

CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

ISSN 1807-3026

AÑO XX

NÚMERO 36

ENERO / ABRIL 2021

ENTREVISTA

CON ROGER CHARTIER

**Sobre los problemas de nuestro tiempo:
de la percepción temporal en la pandemia
hasta la democracia**

ARTÍCULOS

LAS ENCUESTAS Y LA GENERACIÓN DE INFORMACIÓN CIENTÍFICA SOBRE LA CULTURA

Jorge A. González

FUNCIÓN ACTANCIAL DE LOS PERSONAJES EN UNA NARRACIÓN: EL MODELO ACTANCIAL DE GREIMAS

Valerio Fuenzalida

MILICOS, GESTORES Y LITERATOS: LA HISTORIA JAMÁS CONTADA DEL IX CONGRESO DE LA IAMCR EN BUENOS AIRES (1972)

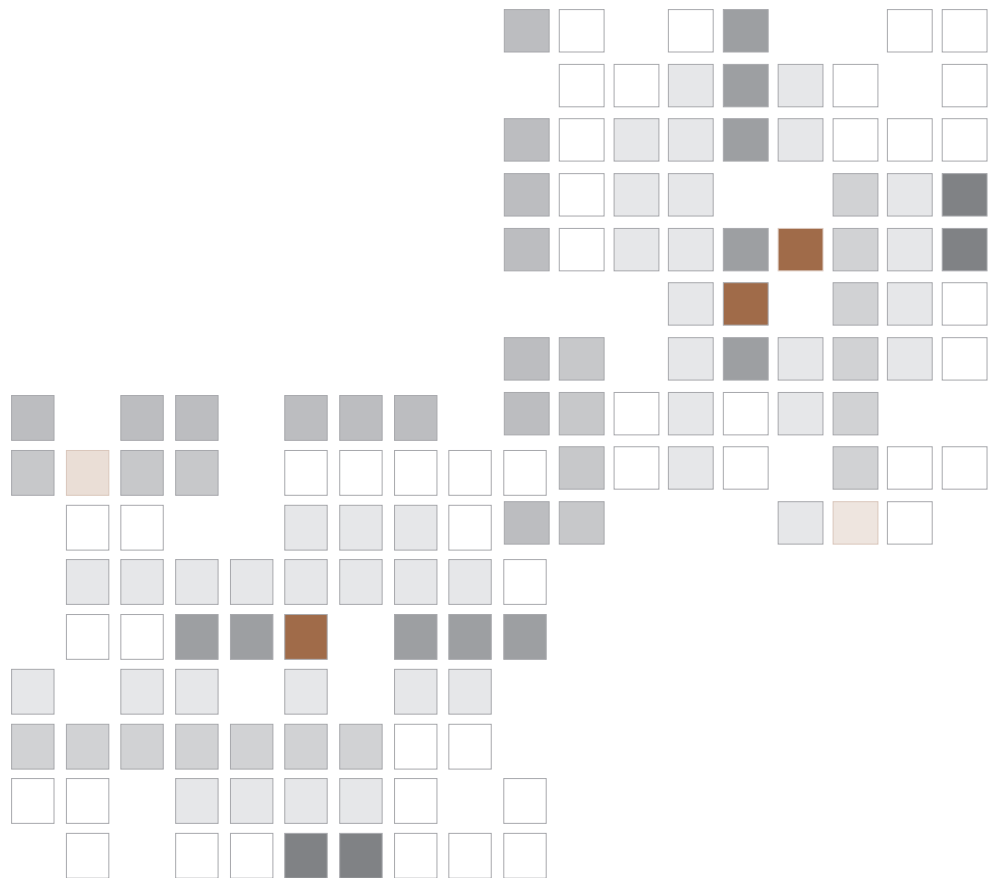
Gustavo Cimadevilla

EL PERIODISMO COMO TERRITORIO PARA ESPÍRITUS INDOMABLES. HISTORIA, MUTACIONES Y DESAFÍOS

Orlando Villalobos

ALAIC

ALAIC



ALAIC - ASOCIACIÓN LATINOAMERICANA DE INVESTIGADORES DE LA COMUNICACIÓN

CUERPO DIRECTIVO (2020 – 2022)

Presidente:

Gabriel Kaplún (Uruguay)

Vice-presidente:

Fernando Oliveira Paulino (Brasil)

Director Científico:

Tanius Karam (México)

Directora Administrativa:

Hilda Saladrigas (Cuba)

Directora de Comunicaciones:

Sandra Liliana Osses Rivera (Colombia)

Director de Relaciones Internacionales:

Daniela Monje (Argentina)

Consejo fiscal:

Riglana Portugal (Bolivia)

Ruy Sardinha Lopes (Brasil)

Beatriz Marín Ochoa (Colombia)

Consejo consultivo:

Delia Crovi

Andrés Cañizález

Eduardo Villanueva

Erick Torrico

Margarida Krohling Kunsch

Eliseo Colón

GRUPOS DE TRABAJO

- **GT1 - Comunicación Intercultural y Folkcomunicación**
Coordinador: Marcelo Sabbatini (Brasil)
Vicecoordinadores: Marta Meleán (Argentina), Cristian Yáñez Aguilar (Chile)
- **GT2 - Comunicación Organizacional y Relaciones Públicas**
Coordinadores: Rebeca Arévalo (México), André Quiroga Sandi (Brasil)
- **GT3 - Comunicación Política y Medios**
Coordinador: Matías Ponce (Uruguay)
Vicecoordinadores: Roberto Gondo (Brasil), Lilian Kanashiro (Perú)
- **GT4 - Comunicación y Educación**
Coordinadora: Paula Morabes (Argentina)
Vicecoordinadores: Beatriz Marín (Colombia), Gladys Ortiz (México)
- **GT5 - Comunicación y Salud**
Coordinadora: Mónica Petracci (Argentina)
Vicecoordinadoras: Mariella Silva de Oliveira-Costa (Brasil), Janet García (México)
- **GT6 - Economía Política de las Comunicaciones**
Coordinador: Daniel Valencia (Colombia)
Vicecoordinadores: Ruy Lopes (Brasil), Daniela Monje (Argentina)
- **GT7 - Estudios de Recepción**
Coordinadora: Valquiria Michela John (Brasil)
Vicecoordinadoras: Jiani Bonin (Brasil), Beatriz Inzunza (México)
- **GT8 - Comunicación Popular, Comunitaria y Ciudadanía**
Coordinador: Washington Uranga (Argentina)
Vicecoordinadores: Sandra Meléndez Universidad del Norte (Colombia), Nivea Bona (Brasil)
- **GT9 - Teoría y Metodología de la Investigación en Comunicación**
Coordinadora: Eva Da Porta (Argentina)
Vicecoordinadores: Marta Rizo (México), Vilso Junior Santi (Brasil)
- **GT10 - Comunicación, Tecnología y Desarrollo**
Coordinadora: Mónica Franchi Carniello (Brasil)
Vicecoordinadores: Federico Beltramelli (Uruguay), Pilar García (Colombia)
- **GT11 - Comunicación y Estudios Socioculturales**
Coordinador: Carlos del Valle Rojas (Chile)
Vicecoordinadores: Daniel Badenes (Argentina), María Isabel Noreña (Colombia)
- **GT12 - Comunicación para el Cambio Social**
Coordinadora: Amparo Cadavid (Colombia)
Vicecoordinadora: Liliana Raigoso (Colombia)
- **GT13 - Comunicación Publicitaria**
Coordinador: Fabio Andrés Ribero Salazar (Colombia)
Vicecoordinadora: Patricia Guadalupe Martínez Torreblanca (México)
- **GT14 - Discurso y Comunicación**
Coordinador: Tanius Karam (México)
Vicecoordinadores: Laan Mendes de Barros (Brasil), Silvia Alvarez Curbelo (Puerto Rico)
- **GT15 - Comunicación y Ciudad**
Coordinador: Eduardo Alvarez (Uruguay)
Vicecoordinadores: Ximena Poo (Chile), Juan David Zapata (Colombia)
- **GT16 - Estudios de Periodismo**
Coordinadora: Marli dos Santos (Brasil)
Vicecoordinadoras: Cristina Musse (Brasil), Elvira Hernández (México)
- **GT17 - Comunicación e Historia**
Coordinadora: Celia del Palacio (México)
Vicecoordinadores: María Cristina Gobbi (Brasil), Julio Eduardo Benavides (Colombia)
- **GT18 - Ética, Libertad de Expresión y Derecho a la Comunicación**
Coordinador: Fernando Oliveira Paulino (Brasil)
Vicecoordinadores: Marco Santuario (Brasil), Edgar Allan Niño (Colombia)
- **GT19 - Comunicación Digital, Redes y Procesos**
Coordinador: Daniel Barredo (Colombia)
Vicecoordinadores: Magda Rodrigues da Cunha (Brasil), Jorge Alberto Hidalgo Toledo (México)

INDEXACIÓN

REVISTA LATINOAMERICANA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN ES INDEXADA EN:

- DOAJ - DIRECTORY OF OPEN ACCESS JOURNALS.
- LATINDEX - SISTEMA REGIONAL DE INFORMACIÓN EN LÍNEA PARA REVISTAS CIENTÍFICAS DE AMÉRICA LATINA, EL CARIBE, ESPAÑA Y PORTUGAL.
- PORTAL DE LA COMUNICACIÓN
- REVISCOM - REDE CONFIBERCOM DE REVISTAS DE COMUNICAÇÃO, DA CONFEDERAÇÃO IBERO-AMERICANA DAS ASSOCIAÇÕES CIENTÍFICAS E ACADÊMICAS DE COMUNICAÇÃO (CONFIBERCOM).
- QUALIS-CAPES - COORDENAÇÃO DE APERFEIÇOAMENTO DE PESSOAL E NÍVEL SUPERIOR.
- QUALIS-CAPES - COORDENAÇÃO DE APERFEIÇOAMENTO DE PESSOAL E NÍVEL SUPERIOR.
- QUALIS-CAPES - COORDENAÇÃO DE APERFEIÇOAMENTO DE PESSOAL DE NÍVEL SUPERIOR.

