir de una sociedad suturada. En otros términos, “no existe ninguna plenitud social alcanzable, una sociedad totalmente reconciliada, o una sociedad sistémica sino a través de la hegemonía” (p. 149).

## Una visión abierta de la perspectiva liberal se corresponde desde la teoría política norteamericana, con el pluralismo.

Para Laclau dado que ya no hay más centros que aglutinen al poder, a la ley y al saber, es por lo que resulta posible y necesario unificar ciertos espacios políticos a través de la lógica de las articulaciones hegemónicas. Pero estas articulaciones serán siempre parciales y sometidas a contestación, puesto que ya no hay garantías supremas que su ubiquen en una posición extrasocial, en el sentido de puntos nodales a partir de los cuales la sociedad pueda ser perfectamente dominada y cognoscible (Laclau, 2011, pp. 234-5).

### 2.2 La perspectiva liberal

El pensamiento liberal sostiene que la sociedad civil es considerada como el espacio privado y el ámbito de la libertad, en contraposición al Estado y a lo público. Es un espacio donde los individuos, sin la tutela del Estado, pueden llevar adelante sus intereses y deseos, organizarse, participar, etc. (De Piero, 2005, p.31).

Desde la corriente liberal se pone en cuestión la intervención del Estado para luchar contra las desigualdades, así como también, el establecimiento del Estado de bienestar y toda planificación económica que desde él se pretenda instalar. De esta manera, la noción de sociedad civil se funde con la sociedad de mercado y por ello fortalecer la primera significa trabajar por el mejoramiento de la segunda, mediante el desmantelamiento del tutelaje estatal, para “liberar” a los individuos ya que la libertad del ciudadano se funda en la libertad de mercado (Lechner, 1997).

Una visión abierta de la perspectiva liberal se corresponde desde la teoría política norteamericana, con el pluralismo. En este caso la pluralidad y el estricto cumplimiento de los procedimientos legales vigentes serían los dos requisitos básicos

para su plena vigencia. De lo que se trata, en esta perspectiva, es de la normalización de una sociedad económica en forma de Estado de derecho (Habermas, 1998).

Resulta relevante mencionar al neoinstitucionalismo como parte de esta corriente, dado que se inscribió como un paradigma viable a la participación política cuyo auge se dio en la década del noventa en Argentina. Este paradigma tiene como base la autonomía y el control y desde aquí se exige la existencia de mecanismos de control vertical y social sobre las instituciones de gobierno y las personas que ejercen cargos públicos, los cuales, por una parte refuerzan a las instituciones de control estatal y por otra, brindan otros mecanismos de participación social complementando el voto (De Piero, 82-90).

Entendemos que el neoinstitucionalismo no se corresponde necesariamente con una postulados liberal que realizan una diferenciación estricta entre Estado y sociedad civil, entre público y privado; sin embargo se genera una contraposición, una relación conflictiva central entre sociedad civil y sociedad política, presentando a cada dimensión con intereses y perspectivas diferenciadas. Por otro lado, el modelo de desarrollo que se plantea desde esta corriente, no involucra un conjunto de dimensiones: económica, social y política, sino que éste se enfoca en demandas puntuales, en presiones sobre los poderes estatales acotadas a determinados temas, como la lucha contra la corrupción. El conflicto político no se considera, en este caso, una cuestión histórica estructural, que incluye necesariamente el modelo económico sino que se agota en una cuestión de control y de incidencia desde la sociedad civil organizada sobre el desenvolvimiento de las políti-



cas públicas y de quienes las llevan adelante.

Entendemos que la visión liberal fue el soporte para llevar adelante las políticas y reformas económicas de la década del 1990 y la cuestión de la autonomía institucional fue el estandarte del gobierno de la Alianza, cuyo desbarranco en la crisis del 2001 no pareció brindar respuestas.

### 2.3 Perspectiva comunitaria

Se entiende bajo esta perspectiva a un concepto de sociedad civil como “comunidad”. Es el espacio de solidaridad e intercambio entre personas que se sienten vinculadas por lazos comunes. Los comunitaristas para De Piero (2005) defienden la concepción de una sociedad civil donde las personas poseen una pertenencia definida, cercana, y no anónima, que favorece la formación de grupos y asociaciones de mutua colaboración. Se pertenece no como individuo anónimo, sino por adhesión a determinados valores o creencias compartidas (p.33).

Desde un modelo cerrado de tipo tradicionalista o corporativo, la generación de responsabilidades entre los miembros implica que se crea distancia con quienes no pertenecen a la comunidad. La libre expresión aquí es sacrificada a cambio de la seguridad de sus miembros. Este modelo se entiende como respuesta ante el avance desintegrador y excluyente del neoliberalismo, donde surge en el imaginario colectivo cierto deseo, cierta utopía de una comunidad homogénea, protectora e incluyente, que asegure la vida de sus miembros. La corriente cerrada del comunitarismo puede ser analizada a través de los trabajos de Manuel Castells (2001) que dan cuenta de la emergencia de movimientos reactivos ante el auge de tecnologías de la información, la reestructuración del capitalismo y la globalización, que se constituyen como trincheras de resistencia en nombre de Dios, la nación, la etnia, la familia, la localidad, etc.

El modelo abierto, en cambio, tiene su punto teórico de desarrollo en el pensamiento de Habermas (1998) en tanto que el núcleo institucional

lo constituye una base asociativa voluntaria que ancla las estructuras comunicativas del espacio de opinión en el componente del mundo de vida. En este sentido, se intenta mantener lazos de pertenencia entre los miembros de la comunidad a partir del fortalecimiento de las instancias dialógicas, ya no basadas en la división entre un interior y un exterior que proteja a los miembros en una homogeneidad y excluya a los elementos distintos, sino en la integración social.

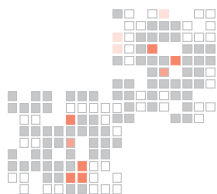
La sociedad civil se presenta en el modelo abierto de la perspectiva comunitarista como un espacio autónomo que, a su vez expresa una multiplicidad de actores sociales, capaces de generar y de actuar políticamente, ya que la sociedad no se sostiene de manera exclusiva en la relación de mando y obediencia; pero tampoco, en la racionalidad instrumental que propone el mercado. En esta corriente, la solidaridad no es cerrada o corporativa ya que se encuentra en todo momento conducida por el diálogo, pero tampoco es meramente pluralista “pues no se basa exclusivamente en relaciones entre individuos aislados sino mutuamente vinculados, donde las subjetividades adquieren un espacio relevante” (De Piero, 2005, p. 34).

## 3. Las organizaciones de la sociedad civil en el Gran Mendoza: tres estudios de caso

### 3.1 El diseño metodológico

El estudio de Caso utilizó un enfoque cualitativo cuya herramienta de recolección de datos fue la entrevista en profundidad y el análisis del discurso institucional. La entrevista en profundidad fue aplicada a los directores y/o responsables del área de comunicación de las organizaciones seleccionadas y a los responsables de la coordinación del Programa de Fortalecimiento Institucional de la Dirección de Desarrollo Socioproductivo, del Ministerio de Desarrollo Humano, Familia y Comunidad de la Provincia de Mendoza.

La herramienta del análisis del discurso instituci-





## La herramienta del análisis del discurso institucional, supuso la búsqueda de materiales comunicacionales.

onal, supuso la búsqueda de materiales comunicacionales como: sitio web, folletería, presentaciones multimedia, etc. que transmitieran la autopresentación de la institución: historia institucional, misión, visión, objetivos, proyectos, etc. los cuales resultaron canales visibles del discurso de la organización.

La selección de los casos de estudio involucró un criterio teórico que pretendió reflejar las contradicciones y heterogeneidad del sector a través del encuentro significativo entre distintas variables: (a) trayectoria/alcance social, (b) grupo socioeconómico de inserción y (c) periodo histórico de surgimiento. Este entrecruzamiento de variables determinó la siguiente clasificación:

1- OSC orientadas al apoyo de otras organizaciones de base, de sectores populares, medios y bajos: Asociaciones por los derechos humanos, centros culturales y comunitarios, redes latinoamericanas. Periodo histórico de surgimiento que se ancla en los movimientos ecuménicos que datan de los años 60.