ALAIC

REVISTA LATINOAMERICANA DE
CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

REVISTA LATINOAMERICANA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

AÑO XX • Nº 36 • ENERO A ABRIL 2021 • ISSN 1807- 3026

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

EDITORIA: MARGARIDA M. KROHLING KUNSCH (BRASIL).

EDITORIA ADJUNTA: MARIA CRISTINA PALMA MUNGIOLO (BRASIL).

COMISSÃO EDITORIAL E EXECUTIVA /

COMITÉ EDITORIAL E EJECUTIVO:

JORGE VILLENA MEDRANO (BOLÍVIA), MARCO TÚLIO FLORES (MÉXICO)
E CESAR AUGUSTO ALENCAR DE OLIVEIRA (BRASIL).

EQUIPE EDITORIAL:

ANDERSON LOPES DA SILVA (BRASIL), FLÁVIA SUZUE DE MESQUITA IKEDA (BRASIL), TOMAZ A. PENNER (BRASIL),
MARIA CRISTINA GOBBI (BRASIL) E LIZBETH C. KANYAT OJEDA DE NOVAES (BRASIL).

CONSELHO EDITORIAL /

CONSEJO EDITORIAL

Ana Carolina Temer (Brasil)	Eduardo Gutierrez (Colômbia)	Jerónimo Repoll (Argentino-México)	Matias Ponce (Uruguai)
Andres Canizalez (Venezuela)	Eduardo Meditsch (Brasil)	Jesús Arroyave (Colômbia)	Miquel de Moragas (Espana)
Alfredo Alfonso (Argentina)	Eduardo Villanueva (Peru)	Jesús Martín-Barbero (Colombia)	Moisés de Lemos Martins (Portugal)
Alberto Efendy Maldonado (Brasil)	Eliseo Colón (Puerto Rico)	João José Azevedo Curvello (Brasil)	Monica Carniello (Brasil)
Alberto Pena Rodrigues (Espanha)	Eneus Trindade (Brasil)	Joaquim Mateus Paulo Serra (Portugal)	Mozahir Salomão (Brasil)
Antonio Carlos Hohlfeldt (Brasil)	Enrique Bustamante (Espana)	John Downing (Estados Unidos)	Muniz Sodré (Brasil)
Antonio Castillo Esparcia (Espanha)	Enrique Sánchez Ruiz (México)	José Luis Piñuel Raigada (Espanha)	Nancy Díaz Larrañaga (Argentina)
Antonio Fausto Neto (Brasil)	Erick Torrico Villanueva (Bolivia)	Juan Gargurevich (Perú)	Octavio Islas Carmona (Equador)
Antonio Fidalgo (Portugal)	Eugênia Barrichelo (Brasil)	Juremir Machado da Silva (Brasil)	Patricia Veja Jiménez (Costa Rica)
Arlindo Rebechi (Brasil)	Eva da Porta (Argentina)	Kaarle Nordenstreng (Finlândia)	Pedro Gilberto Gomes (Brasil)
Armand Mattelart (Francia)	Federico Subervi (USA)	Kenton Wilkinson (Estados Unidos)	Paula Morabes (Argentina)
Bernard Miège (Francia)	Fernando Oliveira Paulino (Brasil)	Laan Mendes de Barros (Brasil)	Raúl Fuentes Navarro (México)
Carla Colona (Peru)	Francisco Sierra (Espanha)	Lucía Castellón (Chile)	Rebeca Padilla, (México)
Carlos Arcila (Espanha)	Gabriel Kaplún (Uruguai)	Luis Mauro Sá Martino (Brasil)	Ruy Sardinha Lopes (Brasil)
Carlos Arroyo (Bolivia)	Gaetan Tremblay (Canada)	Manuel Chaparro Escudero (Espanha)	Sérgio Bairon (Brasil)
Carlos Del Valle (Chile)	Giovanni Bechelloni (Italia)	Marcelo Guardia (Bolivia)	Silvia Alvarez Curbelo (Puerto Rico)
Carlos Vidales, (México)	Gisela Castro (Brasil)	Margarida Ledo Andión (Espana)	Silvio Waisbord (Estados Unidos)
Cesar Ricardo Siqueira Bolaño (Brasil)	Guillermo Orozco Gómez (México)	Marialva Barbosa (Brasil)	Sonia Virgínia Moreira (Brasil)
Cicilia Maria Krohling Peruzzo (Brasil)	Gustavo Cimadevilla (Argentina)	Maria del Carmen Cevallos (Equador)	Tanius Karam (México)
Cristina Ponte (Portugal)	Inesita Soares de Araújo (Brasil)	Maria Helena Weber (Brasil)	Tereza Quiróz (Perú)
Delia Cровi Druetta (México)	Helena Sousa (Portugal)	Maria Immacolata Vassallo de Lopes (Brasil)	Thomas Tufte (Dinamarca)
Denis Renó (Brasil)	Isabel Ferin (Portugal)	Marli dos Santos (Brasil) Marta Rizo (México)	Washington Uranga (Argentina)
Doris Fagundes Haussen (Brasil)	James Lull (Estados Unidos)	Martín Becerra (Argentina)	

REVISÃO / REVISIÓN:

Jorge Villena Medrano (Espanol);
Marco Túlio Flores (Espanol);
Cesar Augusto Alencar de Oliveira (Português)

Diseño Gráfico:

Fernanda Leonardo

Editorialización Electrónica:

Cristiano Freitas

Secretario:

Cesar Augusto Alencar de Oliveira

DIREÇÃO / DIRECCIÓN:

Revista Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación
ALAIC - Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación
Avenida Professor Lúcio Martins Rodrigues, 443, Cidade Universitária /
Butantã - São Paulo - SP - Brasil - CEP 05508-900
Tel./Fax: (55-11) 3091-2949
Correo Electrónico: revistaalaic@usp.br Home page: www.alaic.org/revistaalaic
ISSN online: 2238-1694

Revista Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación

Sistema de evaluación de los artículos enviados: El comité editorial y ejecutivo promueve convocatorias de artículos para cada número de la revista y las contribuciones recibidas participan en un adecuado proceso de evaluación. En primer lugar, los editores y el comité editorial verifican que los textos cumplan con los criterios formales, de acuerdo con las reglas de la revista. Una vez aprobados en esta primera etapa, los trabajos, sin identificación de autoría, son evaluados por al menos dos revisores del Comité Editorial y / o revisores ad hoc.

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

Revista Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación // [publicação da Associação Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación].
— Ano 20, n.36 (jan. - abril 2021). — São Paulo: ALAIC, 2021 - 215 p.

Quadrimestral

ISSN 1807-3026

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

CDD - 24 ed. - 302.2 302.2098

EDITORIAL

PERSPECTIVAS INTERDISCIPLINARES NOS ESTUDOS DE COMUNICAÇÃO	7
Margarida Maria Krohling Kunsch, Maria Cristina Palma Mungiolli, Anderson Lopes da Silva	

ARTIGOS LIVRES

LAS ENCUESTAS Y LA GENERACIÓN DE INFORMACIÓN CIENTÍFICA SOBRE LA CULTURA.....	14
Jorge A. González	

FUNCIÓN ACTANCIAL DE LOS PERSONAJES EN UNA NARRACIÓN: EL MODELO ACTANCIAL DE GREIMAS.....	24
Valerio Fuenzalida Fernández	

MILICOS, GESTORES Y LITERATOS LA HISTORIA JAMÁS CONTADA DEL IX CONGRESO DE LA IAMCR EN BUENOS AIRES (1972).....	36
Gustavo Ramón Cimadevilla	

EL PERIODISMO COMO TERRITORIO PARA ESPIRITUS INDOMABLES HISTORIA, MUTACIONES Y DESAFIOS	49
Orlando Villalobos Finol	

E-CIENCIA E INTERDISCIPLINA: NODOS DE VISUALIZACIÓN COMO APORTE AL MEDIR COMUNICACIÓN	59
Sandra Massoni, Mateo J. Bussi	

OS PARADIGMAS INFORMACIONAL E RELACIONAL NA FORMAÇÃO EM JORNALISMO	73
Edileuson Santos Almeida, Ada Cristina Machado Silveira, Aline Roes Dalmolin	

EL ESTADO DE LA CONCENTRACIÓN DE LA PROPIEDAD EN LA RADIO COMERCIAL ABIERTA EN MÉXICO, 2019.....	84
Francisco J. Vidal Bonifaz	

O IMPEACHMENT DE DILMA NO G1 E NO NEXO: DA VOCAÇÃO À PADRONIZAÇÃO DO JORNALISMO	98
Beatriz Becker, Igor Waltz	

A AMÉRICA LATINA NA COBERTURA NOTICIOSA: UMA ANÁLISE DA EDITORIA MUNDO DOS PORTAIS FOLHA DE S. PAULO E O GLOBO	109
Camilla Quesada Tavares, Marina Michelis de Lima Fernandes	

UM PERCURSO POSSÍVEL DO FOTOJORNALISMO A PARTIR DA GÊNESE DOS SEUS MANUAIS	124
João Guilherme de Melo Peixoto	

COMUNIDADES ECLESIAIS DE BASE (CEBS) EM MATO GROSSO/BRASIL: COMUNICAÇÃO E PRÁTICAS CULTURAIS	134
Gibran Luis Lachowski, Yuji Gushiken	

A POÉTICA ANTROPOFÁGICA INCOMPREENDIDA: REPRESENTAÇÕES MIDIÁTICAS DO GOSPEL-SECULAR EM BABY DO BRASIL	146
Míriam Cristina Carlos Silva, Isabella Pichigueli	

LA MARCA PAÍS NECESITA PROYECTAR UN PAÍS SALUDABLE: PUERTO RICO Y SU SITUACIÓN ACTUAL	158
Esther M. Burgos Ostolaza	

EL DISEÑO GRÁFICO A TRAVÉS DEL DISCURSO DE SUS ACTORES REFLEXIONES EPISTEMOLÓGICAS	168
Karina Gabriela Ramírez Paredes	

ENTREVISTA	
SOBRE LOS PROBLEMAS DE NUESTRO TIEMPO: DE LA PERCEPCIÓN TEMPORAL EN LA PANDEMIA A LA DEMOCRACIA	180
Ana Regina Rêgo	

ESTUDO	
A PÓS-GRADUAÇÃO EM CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO DA USP: AS MUDANÇAS DE UM PROGRAMA DE REFERÊNCIA PARA A IBERO-AMÉRICA	195
Roseli Figaro, Eneus Trindade	

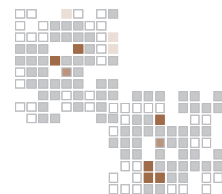
RESENHA	
VISIBILIDADE MEDIADA E DISPUTA DE PODER NOS PROTESTOS DE JUNHO DE 2013 NO BRASIL.....	209
Ana Cristina Suzina	

Perspectivas interdisciplinares nos estudos de Comunicação

Por sua natureza epistemológica, metodológica e ontologicamente diversa, o campo da Comunicação tem um olhar interdisciplinar abrangente e plural. Assim, ainda que pensemos em objetos e materialidades empíricas muito próprios às análises midiáticas, é certo que a interdisciplinaridade passeia por entre os estudos comunicacionais de modo fluido e produtivo. Por isso, a edição n. 36 da *Revista Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación* brinda seus leitores com uma rica produção acadêmica que transita por uma miríade de reflexões comunicacionais de temática livre produzidas em todo o nosso continente.

Como exemplo da pluralidade de abordagens, o artigo que abre as discussões dessa edição é *Las encuestas y la generación de información científica sobre la cultura*, de Jorge A. González. O autor aponta para a necessidade uma contextualização estrutural e genética, para além dos dados coletados e porcentagens geradas em questionários e enquetes, como forma de pensar a importância e a interpretação informacional sobre práticas culturais. Por sua vez, o artigo *Función actancial de los personajes en una narración: el modelo actancial de Greimas*, de Valerio Fuenzalida, discute como as personagens podem ser múltiplas, mas, igualmente, também desempenharem uma das seis funções estruturais principais da narrativa. Já o trabalho de Gustavo Cimadevilla, intitulado *Milicos, gestores y literatos: La historia jamás contada del IX congreso de la IAMCR en Buenos Aires (1972)*, faz um recorrido histórico que evoca não apenas a perspectiva histórica e institucional, como ainda explica de que forma a memória sobre este período (ou a ausência dela) pode ter sido fundamental para a constituição do campo comunicacional do sul.

Em *El periodismo como territorio para espíritus indomables. Historia, mutaciones y desafíos*, Orlando Villalobos apresenta como o jornalismo e a comunicação, como disciplinas acadêmicas e profissionais, vêm passando por mudanças radicais na tentativa de responder às demandas do tempo presente, bem como formar um profissional que seja apto a lidar com as constantes transformações tecnológicas e políticas. Ainda no âmbito das discussões interdisciplinares, Sandra Massoni e Mateo J. Bussi contribuem para esta edição como artigo *E-Ciencia e Interdisciplina: nodos de visualización como aporte al medir comunicación en IEC*. No trabalho, os autores analisam sete projetos de Pesquisa Enativa em Comunicação que utilizam



o software IEC e, a partir do contexto da E-Ciência, promovem reconfigurações intersubjetivas no ambiente sociocultural das equipes de pesquisa em estudo.

Os paradigmas informacional e relacional na formação em jornalismo, de autoria de Edileuson Santos Almeida, Ada Cristina Machado Silveira e Aline Roes Dalmolin, debate o processo formativo nos cursos de jornalismo do Brasil que acabam por transitar entre propostas experimentais e de especialização. Caminhando em direção à economia política da comunicação no cenário mexicano, Francisco Javier Vidal Bonifaz apresenta como os quatro maiores grupos comerciais de rádio aberto controlam a propriedade de um quarto das estações do país em *El estado de la concentración de la propiedad en la radio comercial abierta en México, 2019*. Amparado em contribuições dos estudos de enquadramento e da Análise do Discurso, o trabalho *O impeachment de Dilma no G1 e no Nexô: da vocação à padronização do jornalismo*, desenvolvido por Beatriz Becker e Igor Waltz, fala sobre como as práticas jornalísticas sofrem intensas reconfigurações diante da paisagem digital e ainda apresentam um acirramento da relação entre regimes e efeitos de verdade nos modelos discursivos atuais.

Ao redirecionar o olhar para uma visão contextual do continente, o artigo *A América Latina na cobertura noticiosa: uma análise da editoria Mundo dos portais Folha de S. Paulo e O Globo*, de Camilla Quesada Tavares e Marina Michelis de Lima Fernandes, se propõe a compreender como os países latino-americanos aparecem nos periódicos brasileiros por meio da análise de 1.996 notícias (publicadas entre abril e julho de 2018). *Um percurso possível do fotojornalismo a partir da gênese dos seus manuais*, artigo de João Guilherme de Melo Peixoto, procura explicar as dimensões técnica, linguageira e deontológica do ofício fotojornalístico a partir de “News Photography” (Jack Price, 1932), o primeiro manual voltado ao tema.

Em *Comunidades Eclesiais de Base (CEBs) em Mato Grosso/Brasil: Comunicação e Práticas Culturais*, os pesquisadores Gibran Luis Lachowski e Yuji Gushiken analisam o culto aos mártires e a mística espiritual, observadas em pesquisa de campo no estado de Mato Grosso (2017-2020). Já Isabella Pichigueli e Míriam Cristina Carlos Silva trazem a cantora Baby do Brasil ao centro do palco em *A poética antropofágica incompreendida: representações midiáticas do gospel-secular em Baby do Brasil*. Segundo as autoras, apesar da catalogação de diversas formas representativas, ainda são muito fortes e visíveis as incompreensões da mescla gospel-secular operada por uma artista que transita pelas fronteiras.

Outra importante reflexão é a trazida por Esther M Burgos Ostolaza em *La marca país necesita proyectar un país saludable: Puerto Rico y su situación actual*. Neste artigo, a pesquisadora aposta na ideia de que a padronização dos símbolos patrióticos e a promoção da consciência cidadã podem auxiliar a consolidação da marca-país ao alinhar comunicação, discurso e comportamento social no contexto porto-riquenho. O trabalho *El diseño gráfico a través del discurso de sus actores. Reflexiones epistemológicas*, produzido por Karina Gabriela Ramírez Paredes, aborda as perspectivas e definições que o design gráfico teve desde a sua concepção, além de propor uma nova conceituação do campo desde um ponto de vista interdisciplinar em que a comunicação é o elemento de convergência.

Ainda neste número, o leitor terá acesso à entrevista realizada por Ana Regina Rêgo com o historiador, professor e investigador francês Roger Chartier. Professor emérito do Collège de France, e professor da École des Hautes Études en Sciences Sociales, em Paris, Chartier é internacionalmente conhecido e referenciado como um pesquisador que se preocupa em unir análises históricas com o campo da cultura e da comunicação (especialmente, pela história da leitura, dos livros e dos estudos de representação). Nesta entrevista, Rêgo e Chartier problematizam a percepção temporal em um contexto no

qual não apenas a pandemia é o elemento central, como, também, os desafios e os riscos à democracia acabam por fazer parte do principal pano de fundo que envolve as turbulências do tempo presente.

Já no trabalho *A Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da USP: as mudanças de um programa de referência para a Ibero-América*, presente na seção Estudo, Roseli Fígaro e Eneus Trindade apresentam como tema principal a reestruturação do Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da Universidade de São Paulo (PPGCom-USP) discorrendo sobre projeto político pedagógico, grupos de pesquisa e ações de nucleação nacional e relacionamentos internacionais. Com igual importância, na forma como a comunicação pulsa por vias interdisciplinares que vão da sociologia às ciências políticas, a resenha escrita por Ana Cristina Suzina convida o leitor à uma revisita aos protestos que abalaram o Brasil na última década. Intitulada *Visibilidade mediada e disputa de poder nos Protestos de Junho de 2013 no Brasil*, a resenha traz uma visão crítica sobre a leitura empreendida por César Jiménez-Martínez no livro “Media and the Image of the Nation during Brazil’s 2013 Protests” (2020).