2- OSC orientadas al fomento de la ciudadanía y participación social, y al desarrollo de mecanismos de control estatal. De inclinación al trabajo con sectores sociales medios. Periodo histórico que refleja y aborda la conflictividad propia de la década neoliberal de los años 90 (violencia, exclusión).

3-OSC orientadas a la responsabilidad social empresaria, principalmente destinadas a los sectores sociales medios y altos. De mayor interrelación con el sector empresarial. Periodo histórico de surgimiento que involucra la etapa posterior a la crisis del 2001.

De acuerdo con este muestreo teórico o por criterios, se seleccionaron las siguientes organizaciones para el estudio de caso: grupo 1: Asociación Ecuménica de Cuyo (F. Ecuménica) grupo 2:

Fundación FAVIM (Favim) y grupo 3: Asociación Civil Valos (Valos).

### **4. Análisis de resultados: La construcción del “actor social”, “el ciudadano” y los “públicos de interés”**

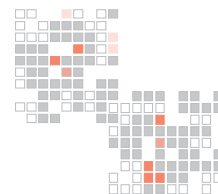
Los resultados presentados a continuación incluyen el análisis de los datos recolectados a través de las entrevistas en profundidad y del discurso institucional presente en los diversos soportes comunicacionales a través de la reseña histórica, los proyectos, los objetivos, la misión, la visión, las áreas de trabajo, etc.

#### **4.1 La perspectiva radical: La Fundación Ecuménica de Cuyo (FEC)**

Desde la perspectiva histórica, la institución ancla su identidad en los movimientos ecuménicos de Mendoza, los cuales desarrollaron una perspectiva de contra-cultura y contra-política durante las dictaduras argentinas de 1963 a 1983.

Rolando Concatti (2009) sostiene que el movimiento ecuménico es parte de un proceso que se dio en los años 60 inaugurando en el mundo un momento excepcional de diálogo e intercambios en todos los terrenos en particular en lo ideológico y político. En este sentido, el ecumenismo, podría ser denominado como una ideología que impone como temática dominante al compromiso social como camino de transformación de las sociedades injustas y represoras.

De acuerdo con este contexto, el surgimiento de la FEC nace de las grandes corrientes político-sociales que conformaron el armazón ético y cultural de los movimientos sociales latinoamericanos, ligados con las comunidades eclesiales de base vinculadas a la teología de la liberación. El com-



ponente ecuménico de estas experiencias tiene que ver con la confluencia de personas y militantes de diferentes comunidades cristianas que se reúnen para trabajar en colaboración de grupos agredidos, perseguidos o marginados (Concatti, 2009).

En este sentido, la Fundación Ecuménica de Cuyo refleja este momento histórico e ideológico, dado que desde su nacimiento en 1971 se inscribe como Instituto para la Liberación y Promoción Humana (ILPH). Asimismo, según narra su reseña histórica, nuclea y convoca fundamentalmente a cristianos comprometidos con el cambio social (tanto católicos como protestantes), militantes sociales y políticos, que se proponen servir a las comunidades de base con las que vienen trabajando. En el año 1975 comienza a denominarse Fundación Ecuménica de Cuyo (FEC) y se constituye legalmente como Asociación Civil en el año 1988. Entre los años 1976 y 1982, etapa signada por la represión militar, los miembros de la FEC sufren distintas represalias: persecución, desaparición, cárcel, exilio. A pesar de los riesgos se asume como tarea el trabajo en barrios carenciados, el estudio y la reflexión política y, fundamentalmente, un fuerte compromiso con la defensa de los derechos humanos y la protección y apoyo directo a familiares y víctimas de la represión, como así también a exiliados chilenos.

A través del análisis del discurso organizacional se subtiende que la misma se corresponde con una visión radical abierta de la sociedad civil. Esto se evidencia en la trayectoria de militancia y con una concepción movimientista de generar fuerza social para los cambios. Asimismo los proyectos que se llevan adelante desde la organización involucran al trabajo con las organizaciones de base: jóvenes de sectores populares, educación popular, defensa de los derechos de la mujer, emprendimientos de economía social, defensa de los derechos humanos, etc.

Desde el punto de vista de la comunicación, la misma se define como herramienta de presión,

en la cual está presente la noción de “actor social”. Esta idea deriva del relato de los directivos de la organización:

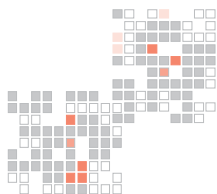
*Más que hablar de un modelo de comunicación, a mi me parece que hay que hablar de estrategias comunicacionales y que las estrategias tienen que ver con lo que vos te propongas en cada momento. La visibilidad te da una fuerza innegable, en algunos momentos para llegar a los actores a los cuales que se intenta presionar (F. Ecuménica).*

En este caso entendemos que la idea de “actor social”, bajo esta perspectiva supone la presencia de un sujeto colectivo, generador de estrategias de acción (acciones sociales, comunicacionales), que contribuyen a la gestión y transformación de la sociedad. En este sentido el concepto de actor social es concomitante con la idea gramsciana de sujeto político en tanto que nunca está totalmente determinado, ni controlado, y por lo tanto, disponen de un margen de libertad para la movilización y la transformación social.

## **5. La Fundación Favim: del comunitarismo al neoinstitucionalismo**

El periodo histórico de surgimiento de la Fundación Favim data de 1997. Las siglas que representan a la organización indican: “Familiares Víctimas Indefensas de Mendoza”. Su origen está ligado al asesoramiento psico-socio-jurídico de víctimas de la violencia y su propósito es facilitar el acceso a la justicia de familiares de víctimas de delitos violentos, acompañando a las mismas a través de un conjunto de profesionales: psicólogos, trabajadores sociales y abogados.

La problemática de la violencia, eje que nuclea el propósito y la misión inicial de la Fundación se inscribe como síntoma del avance desintegrador del neoliberalismo de la década de 1990 y de los efectos de un modelo de desarrollo basado en la



## Entendemos aquí que el sujeto de la comunicación es el ciudadano-individuo, el cual recupera la dimensión liberal de la democracia.

exclusión social y en la marginación económica.

Desde una mirada teórica-epistemológica del origen de organización, ésta se vincula con la perspectiva del comunitarismo, la cual como ya analizamos previamente, se basa en una idea de comunidad protectora e incluyente que asegure la vida de sus miembros.

Sin embargo, a partir de 1998, la Fundación Favim, redefine su misión, a partir de la detección de que las dificultades para el acceso a la Justicia estaban ligadas a la cultura cívica y democrática de la sociedad y, a la falta de empoderamiento de los ciudadanos. Así, la fundación comienza a trabajar en temas relacionados con la educación en derechos y deberes ciudadanos y la preparación de éstos para la participación. Los programas que emprende la organización a partir del año 2000 involucran temáticas ligadas al control ciudadano, a la transparencia de la gestión de gobierno, al seguimiento del presupuesto provincial y de las promesas electorales, entre otros temas ligados al control ciudadano.

El cambio de mirada de la sociedad civil por parte de la organización involucra una redefinición de su misión hacia el ámbito del neoinstitucionalismo. Bajo esta perspectiva se plantea una noción de sociedad civil escindida de la sociedad política. La figura del “ciudadano” emerge dentro de esta corriente como soporte de los distintos modos de intervención, en este caso de las distintas acciones comunicacionales.

*La comunicación tiene que ver, sobre todo con facilitar información que contribuya a la formación del ciudadano o facilitar su tarea. Se busca que sea constante la relación con los med-*

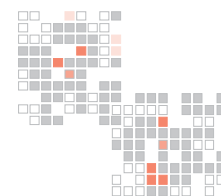
*ios de ida y vuelta, es decir, que mantenemos informados a los medios (con una respuesta bastante positiva) y de consulta, por parte, de los medios sobre los temas que tratamos (Favim).*

Entendemos aquí que el sujeto de la comunicación es el ciudadano-individuo, el cual recupera la dimensión liberal de la democracia. En este sentido, la “ciudadanía”, no es un proceso, una construcción histórica colectiva, una interrelación de diversos conflictos, sino un conjunto de herramientas de las personas para defender sus intereses, su “calidad de vida” frente a las políticas estatales, o a las incumbencias de la sociedad política.

### **6. Asociación Civil Valos: la fusión de la sociedad civil con la sociedad de mercado**

Valos es una organización que se dedica a la responsabilidad social empresarial desde su surgimiento en el año 2003. Los orígenes de la institución involucran la preocupación y el interés de un grupo de empresarios mendocinos por intentar revertir los profundos desequilibrios iniciados a partir de la crisis que vivió la Argentina en diciembre de 2001. En sus comienzos, el objetivo consistió en realizar acciones ligadas a paliar la problemática de la desnutrición infantil que condujo a un grupo de empresarios locales y nacionales a la creación de los denominados “Bancos de alimentos”.

Esta experiencia significó el puntapié inicial para replantear el rol de las empresas en la sociedad, y así se gestó el proyecto Valos, el cual comenzó a desarrollar temáticas ligadas a la responsabilidad social empresarial, la protección del medio ambiente, el trabajo infantil, las condiciones laborales, y los derechos de los consumidores, etc.



El eje central de la organización, visible a través de su misión es la búsqueda orientada en valores, como la responsabilidad, la ética, la justicia, la confianza, la equidad y la transparencia. Desde Valos, se plantea un cambio en la visión de la empresa, donde ésta se presenta de manera integrada con la sociedad y atenta a las necesidades del entorno.

La visión que se intenta fomentar desde la institución colinda con procesos más globales que tienen que ver con los cambios en el modelo productivo y organizativo del trabajo, donde el concepto tradicional de empresa se ha ido transformando para dar lugar a una nueva noción de organización que interactúa en el medio social en el que se desenvuelve, y ya no solo está preocupada por la rentabilidad sino por los valores. En este caso el rol que adquiere la comunicación, el conocimiento y la información es relevante en comparación con la empresa tradicional dado que de lo que se trata aquí es de adaptarse rápidamente a los cambios.

Desde la perspectiva teórica-epistemológica abordada previamente entendemos que esta organización se ubica en una corriente liberal en tanto que la noción de sociedad civil se funde con la sociedad de mercado. Sin embargo, también presenta características de la perspectiva del comunitarismo en tanto, que se pretende construir una comunidad empresaria que pueda hacer frente a un contexto de crisis general y desarrollar mecanismos para adaptarse a los cambios en los modos de organización del trabajo.

En cuanto a la perspectiva comunicacional se entiende a esta última como un medio desde el cual difundir la RSE y movilizar a las empresas de la región a través de redes de periodistas. La noción del sujeto de la comunicación involucra a los “públicos de interés”.

*A lo largo de los seis años, Valos ha avanzado mucho en comunicación. Valos, tiene proyectos*

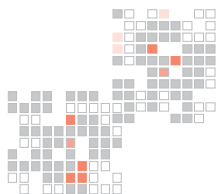
*y formas de comunicarse con todos sus públicos de interés (...) tiene una red de periodistas, que incluye periodistas y medios, medios locales, periodistas especializados en RSE. Con todo el camino que aún falta por recorrer, ahora el trabajo de comunicación es mucho más simple que lo que resultó en sus comienzos, ahora, hay desde cursos online de comunicación 2.0 y RSE 2.0 hasta manuales para aplicar la comunicación en RSE (Valos).*

Entendemos que la perspectiva que sostiene la idea de “públicos de interés” también es concomitante con la noción de sociedad del espectáculo. En este sentido, la comunicación tiene la función de alcanzar los distintos públicos desde una visión del sujeto espectador- consumidor. Por lo cual, la idea de adaptación de los mensajes a los distintos medios y públicos implica un proceso de producción-consumo que es propia de la sociedad de mercado.

## 7. Reflexiones finales

Los tres casos de estudio analizados reflejan la heterogeneidad del campo de las organizaciones de la sociedad civil y la multiplicidad de miradas para el abordaje de las mismas. Se decidió partir en este trabajo de investigación, desde una perspectiva teórica-epistemológica que tuviera en cuenta los distintos períodos históricos que representaron profundas crisis políticas y económicas por las cuales atravesó el país. En ningún caso este abordaje implica que las organizaciones analizadas son el reflejo transparente y puro de las formas de teóricas sino más bien, de lo que se trata es que éstas últimas signifiquen herramientas para la intervención y la comprensión de los diversas problemáticas sociales.

Entendemos a partir de este estudio que un análisis de la comunicación institucional no puede desvincularse de una mirada sociológica y política más amplia, dado que las OSC reflejan distintos



demandas y cambios en el rol del Estado en cada periodo histórico y político. Por otra parte, sostenemos que el análisis comunicacional permitió reflejar el concepto de sociedad civil subyacente en las organizaciones y la noción de “sujeto” implícita en sus prácticas, modos de intervención y proyectos.

Por lo tanto, creemos que un análisis de comunicacional de las OSC puede permitir profundizar en la detección de la coherencia del discurso institucional y de sus efectos e impacto tanto en el desarrollo de la institución como en el de las comunidades y entorno directo e indirecto de actuación.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

CASTELLS, Manuel. *La era de la información*. Vol. II: El poder de la identidad. México, D.F.: Siglo XXI Editores, 2001.

CONCATTI, Rolando. *Testimonio Cristiano y resistencia en las dictaduras argentinas*. El movimiento ecuménico en Mendoza 1963-1983. 1 ed. Buenos Aires: Centro Nueva Tierra, 2009.

DE PIERO, Sergio. *Organizaciones de la Sociedad Civil*. Tensiones de una agenda en construcción. 1ª ed. Buenos Aires: Paidós, 2005.

HABERMAS, Jürgen. *Facticidad y validez*. Sobre el derecho y el Estado democrático en términos de teoría del discurso. Madrid: Trotta, 1998.

LACLAU, Ernesto. *La Razón Populista*. Buenos Aires: Fondo de la Cultura Económica, 2005.

LACLAU, Ernesto; MOUFFE, Chantal. *Hegemonía y estrategia socialis-*

*ta*. Hacia una radicalización de la democracia. 3ª ed. 1ª reimp. Buenos Aires: Fondo de la Cultura Económica, 2011.

LECHNER, Norbert “La reforma del Estado entre modernización y democratización”.

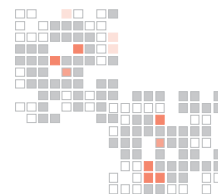
En *Un Estado para la democracia*, compilado por Massimo Salvadori. México: Instituto de Estudios para la Transición Democrática “Friedrich Ebert Stiftung”/Grupo Editorial Miguel Ángel Porrúa, 1997.

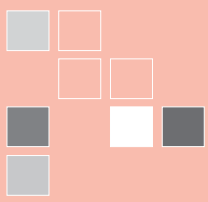
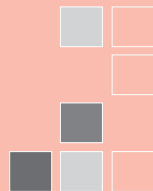
### Sitios web visitados

<http://www.ecumenica.org.ar>

<http://www.accionesciudadanas.org.ar>

<http://www.valos.org.ar>





# CORRESPONSALES INTERNACIONALES: PROBLEMATIZACIÓN EN TORNO A LA ERA DIGITAL Y EL PERIODISMO

CORRESPONDENTES INTERNACIONAIS: PROBLEMATIZAÇÃO EM TORNO DA  
ERA DIGITAL E O JORNALISMO

*INTERNATIONAL CORRESPONDENTS: DISCUSS ABOUT THE DIGITAL ERA AND  
THE JOURNALISM*

## Dione Oliveira Moura

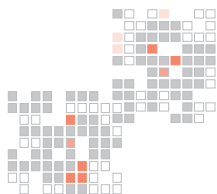
■ Preside a Associação Brasileira de Pesquisadores em Jornalismo (SBPJor). Possui graduação em Jornalismo pela Universidade Federal de Goiás (1986), mestrado em Comunicação pela Universidade de Brasília (1990) e doutorado em Ciências da Informação pela Universidade de Brasília (2001). Atualmente é professora adjunta da Universidade de Brasília. Tem experiência na área de Comunicação, com ênfase em jornalismo científico e ambiental.

■ E-mail: [moura@unb.br](mailto:moura@unb.br)

## Luciane Fassarella Agnez

■ Doutoranda em Comunicação pela Universidade de Brasília. Mestre pelo Programa de Pós-graduação em Estudos da Mídia, da Universidade Federal do Rio Grande do Norte, com graduação em Comunicação Social - habilitação em Jornalismo, pela Universidade Federal do Espírito Santo (2003), e especialização em Gestão Estratégica em Comunicação Organizacional e Relações Públicas, pela Universidade de São Paulo (2006).