Por último, gostaríamos de reforçar o nosso agradecimento às pesquisadoras e aos pesquisadores que colaboraram com a construção deste número por meio de trabalhos que se distribuem nas seções de artigos, entrevista, estudo e resenha, bem como ao corpo de pareceristas e à equipe da revista que acompanhou todo o processo editorial desta singular edição da *Revista Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación*. Uma excelente (e interdisciplinar) leitura!

Margarida Maria Krohling Kunsch
Maria Cristina Palma Mungoli
Anderson Lopes da Silva

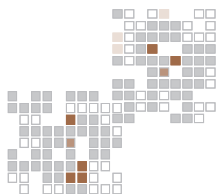
Perspectivas interdisciplinarias en los estudios de Comunicación

Por su naturaleza epistemológica, metodológica y ontológicamente diversa, el campo de la Comunicación tiene una mirada interdisciplinar de largo alcance y plural. Así, aunque pensamos en objetos y materialidades empíricas muy específicas de los análisis de mediáticos, es cierto que la interdisciplinariedad pasa por los estudios de la comunicación de forma fluida y productiva. Por esta razón, la edición no. 36 de *la Revista Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación* regala a sus lectores una rica producción académica que transita por un sinfín de reflexiones comunicativas sobre temas libres producidos en todo nuestro continente.

Como ejemplo de la pluralidad de enfoques, el artículo que abre las discusiones de esta edición es *Las encuestas y la generación de información científica sobre la cultura*, de Jorge A. González. El autor señala la necesidad de contextualización estructural y genética, mucho más allá de los datos recolectados y porcentajes generados en cuestionarios y encuestas, como una forma de pensar sobre la importancia e interpretación informativa de las prácticas culturales. A su vez, el artículo *Función actancial de los personajes en una narración: el modelo actancial de Greimas*, de Valerio Fuenzalida, discute cómo los personajes pueden ser múltiples, pero, igualmente desempeñaron una de las seis principales funciones estructurales de la narrativa. La obra de Gustavo Cimadevilla, titulada *Milicos, gestores y literatos: La historia jamás contada del IX Congreso IAMCR en Buenos Aires (1972)*, realiza un recorrido histórico que evoca no apenas la perspectiva histórica e institucional, sino que también explica que la memoria de este período (o su ausencia) puede haber sido fundamental para la constitución del campo comunicacional del sur.

En *El periodismo como territorio para espíritus indomables. Historia, mutaciones y desafíos*, Orlando Villalobos presenta cómo el periodismo y la comunicación, como disciplinas académicas y profesionales, vienen experimentando cambios radicales en un intento de dar respuesta a las exigencias del momento actual, bien como de formar un profesional que sea apto de afrontar las constantes transformaciones tecnológicas y políticas. Aún en el ámbito de las discusiones interdisciplinarias, Sandra Massoni y Mateo J. Bussi contribuyen a esta edición con el artículo *E-Ciencia e Interdisciplina: nodos de visualización como aporte al medir comunicación en IEC*. En el trabajo, los autores analizan siete proyectos de Investigación E-nativa en Comunicación que utilizan el software IEC y, desde el contexto de la E-Ciencia, promueven reconfiguraciones intersubjetivas en el entorno sociocultural de los equipos de investigación en estudio.

Los paradigmas informativos y relacionales en la formación en periodismo,



escrito por Edileuson Santos Almeida, Ada Cristina Machado Silveira y Aline Roes Dalmolin, debate el proceso formativo en cursos de periodismo en Brasil que terminan de transitar entre propuestas experimentales y de especialización. Avanzando hacia la economía política de la comunicación en el escenario mexicano, Francisco Javier Vidal Bonifaz presenta cómo los cuatro mayores grupos comerciales de radio abierta controlan la propiedad de una cuarta parte de las estaciones del país en *El estado de concentración de la radio comercial abierta en México, 2019*. Amparado en contribuciones de los estudios de encuadramiento y del Análisis del Discurso, el trabajo *La destitución de Dilma en G1 y Nexo: de la vocación a la padronización del periodismo*, desarrollado por Beatriz Becker e Igor Waltz, habla de cómo las prácticas que sufren intensas reconfiguraciones delante del panorama digital y todavía presentan una intensificación de la relación entre regímenes y efectos de verdad en los modelos discursivos actuales.

Al redireccionar la mirada hacia una visión contextual del continente, el artículo *América Latina en el cubrimiento periodístico: un análisis de la editoria Mundo de los portales Folha de S. Paulo e O Globo*, de Camilla Quesada Tavares y Marina Michelis de Lima Fernandes, se propone comprender cómo aparecen los países latinoamericanos en los periódicos brasileños a través del análisis de 1.996 noticias (publicadas entre abril y julio de 2018). *Una posible ruta de periodismo fotográfico desde la génesis de sus manuales*, un artículo de João Guilherme de Melo Peixoto, busca explicar las dimensiones técnicas, lingüísticas y deontológicas del oficio del fotoperiodismo a partir de “News Photography” (Jack Price, 1932), el primer manual centrado en el tema.

En *Comunidades eclesiales de base (CEB) en Mato Grosso/ Brasil: Comunicación y las Prácticas Culturales*, los investigadores Gibran Luis Lachowski y Yuji Gushiken analizan el culto a los mártires y la mística espiritual, observados en una investigación de campo en el estado de Mato Grosso (2017-2020). Isabella Pichiguelli y Míriam Cristina Carlos Silva traen a la cantante Baby do Brasil al centro del escenario en *La poética antropofágica incomprendida: representaciones mediáticas del gospel-secular en Baby do Brasil*. Según las autoras, a pesar de la catalogación de varias formas representativas, siguen siendo muy fuertes y visibles las incomprendiciones de la mezcla gospel-secular operada por un artista que transita a través de sus fronteras.

Otra reflexión importante es la que trae Esther M. Burgos Ostolaza en *La marca país necesita proyectar un país sano: Puerto Rico y su situación actual*. En este artículo, la investigadora apuesta por la idea de que la estandarización de los símbolos patrios y la promoción de la conciencia ciudadana pueden ayudar a la consolidación de la marca país al alinear la comunicación, el discurso y el comportamiento social en el contexto puertorriqueño. La obra *El diseño gráfico a través del discurso de sus actores. Reflexiones epistemológicas*, elaborado por Karina Gabriela Ramírez Paredes, aborda las perspectivas y definiciones que ha tenido el diseño gráfico desde su concepción, además de proponer una nueva conceptualización del campo desde un punto de vista interdisciplinario en el que la comunicación es el elemento de convergencia.

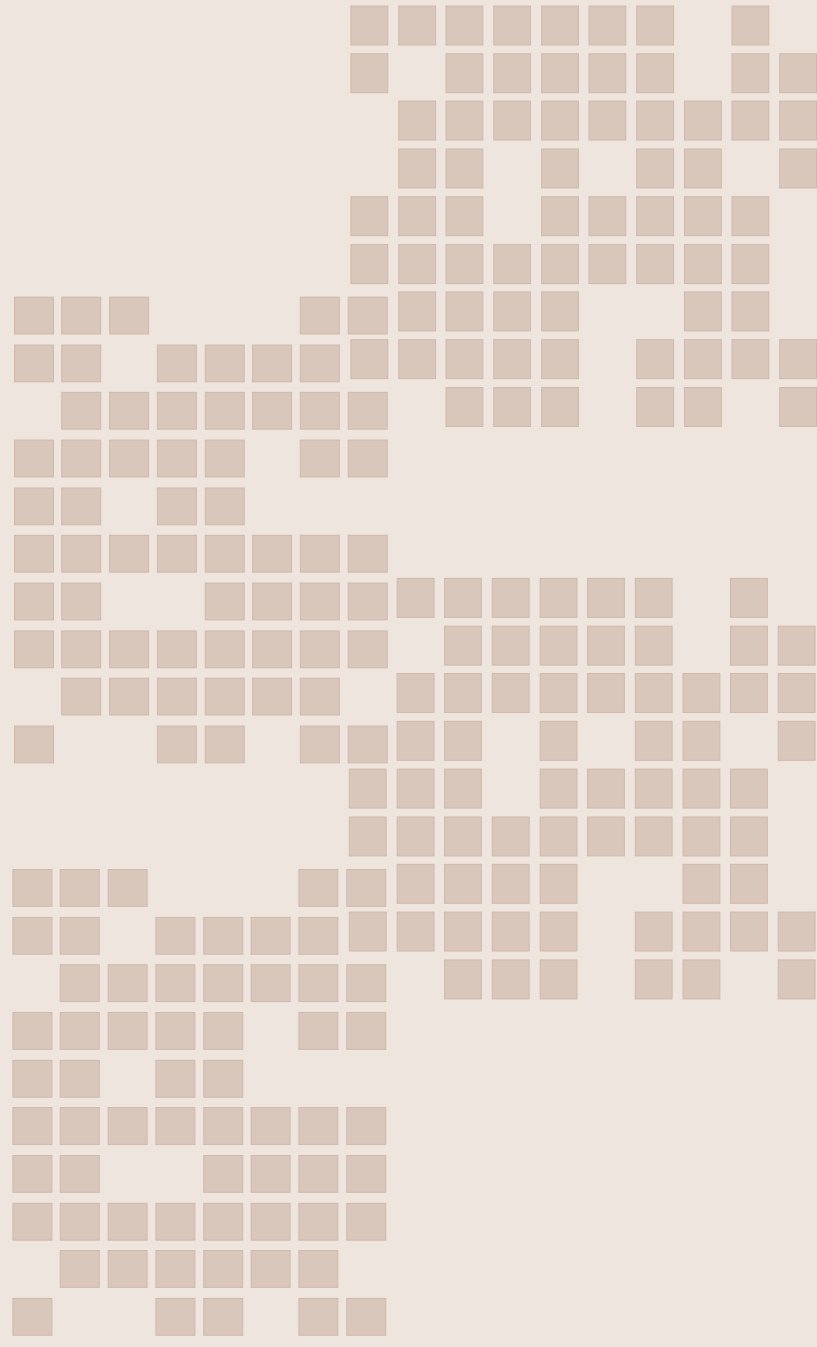
También en este número, el lector tendrá acceso a la entrevista realizada por Ana Regina Rêgo al historiador, profesor e investigador francés Roger Chartier. Catedrático emérito del Collège de France y profesor de la École des Hautes Études en Sciences Sociales, en París, Chartier es internacionalmente conocido y referenciado como un investigador preocupado por unir análisis históricos con el campo de la cultura y la comunicación (especialmente por la historia de la lectura, de los libros y de los estudios de representación). En esta entrevista, Rêgo y Chartier problematizan la percepción temporal