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



## RESUMEN

La propuesta de este artículo<sup>3</sup> es problematizar el rol de los corresponsales internacionales en la contemporaneidad, articulando la cuestión de las rutinas del periodismo profesional frente a los nuevos desafíos provocados por el aumento del paradigma digital, que, potencialmente, no solo representa cambios del punto de vista tecnológico sino también de los aspectos sociales, económicos y culturales que pueden repercutir en la práctica profesional. El informe presenta pruebas sobre el uso de la entrevista semi-estructurada con dos corresponsales internacionales.

**PALABRAS CLAVES:** CORRESPONSAL INTERNACIONAL; RUTINAS DE PRODUCCIÓN; CONVERGENCIA; PARADIGMA DIGITAL.

## RESUMO

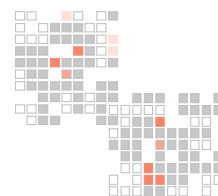
A proposta desse artigo é problematizar a atuação dos correspondentes internacionais na contemporaneidade, articulando a questão das rotinas do jornalismo profissional frente aos novos desafios trazidos pela ascensão do paradigma digital, que, potencialmente, não representa apenas mudanças do ponto de vista tecnológico, mas essencialmente nos aspectos sociais, econômicos e culturais que podem refletir na prática profissional. O relato apresenta a testagem do emprego da entrevista semi-estruturada junto a dois correspondentes internacionais.

**PALAVRAS-CHAVE:** CORRESPONDENTE INTERNACIONAL; ROTINA PRODUTIVA; CONVERGÊNCIA; PARADIGMA DIGITAL.

## ABSTRACT

The purpose of this paper is to discuss the role of foreign correspondents in contemporary, linking the issue of the routines of professional journalism in the face of new challenges brought about by the rise of digital paradigm, which potentially represents not only changes the technological point of view, but mainly in social, economic and cultural factors that may reflect on professional practice. The report describes the testing of the use of semi-structured interview with two correspondents.

**KEYWORDS:** INTERNATIONAL CORRESPONDENT; PRODUCTION ROUTINES; CONVERGENCE; PARADIGM DIGITAL



---

3 La versión inicial de este artículo fue presentada en un acto académico de la Associação Brasileira de Pesquisadores em Jornalismo (SBPJor), en el año 2011 (Moura & Agnez, 2011).

## 1. Sociedad contemporánea, escenario convergente

Para llegar a reflexionar sobre el escenario actual del corresponsal internacional frente al paradigma digital, será necesario rever, brevemente, algunas etapas históricas. Desde que la información asumió la posición de un nuevo producto comercializable (la noticia) y la actividad periodística se tornó un emprendimiento empresarial y fue profesionalizada, las empresas de comunicación buscaron, constantemente, el uso de nuevas técnicas capaces de reducir costos de producción procurando, al mismo tiempo, agilización. Tales cambios son prácticamente una exigencia de los nuevos modelos de producción que tienen como objetivo aumentar la rentabilidad y la competitividad de los grupos de comunicación. Asimismo, intentaremos, en el transcurso del presente artículo, pero sobre todo, en la conducción de las etapas posteriores de la investigación, observar la acción del periodista corresponsal (Los Monteros, 1998; Rossi, 1999; Britto, 2004) en un escenario de convergencia que va más allá de la convergencia tecnológica, como fue propuesto por Deuze (2008) al abordar el papel del periodista en el escenario de convergencia cultural (Salaverría, 2008).

A partir de la década del 80, la informatización se tornó un proceso creciente en las actividades industriales y en la oferta de servicios. Con el periodista no fue diferente. Las redacciones incorporaron la informatización, desencadenando nuevos procesos de edición de texto e imagen, diagramación e impresión. Todo se volvió digitalizable: textos, imágenes, audios y videos insertados en el paradigma digital (Breton; Proulx, 2006, p.99).

La informatización incidió primeramente en los procesos de producción de la noticia, y a partir del internet comercial, en la década del 90, se extendió para los canales de distribución y consumo. La actividad periodística (Neveu, 2006) se vio directamente afectada por las nuevas técnicas y por la informatización, con la descentralización de la

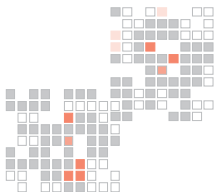
web y el hecho de que cada individuo se tornaba un potencial productor de contenido, lo que amplió las posibilidades de acceso a fuentes de información. De este modo, al mismo tiempo que las evoluciones tecnológicas dejaron el periodismo aún más próximo a los acontecimientos, permitieron una mayor interactividad y diagramaciones e imágenes más atractivas; factores que impusieron nuevos desafíos a la práctica periodística.

En la relación entre periodismo y tecnologías, las nuevas tecnologías virtualizan el trabajo e interfieren en los contenidos (Marcondes Filho, 2009). Del punto de vista de la redacción, antes habituada con la materialidad del soporte papel, pasa a encarar lo volátil de las redes, que, según el autor, sobrecarga al profesional de prensa y lo reduce cada vez más a “sí mismo”, asumiendo todo el proceso de producción de la noticia. Consideramos que existe un “pero” a tener en cuenta en esta capacidad del periodista de asumir totalmente el proceso. Con esta objeción nos referimos a las condiciones de producción y al crecimiento de una práctica de depuración instantánea y multifuncional, la cual puede sustituir un periodismo con reportajes profundos provenientes de pautas bien elaboradas.

Sin embargo, las novedades tecnológicas no operan de forma aislada. Las transformaciones socioeconómicas a finales del siglo XX y el nacimiento del paradigma sociotécnico de la sociedad en red repercutieron en la estructura de las empresas y profesiones, de un modo general, a partir del surgimiento de las tecnologías de la información y de la comunicación (TICs<sup>1</sup>) y de la reestructuración del capitalismo. El surgimiento de sectores de producción completamente nuevos, diversas formas de suministro de servicios financieros, mercados emergentes y, sobre todo, altos grados de

1 TIC - Tecnologías de la información y de la Comunicación:

“Conjunto de tecnologías relacionadas a la creación, transmisión, recopilación y procesamiento de datos, las cuales se originan en las actividades informáticas y de las telecomunicaciones” (Brasil, 2009). En este artículo, estamos utilizando las siglas TICs como plural de TIC.





## En Brasil, en el contexto de las últimas dos décadas del Siglo XX y de la primera década del Siglo XXI, hemos visto un incremento en el número de corresponsales brasileños en el exterior.

innovación comercial, tecnológica y organizacional compusieron un nuevo escenario, que también se vio marcado por el movimiento de compresión espacio-temporal (Harvey, 1992), con reflejos directos sobre la actividad periodística.

Se dio también un aumento de la importancia de profesiones con gran contenido de información y conocimiento en sus actividades, tal como el periodismo, las cuales sufren los impactos directos de ese nuevo ambiente informacional (Castells, 2008). Las empresas de medios se organizaron (fusiones, concentraciones de propiedad y capital) a partir de esa nueva coyuntura.

En lo que respecta propiamente a rutinas de producción en el periodismo, entre muchas otras innovaciones, se observa el surgimiento del “periodismo digital”, la integración de los medios sociales (Cherubini, 2011; BBC, 2009), la exigencia creciente de la instantaneidad del “tiempo real”, la convergencia de los medios tradicionales para la red mundial de computadoras, más allá de los aspectos de conectividad y convergencia (Volkmer; Heinrich, 2009). Coincidimos con Moretzsohn (2002) cuando la autora afirma que la cuestión de la velocidad es una característica del sistema capitalista. La instantaneidad se fortalece como principal valor-noticia, llevando al extremo la “carrera contra el tiempo”.

Por otro lado, ha aumentado la participación del público, con sus cámaras digitales, celulares o *blogs*, que monitorean, critican y hasta se anticipan al trabajo de la prensa al registrar “primicias” o enfoques con nuevos elementos. Hay diversos órganos de la prensa, incluso, que hacen de esa “participación del ciudadano” una estrategia de marketing, en el sentido de agregar valor a aquel órgano de comunicación.

### 2. El periodista corresponsal

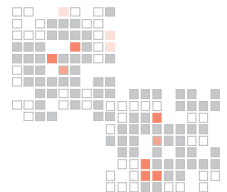
El corresponsal internacional es el periodista que se establece en diversas partes del mundo y mantiene abastecida a la red de informaciones formada por las agencias de noticias. Los medios de comunicación de mayor porte, especialmente de prensa y TV, cuando requieren una cobertura internacional de alta calidad, independiente y auténtica, también invierten en esa actividad periodística con profesionales propios, no dependiendo exclusivamente de los contenidos provistos por las agencias.

En Brasil, en el contexto de las últimas dos décadas del Siglo XX y de la primera década del Siglo XXI, hemos visto un incremento en el número de corresponsales brasileños en el exterior, que podemos asociarlos a algunos factores: procesos de redemocratización que han ocurrido en América y en otras regiones; la despolarización del mundo entre el bloque comunista y el bloque capitalista (aunque otros bloques sean anunciados), la reorganización en grupos económicos regionales y, finalmente, el crecimiento del rol de Brasil en la economía y política internacional (Léase la inclusión de Brasil en los BRICs<sup>2</sup>). Más recientemente, pasamos a tener periodistas brasileños establecidos en regiones consideradas, antes, como periféricas, tal es el caso de China, África del Sur, Venezuela y Oriente Medio.

Este profesional ha enfrentado los desafíos de adaptarse a un nuevo escenario tecnológico, comercial (modelo de negocios) e incluso editorial,

---

2 BRIC - Término corriente para designar, por sus iniciales, el grupo de países emergentes Brasil, Rusia, India y China. O’Neil (2001) señaló el potencial crecimiento del BRIC ante el Grupo de los 7 (G7), creado en 1975 reuniendo las 7 naciones más ricas del mundo de la época. Posteriormente, con la inclusión de Rusia, el G7 se transformó en el Grupo de los 8 (G8).



## En nuestro estudio, queremos investigar empíricamente si en efecto, ha ocurrido esta amenaza y de qué forma.

con alteraciones en los enfoques de las regiones en la coyuntura internacional. La actuación de este profesional ha sido afectada por las innovaciones tecnológicas (Silva, 2011) y por toda una dinámica de convergencias. El desarrollo de las tecnologías acompañó toda la historia de los corresponsales internacionales, desde las cartas que atravesaban los continentes en barcos hasta los canales de noticias 24 horas y el internet, que permiten hoy al profesional, saber lo que está sucediendo en todas partes.

Al mismo tiempo, la ocupación profesional del corresponsal internacional, glorificada en los siglos XIX y XX, pasa por una profunda crisis de identidad. La cuestión de las transformaciones en el modelo de negocio aparece como un problema estructural básico, imponiendo una reducción de costos, por un lado, multiplicando la oferta de servicios y, por consiguiente, el trabajo de los periodistas.

De todas formas, se exige de los profesionales una mayor habilidad con las tecnologías, una producción aun más ágil, con mayor volumen y, ahora, apuntando diferentes canales, como los tradicionales texto, imagen, audio y video, y los más actuales como servicios de SMS (celular) o medios alternativos.

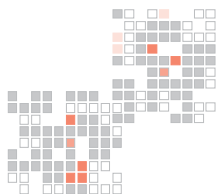
Con la agilidad de la web, informaciones de casi todas partes del mundo circulan rápidamente por el globo, léase áreas que tengan acceso a web y no tengan censura estatal. Más aún, cualquier ciudadano, provisto de un celular o una computadora, se torna un potencial productor de información, desde cualquier lugar en cualquier momento. El corresponsal, que ejercía fundamentalmente el papel de seleccionar y distribuir informaciones de regiones variadas, fomentando esa red de comunicación, ahora es solo un elemento más en ese am-

plio escenario, que impone a la actividad diversos desafíos, pero posiblemente también diferentes oportunidades, apuntan varios autores que discuten la relación entre periodismo/corresponsal internacional y el escenario del paradigma digital. Sin embargo, los resultados preliminares del sondeo aquí presentado, por medio de entrevistas con dos corresponsales internacionales, apuntan hacia la permanencia del papel del corresponsal internacional en su rol de reportar los acontecimientos.

El periodista Timothy Ash (2010) defiende que el corresponsal internacional es una especie amenazada. Él señala tres características esenciales de la función del corresponsal que deberían ser preservadas: testimoniar (ver y acompañar, de forma independiente, eventos, personas y circunstancias), descifrar (contextualizar y explicar los hechos) e interpretar (lo que el hecho representa, en un cuadro comparativo e histórico más amplio). Sobre testimoniar, Ash destaca que hay una importante variedad en la forma de llevarlo a cabo en la actualidad, debido al desarrollo tecnológico (cámaras digitales, celular, *laptops*, internet móvil, etc), entre los cuales se destacan los testimonios oculares y aficionados (no periodistas), que relatan lo que presenciaron por medio de *blogs* y redes sociales. Pero aquello no reemplaza lo que es ejercido por el corresponsal, afirma el autor.

En nuestro estudio, queremos investigar empíricamente si en efecto, ha ocurrido esta amenaza y de qué forma. Estamos de acuerdo con Silva (2011) cuando el autor cuestiona a los que se apresuran en proclamar como un hecho la extinción del corresponsal internacional.

En la presente investigación, estamos proponiendo repensar el papel de mediación del corres-



ponsal internacional antes de descartarlo del elenco de mediadores de las pautas internacionales.

## 2.1 Entrevistas con corresponsales: pre-test y primeros resultados

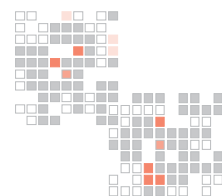
Para el desarrollo de esta investigación, utilizamos la técnica de entrevistas en profundidad, realizadas con periodistas corresponsales: tanto brasileros que actúan en el exterior como extranjeros que actúan en Brasil. Para este artículo, realizamos un pre-test de tales entrevistas, utilizando un cuestionario semi-estructurado que funcionó como guía en la conversación con los profesionales. Entrevistamos a los periodistas Andrei Netto, del *Grupo O Estado de S. Paulo* (OESP), con base en París, Francia, y el argentino Aldo Gamboa, de la *Agencia France Press* (AFP), que trabaja en Brasilia, Distrito Federal, Brasil. A partir de ese análisis preliminar, fruto del pre-test, pretendemos extender, en el año 2012, la investigación a un número mayor y más diversificado de profesionales y de empresas periodísticas.

El primer punto a ser destacado refiérese a las diferencias entre una agencia nacional y una internacional. Las agencias brasileras nacieron y permanecieron asociadas a grandes periódicos. La primera fue la *Agência Jornal do Brasil* (AJB), creada en 1966, seguida por la *Agência Estado* (vinculada al periódico *O Estado de S. Paulo*), que actúa desde 1970, hoy líder del mercado. Las agencias que compiten, *Globo* (del periódico *O Globo*) y *Folhapress* (de *Folha de S. Paulo*). Las agencias nacionales de carácter regional actúan en cooperación con las grandes agencias internacionales, hegemonicamente la inglesa *Reuters*, la norteamericana *Associated Press* y la francesa *AFP*. Por una cuestión de recursos, gran parte del volumen de información internacional es obtenido por medio de esos grandes grupos. Los corresponsales brasileros que actúan en el exterior están localizados en regiones estratégicas para Brasil, actúan con poca estructura (desde casa, la mayoría de las veces), de forma aisladas y tienen el papel principal de hacer

una cobertura internacional de mejor calidad dirigida, sobre todo, a los periódicos impresos de los grupos para los cuales trabajan.

Es el caso de Andrei Netto, corresponsal del OESP escuchado para esta investigación vía *Skype*, que trabaja en su apartamento en París, con infraestructura propia. Existen otros dos colegas reporteros de la misma empresa en el continente: uno localizado en Londres, Reino Unido, y otro en Ginebra, Suiza. Su contrato es de exclusividad con el Grupo OESP, así, produce diariamente para el periódico *O Estado de S. Paulo* y la propiedad del material pertenece al grupo que comercializa el contenido. A pesar del equipo internacional ser bastante escueto, los profesionales acaban turnándose para cubrir acontecimientos en todo el continente europeo. Netto afirma que, a pesar de trabajar de forma aislada, esa distancia es solo física, pues las TICs permiten una comunicación constante tanto con la sede, como con los demás colegas corresponsales de la empresa en otros países del mismo continente. Además, agrega Netto, otros profesionales corresponsales establecidos en París, a pesar de pertenecer a la competencia, acaban tornándose de tu “tribu”, como fue expreso también por Silva (2011).