en un contexto en el que no solo la pandemia es el elemento central, sino que también los desafíos y riesgos para la democracia terminan siendo parte del principal trasfondo que envuelve las turbulencias del tiempo presente.

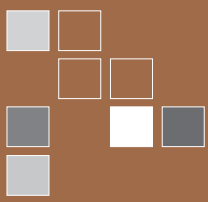
Ya en el trabajo *El Posgrado en Ciencias de la Comunicación de la USP: cambios de un programa de referencia en iberoamerica*, presente en la sección de Estudios, Roseli Fíguro y Eneus Trindade presentan como tema principal la reestructuración del Programa de Posgrado en Ciencias de la Comunicación en la Universidad de São Paulo (PPGCom-USP) discutiendo el proyecto político pedagógico, grupos de investigación y acciones de nucleación nacional y relaciones internacionales. Igualmente importante en la forma cómo la comunicación palpita a través de canales interdisciplinarios que van desde la sociología a las ciencias políticas, la reseña escrita por Ana Cristina Suzina, invita al lector a revisar las protestas que han sacudido a Brasil en la última década. Bajo el título *Visibilidad mediada y lucha de poder en las protestas de junio de 2013 en Brasil*, la reseña aporta con una mirada crítica a la lectura emprendida por César Jiménez-Martínez en el libro “Media and the Image of the Nation during Brazil’s 2013 Protests” (2020).

Por último, nos gustaría reforzar nuestro agradecimiento a las investigadoras e investigadores que colaboraron con la construcción de este número a través de trabajos que se distribuyen en los apartados de artículos, entrevista, estudio y reseña, así como al cuerpo de revisores y al equipo de la revista que acompañó todo el proceso editorial de esta singular edición de la *Revista Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación*. ¡Una excelente (e interdisciplinaria) lectura!

Margarida Maria Krohling Kunsch
Maria Cristina Palma Mungioli
Anderson Lopes da Silva



ARTIGOS LIVRES/ARTÍCULOS LIBRES



LAS ENCUESTAS Y LA GENERACIÓN DE INFORMACIÓN CIENTÍFICA SOBRE LA CULTURA

SURVEYS AND THE GENERATION OF SCIENTIFIC INFORMATION ON CULTURE

PESQUISAS E GERAÇÃO DE INFORMAÇÃO CIENTÍFICA SOBRE CULTURA

Jorge A. González

■ Investigador de Tiempo completo del Centro de Investigaciones Interdisciplinarias en Ciencias y Humanidades de la Universidad Nacional Autónoma de México. Miembro del Sistema Nacional de Investigadores (Nivel 3 desde 2005). Miembro de Academia Mexicana de Ciencias, The Complex Systems Society, International Sociological Association, Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación. Estudia la dimensión simbólica de la alimentación desde la teoría de los sistemas complejos.

Promueve *comunidades emergentes de conocimiento* alimentario, en salud y convivialidad. Su libro más reciente (con Cicilia Krohling Peruzzo): *Arte y oficio de la investigación científica. Cuestiones epistemológicas y metodológicas*, Quito, Ciespal, 2020. Sus publicaciones se encuentran disponibles en: Academia. Edu: <https://unam.academia.edu/JORGEAGONZALEZ/Papers> Researchgate: https://www.researchgate.net/profile/Jorge_Gonzalez27

■ A la memoria de RML y de VFO

Dedico estas notas a una doble memoria: a **Víctor Flores Olea**, funcionario, artista, intelectual y entendedor de la importancia estratégica de los sistemas de información cultural y muy especialmente a **Ricardo Morales Lira** (*El Oso*) profesor, investigador, gestor, amigo, blusero y compa veracruzano por nacimiento y tijuaneño por voluntad, cuyo talento, liderazgo y compromiso siempre será para todas y todos aquellos más de ciento cincuenta participantes que hicimos en 1994 el estudio FOCYP (Formación de Ofertas Culturales y sus Públicos), un ejemplo de que es necesario y posible hacer investigación de calidad sobre la cultura en México (González, 1994; González, 1995).



RESUMEN

Anotaciones teóricas sobre la importancia y la interpretación de la información sobre prácticas culturales generada a base de encuestas. El texto plantea que no es posible representar una práctica cultural mediante un porcentaje. Para comprender y explicar esas características que las técnicas describen, se deben considerar dos principios. Uno es **estructural**, que se concentra en la red de relaciones con otras prácticas cuyas interacciones hacen posible lo que las cifras apuntan. El otro principio es genético porque pone en perspectiva histórica los procesos de estructuración de esas relaciones y con ello abre la puerta para establecer explicaciones causales.

PALABRAS-CLAVES: CIENCIA; CULTURA; SOCIEDAD.

ABSTRACT

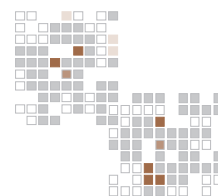
Conceptual and methodological annotations on the importance and interpretation of information on cultural practices generated by surveys. The text states that it is not possible to represent a cultural practice by a percentage. To understand and explain those characteristics that the techniques describe, two principles should be considered. One is **structural**, which focuses on the network of relationships with other practices whose interactions make possible what the figures point out. The other principle is genetic because it puts into a historical perspective the processes of structuring these relationships and thus opens the door to establish causal explanations.

KEYWORDS: SCIENCE; CULTURE; SOCIETY.

RESUMO

Anotações conceituais e metodológicas sobre a importância e interpretação da informação sobre práticas culturais geradas pelas pesquisas. O texto afirma que não é possível representar uma prática cultural por um percentual. Para entender e explicar essas características que as técnicas descrevem, dois princípios devem ser considerados. Um deles é **estrutural**, que se concentra na rede de relacionamentos com outras práticas cujas interações possibilitam o que os números apontam. O outro princípio é genético, porque coloca em uma perspectiva histórica os processos de estruturação dessas relações e, assim, abre a porta para estabelecer explicações causais.

PALAVRAS-CHAVE: CIÊNCIA; CULTURA; SOCIEDADE.



1. Introducción

Este muy breve texto presenta una serie de principios que pueden ser de utilidad para mejorar el estudio científico de los procesos culturales de la sociedad. La ciencia, como conjunto de discursos, agentes e instituciones especializados, no solo se contenta con hacer descripciones, por más detalladas que estas sean, de aquello que estudia. Tampoco basta, para producir un efecto de cientificidad establecer relaciones causales, por más contundentes que también se ofrezcan y parezcan.

Por el contrario, a partir de las dos anteriores, el discurso científico adquiere su pleno estatuto solo cuando es capaz de representar los procesos de transformación de sus objetos. Es decir, en otras palabras, cuando desarrolla una *teoría*.

Por descontado queda tomar distancia de los malentendidos que confunden una teoría con una colección de conceptos atractivos, formulaciones conceptuales de moda, metáforas sugestivas y conjuntos de generalizaciones empíricas a partir de muchos estudios que replican y replican a otros estudios.

Desde un punto de vista rigurosamente científico, una teoría *científica* tiene la forma de una estructura, es decir, de un *sistema de transformaciones*, decía Piaget (1971: 10). El estudio detallado y la formulación de la *continuidad funcional de los mecanismos constructivos* del conocimiento humano en una dialéctica constante de equilibraciones y des-equilibraciones. Este principio fundamental fue rigurosamente documentado, primero en los procesos psicogenéticos de las etapas iniciales, y posteriormente en la historia de las disciplinas científicas (Piaget y García, 1982) (García, 2000).

El texto presenta una serie de reflexiones que acompañaron la interpretación por diversos autores de los datos de una encuesta a nivel nacional realizada por la Coordinación de Difusión Cultural de la Universidad Nacional Autónoma

de México para conocer las prácticas culturales durante el largo período de confinamiento de la pandemia de Covid-19 en México (UNAM, 2021), pero no voy a entrar en los detalles estadísticos de dicho estudio.

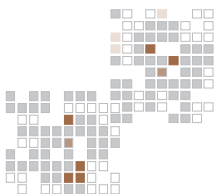
El objetivo de estas notas es doble. De un lado, señalar la importancia estratégica de generar información descriptiva sobre los comportamientos llamados “culturales”. De otro lado, por razones de espacio, ofrecer de manera exageradamente esquemática una perspectiva teórica que colabore a dimensionar los estudios y sondeos estadísticos sobre este particular tema. Veremos que no basta contentarnos con producir información de superficie, aun cuando ciertas propiedades y características del objeto de estudio se *distribuyen* (Ibáñez, 1979) a lo largo de la parte más evidente de la sociedad para orientar la toma de decisiones.

Hay por lo menos otras dos dimensiones del conocimiento de la vida social que para volverla inteligible ese objeto deben hacerse preguntas y procedimientos distintos, que pueden ser complementarios entre sí (González y Krohling Peruzzo, 2019: 166).

De cualquier modo, el objetivo de toda ciencia es generar un discurso que permita representarnos sus objetos como procesos, porque eso permite la anticipación.

Esto, hay que advertirlo con toda claridad, no es una obligación que deba pesar en las espaldas de cada investigadora o investigador aislados; una especie de espada de Damocles que haga insufrible e insensato cualquier proyecto de investigación más humilde que se proponga la descripción detallada de las propiedades de un objeto, o alguna otra que pretenda comprender e interpretar el sentido de una práctica.

Por el contrario, como documenta la historia de la ciencia en todas sus disciplinas, una representación dinámica, procesual de sus objetos es el fruto acumulativo de un emprendimiento



colectivo y distribuido que, como todo campo de producción discursiva, se comporta como un espacio controversial (Nudler, 2004).

2. Conocer

El conocimiento es acción.

Solo conocemos las cosas cuando actuamos sobre ellas. Pero no se puede conocer *todo* y de una sola vez. De hecho, de nuestro contacto con lo real, alcanzamos a conocer solo algunos de sus fragmentos, hilachos, jirones, aspectos de lo que suponemos (o nos contaron) que son algunas de sus partes, algunos de sus elementos constitutivos.

Una vez en marcha esta actividad, enfrentamos un doble desafío: por un lado, aprender a *diferenciar* sus componentes; por el otro, tratar de *integrar* esos recortes dentro de una nueva perspectiva siempre incompleta, abierta y necesariamente abstracta que nos permita *actuar mejor que antes* sobre esos aspectos de nuestro mundo.

3. De las propiedades a las relaciones y de las relaciones hacia los procesos

La forma *científica* de conocer cualquier objeto (incluyendo la sociedad en todas sus posibles dimensiones) es imaginarlo, considerarlo, tratarlo, construirlo e intentar documentarlo como un *proceso*.

Pero nadie, salvo Funes el Memorioso, es capaz de “ver” y reconstruir directamente y en tiempo real, las transformaciones que implica un proceso:

(... Funes) “no lo olvidemos, era casi incapaz de ideas generales, platónicas. No sólo le costaba comprender que el símbolo genérico *perro* abarcara tantos individuos dispares de diversos tamaños y diversa forma; le molestaba que el perro de las tres y catorce (visto de perfil) tuviera el mismo nombre que el perro de las tres

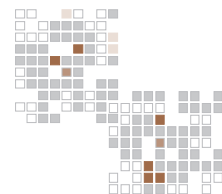
y cuarto (visto de frente). Su propia cara en el espejo, sus propias manos, lo sorprendían cada vez. Refiere Swift que el emperador de Lilliput discernía el movimiento del minuterero; Funes discernía continuamente los tranquilos avances de la corrupción, de las caries, de la fatiga.” (Borges, 1974: 490).

Salvo el extraño caso literario de Funes, los seres humanos solo alcanzamos a describir algunas características y propiedades de aquello que vemos (que siempre es un recorte y nunca el “todo”) y este recorte depende de muchas condiciones tanto internas como externas y un abanico de mediaciones entre las dos. El punto de vista de quien observa *perturba* lo observado. Lo que quiere decir que no se puede observar nada sin interpretarlo.

Esto es uno de los hallazgos fundamentales del trabajo de Piaget y el Centro Internacional de Epistemología Genética, que demuele de hecho, aunque no se lo reconozca o se desconozca, la dominante perspectiva empirista de la producción científica. Nuestro “objeto” (por ejemplo, “las prácticas culturales”) no está ahí, nada más, esperándonos y listo para ser medido. Cualquier objeto de conocimiento se conquista, se acecha, se corretea, se balconea, técnicamente “se estructura”, no está “estructurado”, pero no se deja estructurar de cualquier manera (González y Krohling Peruzzo, 2020: 82).

En la ciencia, cualesquiera de las disciplinas de las que se trate, no hay (ni puede haber) descripciones *puras*, porque toda medición es el resultado de una atribución de quien mide sobre algunas de las determinaciones del objeto “medido”. Y en esta perspectiva, toda técnica se puede entender como la actualización procedimental de una teoría. Tampoco hay técnicas inmaculadas e inocentes.

Russel Hanson (1977) lo planteó desde la filosofía empirista de la ciencia, pero la epistemolo-



gía genética se encargó de teorizar con todo rigor y contrastar empíricamente esta idea, tanto en el estudio clínico del desarrollo cognoscitivo de los niños, como en la historia de las diferentes disciplinas (García, 2000: 137).

En la ciencia, entendemos que la especificidad de las características que podemos registrar en un momento dado (como aquellas que registra cualquier encuesta en forma de porcentajes o frecuencias relativas) *depende de una configuración de relaciones*, de una estructura que no vemos de forma directa, sino que debe ser inferida, es decir, construida. Si cambian las relaciones, se modifican las propiedades. Entonces, si las estructuras de las que dependen las propiedades de un objeto no son directamente observables, mucho menos los procesos. Éstos resultan doblemente invisibles a los ojos, porque son cursos de acción en los que se transforman y reorganizan las estructuras en el tiempo. Una teoría científica, no se contenta con conceptos y metáforas sexys, es una representación que permite volver inteligibles una serie de procesos.

En síntesis, comprender algo *como un proceso* es el efecto de una *doble inferencia* que tenemos que construir a partir de fragmentos de información (lo que nos dan los porcentajes, por ejemplo) que adquieren su particularidad a partir de las relaciones y solo desde ahí se logra comprender y potencialmente explicar las propiedades de las cosas, de los comportamientos sociales.

4. Conocer para actuar sobre los comportamientos culturales

La Encuesta Nacional sobre Hábitos y Consumo Cultural 2020, organizada desde la Coordinación de Difusión Cultural de la UNAM me pareció un acierto. Más que escribir sobre algún aspecto de esos resultados, me gustaría señalar muy brevemente, y en función de los puntos que anteceden, algunas consideraciones.

La información sobre los comportamientos

culturales de la sociedad es (y debería ser) estratégica. A pesar de diferentes iniciativas, al menos desde 1991 que creamos para el Consejo Nacional para la Cultura y las Artes (Conaculta) el Sistema Nacional de Información Cultural (SNIC), a nivel gubernamental continuamos tomando decisiones con poca y a veces deficiente calidad de información sobre las prácticas culturales en México. Por eso es de celebrar esta iniciativa de acercarse mediante la información básica, durante esta pandemia, a la situación de los mexicanos que están más relacionados con las ofertas culturales.

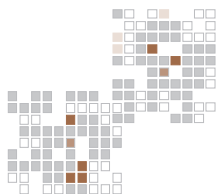
Algunas de las cifras encontradas en este nuevo estudio (UNAM, 2021) confirman recurrentemente lo que encontramos en 1994 (González y Chávez, 1996) y posteriormente volvió a aparecer en el estudio de 2004 y otros posteriores¹.

Rastrear el pulso de los comportamientos culturales a lo largo de décadas nos podría proporcionar un conocimiento mucho más y mejor fundamentado; es decir, nos podría habilitar para actuar de manera menos improvisada e inconexa en el diseño y evaluación de las políticas culturales.

Por los vaivenes de la administración cultural, de los funcionarios y de las instituciones culturales del Estado dentro de la resaca de una querrela intelectual², esa primera encuesta nacional de prácticas y hábitos culturales de los mexicanos (González y Chávez, 1996) una vez entregada a la presidencia de Conaculta en 1994, simplemente “se extravió”.

1 Es una pena que tan importantes iniciativas, especialmente la primera (1994), no estuvieran referidas, criticadas y conectadas, al menos referencialmente con las encuestas oficiales que siguieron. Cfr. el repositorio del Sistema de Información Cultural: https://sic.cultura.gob.mx/publicaciones_ep.php

2 Ver: Octavio Paz “La conjura de los letrados” y la respuesta “Nexos y el Coloquio de Invierno” que llevó a la renuncia del fundador del Consejo Nacional para la Cultura y las Artes en 1992.



La deriva del propio SNIC cambió³, y ese enorme y costoso esfuerzo finalmente sirvió para formar en todo el país a más de una centena de estudiantes y profesores que en forma de red, aprovecharon la información generada para titularse, publicar, afianzar sus carreras académicas y motivarse a seguir en la investigación. Queda todavía por historiar este proceso de formación de redes para la investigación⁴.

El objetivo inicial de aquel proyecto para las políticas culturales, nomás no se logró.

Las estadísticas, los números y la verosimilitud de las encuestas, les parecen a los funcionarios de la cultura algo “muy serio y científico”, insumos importantes para ver la forma en que la gente se relaciona con las obras, los artistas, las instituciones de la cultura. Y en parte tienen razón. Pero no hay nada más erróneo y equívoco que usar un porcentaje para representar una práctica cultural. Las cifras que aparecen después de aplicar una encuesta (una vez establecida la calidad del instrumento, la representatividad de la muestra, la sistematización de los resultados, el procesamiento y las líneas de interpretación sugeridas) son solo la punta de un iceberg.

Para que tengan sentido —y eso fue lo que planteamos e hicimos para Conaculta con el proyecto FOCYP— debemos considerar que por debajo de toda práctica cultural se han tejido por lo menos dos historias.

La historia de los *sportes materiales* de la cultura y la historia de la creación, distribución y

apropiación de las *disposiciones cognitivas* que permiten distinguir, apreciar, disfrutar e interpretar una práctica cultural. Dos procesos necesariamente entrelazados que conforman la enorme montaña de hielo (para continuar con la metáfora) que yace debajo de la imagen de la punta que describimos profusamente con ayuda de los porcentajes. Esas dos historias no pueden aparecer registradas en un porcentaje, en una frecuencia relativa ni en las medidas de tendencia central, pero al ser construidas, la densidad y relevancia de esas cifras “duras” puede ser comprendida y también explicada.

Sigo pensando que, en próximos estudios, además del esfuerzo de hacer una encuesta, se debería tomar en cuenta **dos principios** congruentes con una teoría de la cultura (Giménez, 2007) que aspire no solo a *describir* los comportamientos, sino a proporcionarnos el conocimiento de las relaciones que los han generado para *comprenderlos* y de las transformaciones en el tiempo de dichas estructuras, para así poder *explicarlos*.

Comprender y explicar, son dos momentos de una investigación científica. No son opuestos como les encanta sostener a los fervientes creyentes o descreídos en lo “cualitativo” contra lo “cuantitativo”⁵, sino por el contrario, en una estrategia de construcción científica de su inteligibilidad, se complementan (Goldmann, 1971: 218).

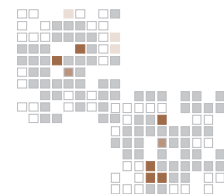
5. Dos principios constructivos de las prácticas culturales

a) El principio estructural. Toda práctica cultural adquiere su sentido solo cuando se coloca dentro de una estructura de relaciones con otras

3 Después de diversos tumbos políticos y cambios de administración, aquel Sistema Nacional de Información Cultural, derivó en el Sistema de Información Cultural de la hoy Secretaría de Cultura del gobierno federal.

4 Ver: por ejemplo, el caso del equipo de Tijuana que replicó la metodología del estudio nacional en una calle emblemática de la ciudad (Morales y Cortez, 1995); y el trabajo de cartografías urbanas en la ciudad de León, Guanajuato (Gómez, 2001). Hay evidencias de cerca de 100 trabajos de titulación en los tres niveles de educación superior en al menos una decena de disciplinas de los estudiantes que participaron en el proyecto.

5 Esta falsa antinomia sigue siendo asumida sin rastro de crítica en centenas de cursos de investigación y en el espíritu del aprendizaje en los cursos y facultades de ciencias sociales y humanidades por toda Iberoamérica. Algo parecido dentro de una formación empirista sucede también en el área de las ciencias conocidas como nomotético-deductivas.



prácticas, sean o no “culturales” (Pronovost, 1995: 48). Nunca se efectúan de forma aislada, puras, nítidas e inmaculadas. Estudiar y determinar ese conjunto de relaciones con diferentes prácticas nos ayuda a establecer el peso relativo de lo que queremos estudiar dentro de una configuración específica de la que emerge su sentido. Por el contrario, tratar de estudiarlas de forma aislada y sin “contaminación” con otras, destotaliza la perspectiva y con ello nos impide calibrar y valorar la misma práctica que queremos conocer para actuar sobre su evolución en escenarios futuros (González, 1995).

b) El principio genético. Toda práctica cultural, así como la propia estructura performativa sobre la especificidad de lo que estudiamos, es el resultado de una historia, de una trayectoria, de un curso de transformaciones en el tiempo de las disposiciones cognitivas que nos hacen público (o no) de alguna oferta cultural. La cultura no solo existe en los objetos, las prácticas y las instituciones especializadas, sino que tiene una dimensión subjetiva (pero no individual) cuando se incorpora en forma de esquemas de percepción, de valoración y de acción en el mundo social (Bourdieu, 1998: 54). En otras palabras, cualquier valor cultural que no se vuelve “cuerpo”, que no se interioriza bajo la forma de disposiciones estéticas, de disposiciones lógicas, disposiciones valorativas, simplemente desaparece en el tiempo.

Así pues, sabemos que no hay estructuras sin historia (toda configuración de relaciones es producto de tensiones y luchas en devenir), ni existe ninguna historia sin estructuras. El verdadero objeto de estudio a conquistar está en conocer los procesos de estructuración. Son estos dos principios los que nos abren la posibilidad de comprender y explicar las particularidades de los comportamientos *culturales*, tanto en condicio-

nes de equilibrio dinámico y resiliencia, como en situaciones extraordinarias de riesgo, vulnerabilidad e incertidumbre.

Desde luego, la orientación a la que empujan dichos principios va más allá de realizar regularmente encuestas descriptivas, que, insisto, me parece una acción indispensable y que debería ser continuada, precisada y mejorada. Pero si queremos *conocer* (es decir, generar capacidad de *actuar* en consecuencia de nuevas diferencias e integraciones) con mejor profundidad, el espesor y la dinámica de transformaciones de las prácticas culturales, necesitamos información conseguida mediante la aplicación crítica de ambos principios atrás enunciados. Y esto requiere la formación de investigadoras e investigadores que tengan una visión mucho más amplia de su propio oficio, del sentido de la ciencia, de los métodos de análisis y de las diversas técnicas de investigación que tenemos a la mano para conocer el mundo (González y Krohling-Peruzzo, 2019).

Lo que hasta aquí hemos esbozado, nos conduce a la necesidad de planear y desarrollar una investigación *multidisciplinaria* que sea capaz de generar *conocimiento interdisciplinario*, transversal entre la sociología, la antropología, la historia, la economía, la semiótica, la psicología social, la neurología y otras disciplinas. La teoría de los sistemas complejos (García, 2006) nos puede ayudar en esto. Pero muchas cosas operan en contra de tal desiderátum.

La primera, tiene que ver con la formación unidimensional, estrómicamente disciplinaria e irreflexivamente empirista de los futuros científicos que deben estudiar la sociedad, pero en especial desde el punto de vista de los procesos de significación; es decir, de la cultura. Una formación académica infelizmente carente de contacto institucional, teórico y procedimental con *otras* disciplinas.

Las universidades, los institutos y centros de



investigación científica de Iberoamérica tienen que hacer modificaciones estructurales y normativas para que sus áreas de investigación científica, humanidades y de difusión o extensión cultural puedan imaginar, tejer y desarrollar proyectos conjuntos que, en vez de dificultar el diálogo y la colaboración metodológica, faciliten la acción conjunta que esta empresa requiere.

La segunda, interesa a las instituciones del Estado que tienen bajo mandato la creación, la difusión, la promoción, la preservación (y el conocimiento) de las *formas simbólicas* (Thompson, 1990: 227) que materializan lo que llamamos lisa y llanamente “cultura”.

La desconexión perversa que opera al interior de ellas, la configuración de feudos tan inexpugnables como aislados, es un obstáculo formidable contra cualquier acción que pugne y busque, precisamente, la conexión, la cooperación, la integración frente a problemas perversos y complejos⁶.

6 Una reciente iniciativa del Gobierno Federal de México es la creación del Grupo intersecretarial de Salud, Alimentación, Medio Ambiente y Competitividad (GISAMAC) una de cuyas tareas es el diseño, coordinación y ejecución del Programa Especial para un Sistema Alimentario Justo, Saludable y Sustentable. Para ello se establece un trabajo permanente de interrelación entre diversos ministerios del poder ejecutivo con expertos y activistas en la lucha contra la deshabilitación de la soberanía alimentaria y sus nefastas consecuencias en enfermedades crónicas y degenerativas no contagiables (Obesidad, diabetes, hipertensión, tabaquismo, EPOC) de las que México ocupa uno de los primeros lugares en el mundo. Con la sindemia de obesidad, malnutrición y cambio climático global, la situación de México vino a complicarse en 2019 con la pandemia COVID-19. Un gran porcentaje (87%) de los doscientos mil muertos al final de marzo 2021 padecían una o varias de esas enfermedades no transmisibles, es decir, sociales. Comprender y explicar una estadística, requiere ubicar su especificidad dentro de una visión estructural y procesual. Y sobre esta condición y la precaria situación del sistema nacional de salud, más otras variables convergentes como la movilidad y la densidad demográfica se finca la vulnerabilidad de la sociedad mexicana frente a la pandemia. La clave de las relaciones de interdefinibilidad de este complejo empírico apunta al papel determinante de las enormes corporaciones alimentarias (González, 2021), y al grado de capacidad de organización social y gobernanza.