La organización de trabajo de la agencia francesa AFP en Brasil es bastante diferente. Hay una sede localizada en Río de Janeiro, Brasil, responsable por el servicio en lengua portuguesa, con cerca de 30 profesionales. Y existe, incluso, una pequeña redacción en São Paulo, Brasil, y otra oficina en Brasilia, Capital Federal, donde actúa el corresponsal Aldo Gamboa, entrevistado en esta investigación. Por tratarse de una agencia internacional, sus servicios son comercializados en portugués y otros tres idiomas y enviados para todos los continentes. Con una estructura más amplia, tanto en Brasil como en los países vecinos, los reporteros de la AFP, según Gamboa, quedan restringidos a las ciudades donde se encuentran instalados, salvo en casos excepcionales.



El posicionamiento que diferencia una agencia internacional de una nacional/regional repercute incluso en la posición editorial de las coberturas que realizan. De acuerdo con Andrei Netto, hace 15 o 20 años el corresponsal brasileiro quedaba limitado, cubriendo un único país, incluso con resquicios de lo que él llamó de una “colonia europea”. Actualmente, él relata que incluye en su cobertura cualquier tema que en el exterior tenga relación con Brasil – política, economía, cultura, deporte o salud pública.

La agencia francesa AFP, por otro lado, no tiene ese compromiso con un territorio específico, pues su material es vendido para diversos países. Según Aldo Gamboa, la cobertura relativa a Brasil también cambió bastante en los últimos 10 a 15 años: “En los últimos seis años tengo escrito más artículos sobre economía que en la suma de los 15 años anteriores”, afirmó.

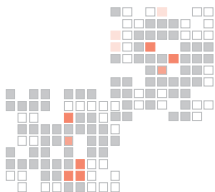
Un punto se mostró común en la rutina de los dos profesionales entrevistados: la autonomía en la definición de su pauta diaria, coincidente con lo relatado por Silva (2011). Sin embargo, resalta Gamboa, esa autonomía era mucho mayor antes del surgimiento de los canales de noticias 24 horas y del internet, por medio de los cuales la sede también acompaña todo lo que sucede mundo afuera y, de este modo, puede orientar posibles coberturas de sus corresponsales. En el caso de la OESP, Andrei Netto relató que él envía diariamente para la sede en Brasil un guión de los temas que irá a trabajar en aquel día y que, de hecho, a partir de lo que circula en el internet o en los canales de noticias internacionales, puede recibir demandas por parte de la redacción. Mismo así, su independencia es mayor comparada con la de los profesionales que actúan en su propio país, debido a la proximidad que él, como corresponsal internacional tiene con los hechos así como la comprensión del contexto del acontecimiento, en una conjetura internacional más amplia.

Tal autonomía también fue observada en el caso de la AFP. Las oficinas en Brasil realizan una con-

ferencia matutina sobre los principales temas del día, con total independencia de la sede en Paris. Aldo Gamboa afirma que la responsabilidad es justamente esa, por eso la agencia francesa AFP tiene una estructura de ese porte en Brasil. Pero aquí también el canal de noticias 24 horas, como la *Globonews*, está el día entero conectado a la redacción local. Por otra parte, la sede de la AFP cuenta con un servicio de monitoreamiento permanente de la competencia, posibilitado por la aparición de las TICs: ellos acompañan todo lo que la competencia (en especial *AP e Reuters*) está produciendo y envía para sus oficinas regionales, o sea, el equipo aquí en Brasil recibe lo que las agencias de la competencia están divulgando en relación al país como una orientación para posibles pautas, caso no estén cubriendo los mismos acontecimientos.

Llamó la atención en las dos entrevistas un punto que justamente se contrapone a la hipótesis del “profesional multimedia”, teorizada por autores y citada por Ash (2010) como uno de los factores que podría llevar a la extinción del corresponsal internacional. Los dos profesionales escuchados en esta investigación afirman que las TICs han actuado incluso mucho más como una herramienta de trabajo, que como una plataforma o medio. O sea, ellas son hoy fundamentales para mantener la comunicación con el equipo y con la sede para pautar y trabajar con movilidad, pero el trabajo de ambos es esencialmente textual, y no multimedial. Según Andrei Netto, no hay ninguna exigencia por parte del OESP en producir contenidos en múltiples plataformas. Él envía contenidos para el *Portal Estadão*, pero sin obligación directa, cotidiana.

*En el portal Estadão, no tengo ni quiero tener cualquier tipo de autonomía para introducir contenidos directamente. Muchas veces tengo la iniciativa de avisar al portal que hay una noticia internacional importante y de ese modo redacto una nota y la envío, o, dependiendo de la urgencia, paso las informaciones por teléfono.*



En el relato de los dos corresponsales entrevistados,  
la cuestión del periodista multifuncional no aparece como una  
realidad, sin embargo es citada como una fuerte tendencia.

*Tenemos que estar ligados al “online”, al “tiempo real”, pero eso todavía no es una obligación. Utilizo mis perfiles personales de Twitter y Facebook, por ejemplo, como una herramienta de trabajo, pero por elección propia, pues son canales para divulgar mi trabajo. Bastante es el tiempo que ya paso conectado, por razones de trabajo, no estoy interesado en llevar aquello aun más para mi vida personal (Netto, 2011).*

Él relató que eventualmente produce fotos, pero por elección propia, por poseer equipamiento adecuado. Sin embargo, la práctica usual de los medios es comprar imágenes de fotógrafo *freelancers* o de agencias internacionales. En pocas ocasiones, tal es el caso de coberturas en elecciones presidenciales, afirmó Netto, se sintió de hecho “multimedial”, necesitando enviar contenidos con total movilidad y agilidad, por diferentes dispositivos tecnológicos. En su opinión, esa postura de malabarista de herramientas digitales que está surgiendo en el periodismo es “perjudicial para su calidad” (Netto, 2011).

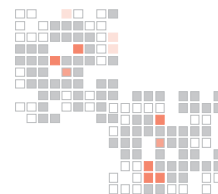
Situación similar ocurre en el caso de la AFP, que tiene incluso una cuestión legal involucrada. La legislación francesa prohíbe la acumulación de funciones en el ejercicio de la actividad periodística, a menos que la agencia remunere al profesional por cada actividad (texto, fotografía, audio o video). En el caso de Algo Gamboa y del equipo de la AFP en Brasil, las actividades incluyen principalmente producción de texto, con fotografías contratados especialmente para aquella función. Todo el material producido por él es enviado para Montevideo, Uruguay, donde está localizada la central que distribuye todos los servicios de la AFP

en lengua española. La reproducción de ese material en diversas plataformas, sea internet, mensaje de texto por celular, u otros servicios que no son destinados a abastecer a los medios de comunicación, sino destinados en general al público final, es realizada por esta central.

En el relato de los dos corresponsales entrevistados, la cuestión del periodista multifuncional no aparece como una realidad, sin embargo es citada como una fuerte tendencia. Naturalmente, estos dos testimonios son resultados parciales, el hecho deberá ser acompañado y evaluado en nuevas entrevistas, considerando diferentes contextos empresariales.

El internet y las nuevas TICs son señaladas como la causa de un aumento en el volumen de trabajo de los corresponsales internacionales, por brindar mayor acceso y circulación de información. “Hoy, en menos de una hora, puedo chequear los *websites* (...) sin dificultad. Antes, eso me hubiese llevado un día entero...”, ejemplifica Gamboa.

Andrei Netto cuenta que el trabajo aislado, autónomo, agravado por el huso horario en relación al cierre del periódico en Brasil, proporciona largas rutinas diarias de trabajo. Incluso en los días libres existe una especie de “guardia remota permanente” sobre los hechos que ocurren en su región de cobertura. Él llega a utilizar servicios de información *online* de agencias de noticias, que recibe en su *smartphone*. Aldo Gamboa también relató una rutina de cerca de 13 horas diarias. Por otro lado, recusó la oferta de un *smartphone* ofrecida por la AFP. “¿Si ya estoy conectado 13 horas por día, imagina si recibo emails en mi celular!”; sin embargo, él resalta que fue una oferta de la agencia, y no una imposición.



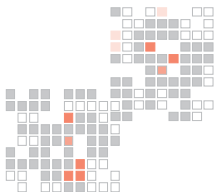
*El periodismo de agencia es muy específico. Básicamente, estás haciendo una carrera contra el tiempo todo el tiempo, y tú estás perdiendo esa carrera. Sin embargo siempre fue así, incluso antes del internet. Las agencias siempre estuvieron a la vanguardia de las tecnologías disponibles a cada momento, y si no existían, las inventaban. El internet tornó disponible mayor información a más personas con mucha más velocidad. [...] Con equipos mucho menores que los de redacción de un periódico, tenemos una rutina agotadora. Existe todavía la presión de los horarios. Quieren, por ejemplo, que enviemos una noticia al inicio de una entrevista colectiva. Bien, al inicio no va a haber nada! Pero tenemos que enviar alguna cosa, pues el site necesita de actualizaciones (...). Con las nuevas tecnologías, se inventan nuevos productos. Si mañana deciden colocar noticias en paracaídas, vamos a tener que comenzar a producir textos para eso. Es un proceso de adaptación, que lógicamente aumenta el volumen de trabajo. En la gerencia de las agencias hay ejecutivos que vinieron de fábricas de automóviles o de perfumes. Para la administración, esto es un negocio que precisa de productos innovadores. Solo que para eso también necesitan de profesionales entrenados y capacitados, que son los periodistas (Gamboa, 2011).*

Sobre el futuro de la actividad del corresponsal internacional, Andrei Netto afirmó que el corresponsal camina para enfocarse en reportajes especiales y atenerse menos al día a día, a lo factual. Lo que Andrei afirma puede ser relacionado con el estilo de “reportajes subjuntivos”, conceptualizado por Michael Schudson (Silva, 2011) y como fundamental para la manutención de esa actividad profesional.

*Eso incluso ya es parte del discurso de los editores del OESP. Ya es una realidad en los grandes grupos internacionales (grandes agencias y periódicos, como el The Guardian, con estruc-*

*turas mejores que las nacionales), donde hay profesionales dedicados a grandes reportajes. En el caso de los medios brasileros, cuyos equipos en el exterior son pequeños, todavía somos muy suscitados a cubrir el día a día. Eso contradice la idea de que el internet o el periodista-ciudadano podría “prescindir” la presencia de un corresponsal propio en el lugar. El mundo camina hacia lo “Glocal”: un escenario globalizado donde crece la importancia de las interacciones en el lugar, en lo regional, Para qué tener muchos periodistas en una sala si puedo tener muchos periodistas en lugares remotos? Cuanta más comunicación se tiene, cuanta más interacción, cuanta más movilidad (...), más posibilidades hay que ese profesional esté en la calle. No se va a realizar ese trabajo con calidad y autonomía, con un análisis en profundidad de Brasil, recibiendo informaciones de agencias o de testimonios locales. Siempre fue, y cada vez más importante, la figura del periodista como un profesional remoto, avanzando en el terreno (Netto, 2011).*

Aldo Gamboa, de la AFP, también no ve en las nuevas tecnologías una amenaza para el papel del corresponsal internacional: “la necesidad social de la información y de la buena información siempre va a existir”, afirma. Finalmente el periodista reconoce la tendencia futura hacia el profesional multimedia, capaz de escribir, fotografiar y filmar, por ejemplo, incluso porque hay “una presión grande y un grupo de periodistas jóvenes, motivados y dispuestos a realizar eso”, dice. Sin embargo, la característica principal del corresponsal internacional deberá continuar siendo la capacidad de mantener una visión más amplia y conjetural, tanto del punto de vista histórico, como político y cultural, sin dejarse influenciar demás por cuestiones internas del país donde se está y sin atenerse a lo meramente factual, destacando el valor de análisis, apuesta Gamboa.



### 3. Consideraciones finales

La mayor parte de los trabajos publicados tanto en Brasil como en el exterior sobre cuestiones del corresponsal internacional está más concentrada en relatos autobiográficos, memorias o selecciones de reportajes de periodistas consagrados. Un enfoque más común sobre el periodismo internacional ha sido el análisis del contenido o de discursos de cómo Brasil es abordado en las coberturas de medios internacionales, así como estudios comparativos sobre coberturas de determinado tema por medios nacionales y extranjeros.

Como resultado del pre-test de la entrevista semi-estructurada como técnica de recopilación de datos, se mostró un instrumento adecuado, pero no excluyente de otras técnicas, las cuales definiremos posteriormente en el momento en que vayamos a trabajar con un espectro mayor de corresponsales internacionales.

Vale concluir que, si por un lado, la actividad del corresponsal puede estar amenazada por la rapidez y facilidad de circulación de las noticias por la red

en escala global, por otro, los primeros resultados de la investigación señalan que la convergencia tecnológica y la convergencia en la rutina productiva (producción para medios y formatos diferentes) aún no tuvieron un impacto de cambios definitivos en el papel del corresponsal internacional.

Estas reflexiones planteadas muestran un escenario de permanencia del rol del corresponsal internacional y la no sustitución de su papel como consecuencia de la aparición del “corresponsal” ocasional, aquel ciudadano que presencia un hecho y lo registra, generalmente, como imagen (foto o video). Esos primeros resultados aquí presentados nos llevan hacia un papel más relevante del corresponsal internacional (MOURA & AGNEZ, 2011), el cual va mucho más allá de una mera transmisión de fotos e imágenes, por más inéditas, impactantes y veloces que sean propiciadas por las tecnologías. Existe un día después a la transmisión de esa imagen o video – tal vez ahí reside el papel del periodista, sea como corresponsal internacional o también como enviado especial.

### REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ASH, Timothy Garton. Correspondente em extinção. In: *Observatório da Imprensa*, São Paulo, edição 621, 21 dez. 2010. Disponível em: <<http://www.observatoriodaimprensa.com.br/news/view/correspondente-em-extincao>> Acesso em: 1 jun. 11.

BBC College of Journalism . The Future of Journalism. *Anais de Conferência The Future of Journalism*. MILLER, Charles (Editor). Londres: BBC College of Journalism, 2009. Disponível em <[http://www.lulu.com/items/volume\\_65/6392000/6392817/7/print/6392817.pdf](http://www.lulu.com/items/volume_65/6392000/6392817/7/print/6392817.pdf)> Acesso em 19 nov 11.

BRASIL. O Setor de Tecnologia da Informação e Comunicação no Brasil 2003-2006. In: *Estudos e Pesquisas Informação Econômica*, nº 11, Rio de Janeiro: IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística), 2009.

BRETON, Philippe.; PROULX, Serge. *Sociologia da comunicação*. 2ª

ed. São Paulo: Loyola, 2006.

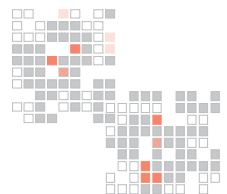
BRITTO, Denise Fernandes. O papel do correspondente internacional na editoria exterior. In: *Anais do XXVII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação*. Porto Alegre: Intercom, 2004.

CASTELLS, Manuel. *A sociedade em rede. A era da informação: economia, sociedade e cultura*. Volume I, 11ª ed. São Paulo: Paz e Terra, 2008.

CHERUBINI, Federica. *A need for cultural change in newsrooms when tackling social media*. Disponível em: <[http://www.editorsweblog.org/multimedia/2011/05/a\\_need\\_for\\_a\\_social\\_media\\_cultural\\_change.php](http://www.editorsweblog.org/multimedia/2011/05/a_need_for_a_social_media_cultural_change.php)> Acesso em: 19 nov. 2011.

DEUZE, Mark. The professional identity of journalists in the context of convergence culture. *Observatorio (OBS\*) Journal*, 7, p.103-117, 2008.

GAMBOA, Aldo. Entrevista concedida a esta pesquisa, realizada em 8



de junho de 2011, de modo presencial.