Entre los Estados y gobiernos de América Latina y sus universidades, tanto públicas como privadas, opera un patrón de autosimilitud a escala que eterniza una especie de síndrome de la desconexión. Pero recordemos que conocer tiene que ver con la capacidad de establecer diferencias e integrarlas, precisamente el polo opuesto a la desconexión, la desorganización y la improvisación.

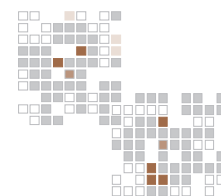
La tercera, en fin, me parece que está, no en las instituciones, sino en las deprimidas y desestimuladas redes de convivencia social. Aquí no me refiero solamente a las plataformas informáticas (tipo Facebook, Twitter, Instagram, Orcut, TikTok, etcétera) que permiten conectarse a muchas personas distantes, desconocidas entre sí, pero estéticamente próximas porque tienen o se habilitan y comparten disposiciones similares.

Dentro de la semiosis infinita que conforma, junto con la producción material a cualquier sociedad humana (Echeverría, 2010: 24), queda siempre por estudiar en esas redes de convivencia social cotidiana la compleja dialéctica entre las *gramáticas de la producción* de las formas simbólicas y *las gramáticas de su reconocimiento* (Verón, 1993).

Dicha dinámica nunca ha sido, ni podrá ser lineal. Presenta muchos matices y de ese movimiento entre producción y reconocimiento, que es mucho más que la simplista visión del binomio “emisión-recepción”, surge la construcción de los sujetos, del sentido de sus necesidades, de sus identidades y de sus valores (Giménez, 2007).

Existen, además, pocos y aislados estudios sobre este problema en América Latina, y sucede que los que existen, por lo general están completamente desconectados entre sí.

En buena parte seguimos siendo “colonias” que buscamos la aprobación del colonizador –en este caso, científico— antes que la conexión creativa con los otros iguales, con los otros colonizados.



Los asuntos de *la cultura* en las sociedades contemporáneas (y mucho más en condiciones de alta incertidumbre, desasosiego, desempleo, depresión y temor, como nos ha mostrado esta pandemia) son –parafraseando a John Lennon– “un arma caliente”.

Y en estas batallas, tenemos que conocer con el mejor detalle posible esas *armas* para actuar menos improvisadamente, menos sumisos y desconectados, con posibilidades concretas y prácticas

de mejorar la calidad de la vida de nuestras sociedades, de generar y hacer efectivos nuestros sueños y de abrir otros mundos posibles para todos y todas.

El terreno preciso de lo que llamamos controvercialmente “la cultura”.

Nota: Una primera versión de este texto se publicó como “Observar, estimar, medir, procesar, entender y actuar en tiempos difíciles. Notas sobre la generación de información cultural de la sociedad” (UNAM, 2021).

Referencias

BORGES, Jorge Luís (1974) *Obras completas. 1923-1972*, Buenos Aires, Emecé Editores.

BOURDIEU, Pierre (1998) *La distinción. Criterios y bases sociales del gusto*, Madrid, Taurus.

ECHEVERRÍA, Bolívar (2010) *Definición de la cultura*, México, Fondo de Cultura Económica.

GARCÍA, Rolando (2000) *El conocimiento en construcción. De las formulaciones de Jean Piaget a la teoría de los sistemas complejos*, Barcelona, Gedisa.

GARCÍA, Rolando (2006) *Sistemas complejos. Conceptos, método y fundamentación epistemológica de la investigación interdisciplinaria*, Barcelona, Gedisa.

GIMÉNEZ, Gilberto (2007) *Estudios sobre la cultura y las identidades sociales*, México, Conaculta.

Goldmann, Lucien (1971) “El estructuralismo genético en sociología de la literatura”, en Barthes, Lefevre y Goldman et. al. *Literatura y sociedad. Problemas de metodología en sociología de la literatura*, Barcelona, Ediciones Martínez Roca, pp. 205-222.

GÓMEZ V. Héctor (2001) *Cartografías urbanas y equipamiento cultural en León*, México, FONCA-UIA, IMPLAN.

GONZÁLEZ, Jorge A. (1994) “La transformación de las ofertas culturales y sus públicos en México”, en *Estudios sobre las Culturas Contemporáneas*, Vol. VI, Núm. 18, Universidad de Colima. Disponible en https://www.researchgate.net/publication/26485178_La_transformacion_de_las_ofertas_culturales_y_sus_publicos_en_Mexico
[Una apuesta y una propuesta a la par in-decorosas](#)

GONZÁLEZ, Jorge A. (1995) “Coordenadas del imaginario. Proto-

colo para el uso de cartografías culturales”, *Estudios sobre las Culturas Contemporáneas*, Época II, Vol. I, Núm. 2, Universidad de Colima. <https://www.redalyc.org/pdf/316/31600208.pdf>

GONZÁLEZ, Jorge A. y Chávez, Ma. Guadalupe (1996) *La cultura en México. Cifras Clave*. México, Conaculta y Universidad de Colima. Disponible en http://sic.gob.mx/ficha.php?table=centrodoc&table_id=478

GONZÁLEZ, Jorge A. (2013) “Con la dieta en problemas. Reflexiones entre ciencia y política de la cultura en México”: *Revista Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación*, Año 10, No. 18: 46-64.

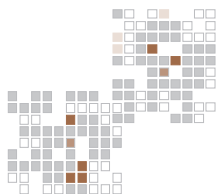
GONZÁLEZ, Jorge A. y Krohling Peruzzo, Cecilia M. (2019) *Arte y oficio de la investigación científica. Cuestiones epistemológicas y metodológicas*, Quito, CIESPAL. Disponible en https://www.researchgate.net/publication/342393714_Arte_y_oficio_de_la_investigacion_cientifica_Cuestiones_epistemologicas_y_metodologicas

GONZÁLEZ, Jorge A. (2021) “Aproximaciones a un Complejo Simbólico Alimentario”, en Ramos, María de la Paz y Niccolai, Sergio (Coords.) *Diálogos sobre complejidad e interdisciplina*, México, CEIICH-UNAM: 329-355.

HANSON, Russel (1977) *Patrones de descubrimiento. Observación y Explicación*. Madrid, Alianza.

IBÁÑEZ, Jesús (1979) *Más allá de la sociología*. Madrid: Siglo XXI.

MORALES, Ricardo y Cortez, Alfonso (1995) “La revolución también es una calle. De frentes, fronteras y cruces culturales” en *Estudios sobre las Culturas Contemporáneas*, Época II, Vol. I, Núm. 2, Universidad de Colima, pp. 9-31. Disponible en http://bvirtual.uco.mx/descargables/24_la_revolucion_tambien_es_una_calle.pdf



NUDLER, Oscar (2004) “Hacia un modelo de cambio conceptual: espacios controversiales y refocalización” en *Revista de Filosofía*, Vol. 29 Núm. 2: 7-19.

PIAGET, Jean y García, Rolando (1982) *Psicogénesis e historia de la ciencia*, México, Siglo XXI.

PRONOVOST, Gilles (1995) “Medios: Elementos para el estudio de la formación de usos sociales”, en *Estudios sobre las Culturas Contemporáneas*, Época II, Vol. I, Núm. 1, Universidad de Colima. Disponible en <https://www.redalyc.org/pdf/316/31600104.pdf>

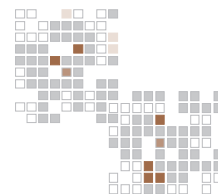
THE LANCET COMMISSION (2019) *Food in the Anthropocene: the EAT-Lancet Commission on healthy diets from sustainable food*

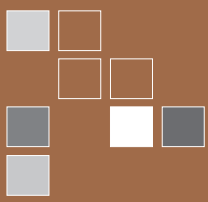
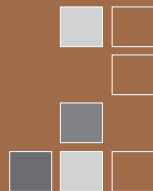
systems. Disponible en [https://www.thelancet.com/journals/lancet/article/PIIS0140-6736\(18\)31788-4/fulltext](https://www.thelancet.com/journals/lancet/article/PIIS0140-6736(18)31788-4/fulltext)

THOMPSON, John B. (1990) *Ideology and Modern Culture*. Cambridge, Polity Press.

UNAM (2021) *Encuesta nacional sobre hábitos y consumo cultural 2020*, México, CDG-UNAM. Disponible en https://unam.blob.core.windows.net/docs/EncuestaConsumoCultural/1_4963111740213559559.pdf

VERÓN, Eliseo (1993) *La semiosis social. Fragmentos de una teoría de la discursividad*, Barcelona, Gedisa.





FUNCIÓN ACTANCIAL DE LOS PERSONAJES EN UNA NARRACIÓN: EL MODELO ACTANCIAL DE GREIMAS

ACTANTIAL ROLE OF CHARACTERS INTO A NARRATIVE: GREIMAS'S ACTANTIAL MODEL

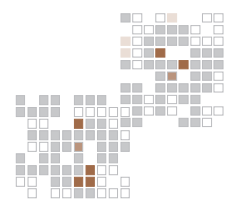
FUNÇÃO ACTANCIAL DAS PERSONAGENS EM UMA NARRAÇÃO: O MODELO ACTANCIAL DE GREIMAS

Valerio Fuenzalida Fernández

■ Magíster en Ciencias Bíblicas, Instituto Bíblico de Roma (Italia). Licenciado en