HARVEY, David. *Condição pós-moderna*. 13ª ed. São Paulo: Loyola, 1992.

LOS MONTEROS, Guillermo G. E. de. Periodismo Internacional, Corresponsales y Testimonios sobre el Extranjero. In: *Foro Internacional*. Cidade do México: Hemeroteca Virtual/UNAM, 1998.

MARCONDES FILHO, Ciro. *Ser jornalista: O desafio das tecnologias e o fim das ilusões*. São Paulo: Paulus, 2009.

MORETZOHN, Sylvia. *Jornalismo em tempo real*. Rio de Janeiro: Ed. Revan, 2002.

MOURA, Dione O. ; AGNEZ, Luciane F. . El perfil y las rutinas productivas de los corresponsales internacionales frente al paradigma digital. In: XI Congreso de la ALAIC (Asociación Latinoamericana de Investigadores de Comunicación), 2012, Montevideo. Anais de lo IX Congreso de la ALAIC. Montevideo: ALAIC, 2012. p.1-12

MOURA, Dione O. ; AGNEZ, Luciane F. . A atuação dos correspondentes internacionais e os impactos da era digital: uma sondagem. In: 9. Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo (SBPJor),

2011, Rio de Janeiro. Anais do 9. Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo, 2011. p.1-12.

NETTO, Andrei. Entrevista concedida a esta pesquisa, realizada em 4 de junho de 2011, pela internet, via Skype.

NEVEU, Érik. *Sociologia do jornalismo*. São Paulo: Loyola, 2006.

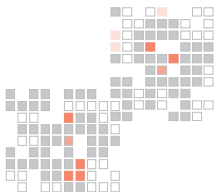
O'NEIL, Jean; Goldman Sachs. *Global Economics*, Paper nº 6, 30 nov. 2001.

ROSSI, Clóvis. *Enviado especial: 25 anos ao redor do mundo*. São Paulo: Editora Senac, 1999.

SALAVERRÍA, Ramon; NEGREDO, Samuel. *Periodismo integrado: Convergencia de médios y reorganización de redacciones*. Barcelona: Editorial Sol90, 2008.

SILVA, Carlos Eduardo Lins da. *Correspondente internacional*. São Paulo: Contexto, 2011.

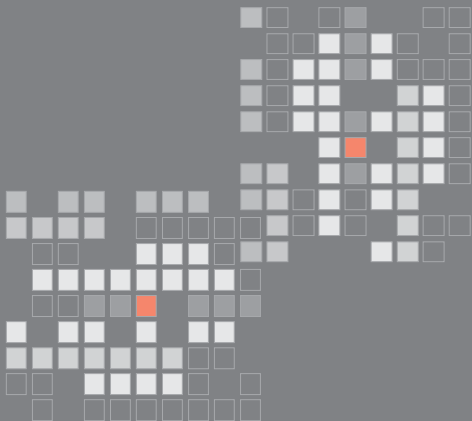
VOLKMER Ingrid; HEINRICH, Ansgard. CNN and beyond. Journalism in a globalized network sphere. In: *Broadcast Journalism: a critical introduction*. CHAPMAN, Jane; KINSEY, Marie. Routledge: Nova Iorque, 2009.





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 25  
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 brasileros 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

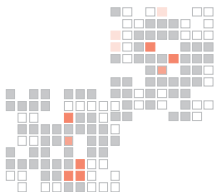
#### • Citações:

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 cartografo: travesías latinoamericanas de la comunicaci3n en la cultura*. Mexico, D.F.: Fondo de Cultura Economica, 2002.

MATTELART, Armand; MATTELART, Michèle. *Hist3ria das teorias da comunicaci3o*. Traduci3o de Luiz Paulo Rouanet. S3o Paulo: Ediç3es Loyola, 2000.

LIMA, Luiz Costa (org.). *Teoria da Cultura de Massa*. S3o Paulo: Paz e Terra, 2000.

❖ **Capítulos de livros:**

ROUANET, Sérgio Paulo. Iluminismo e barb3rie. In: \_\_\_\_\_. *Mal-estar na modernidade: ensaios*. 2ª ed. S3o 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 peri3dico científico** (SOBRENOME, Nome. Título do artigo. *Título do peri3dico em it3lico* (abreviado ou n3o), cidade da publicaci3o, v. seguido do n3mero do ano ou volume, n. seguido do n3mero do fascículo, p3gina inicial-final, m3s abreviado, ano da publicaci3o.):

MARTÍN-BARBERO, Jesús. Raz3n t3cnica y raz3n polític3: espacios / tiempos no pensados. *Rev. Latinoamericana de Ciencias de la Comunicaci3n*, S3o 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 publicaci3o, dia seguido do m3s abreviado. Ano. N3mero ou Título do Caderno, Seç3o ou Suplemento, p3gina inicial-final.):

VIEIRA, Fabricio. Bovespa sobe 2,87%, maior avanço em dois me-

ses. *Folha de S. Paulo*. S3o Paulo, 14 fev. 2007. Folha Dinheiro, p.12.

❖ **Teses e dissertaç3es** (SOBRENOME, Nome. *Título em it3lico*: subtítulo normal. Ano do dep3sito. N3mero total de p3ginas ou volumes. Tipo de trabalho - locaç3o: [Trabalho de Conclus3o do Curso (Graduaç3o em...) (Especializaç3o em...) / Dissertaç3o (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 subsist3ncia do caipira paulista*. 226 f. Tese (Doutorado em Sociologia) – Faculdade de Filosofia, Letras e Ci3ncias Humanas, Universidade de S3o Paulo, S3o Paulo, 1954.

❖ **Artigos de internet** (SOBRENOME, Nome. *Título em it3lico*: subtítulo normal. Disponível em: <endereço eletr3nico>. Acesso em: dia seguido do m3s abreviado. Ano.

ECO, Umberto. *Para una guerrilla semiol3gica*. Disponível em: <<http://www.nombrefalso.com.ar/apunte.php?id=16>>. Acesso em: 3 jan. 2007.

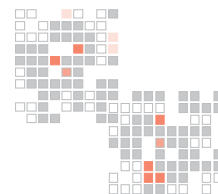
### Subtítulos no corpo do texto

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. Comunicaç3o de massa
  - 1.1. Teorias da comunicaç3o
    - 1.1.1. As trocas e os fluxos
    - 1.1.2. Indústria cultural
  - 1.2. Ideologia e poder na comunicaç3o
2. Cotidiano e movimento intersubjetivo

### Figuras (fotos, mapas, diagramas, quadros, organogramas, infogr3ficos etc.)

Devem estar digitalizadas em boa qualidade para impress3o (recomenda-se 300 dpi e formatos de arquivos gr3ficos: GIF, JPG ou TIF) e numeradas. Em arquivo separado do texto principal, devem constar as legendas correspondentes e as respectivas indicaç3es de inserç3o no trabalho. Tabelas e quadros gerados e formatados dentro do Word podem estar no pr3prio corpo do texto principal. É importante salientar que como a revista é impressa em branco e preto, n3o 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 la 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).

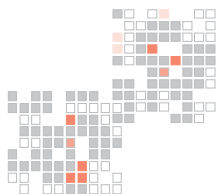
• **Resúmenes:** debajo de la identificación del (de los) autor(es), deben encontrarse los resúmenes (en español, portugués e inglés) con un máximo de 750 caracteres (con espacios), acompañados de, un máximo, de 4 palabras-clave en los mismos tres idiomas.

#### 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-diez, 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.

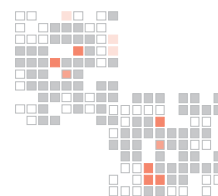
**Subtítulos en el cuerpo del texto**

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

### 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 key-words in each of the languages specified.

#### Quotations, footnotes and references

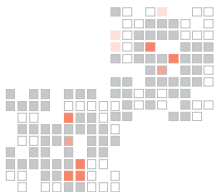
- ❖ **Quotations:** quotations longer than 3 typed lines (12-pt. Times New Roman, italic, single spaced, justified), shall appear without quotation marks in a free-standing block of text, indented 1 cm from the left margin.

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.

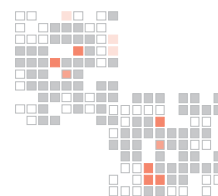
### Subtitles within the text

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.



ALAIC

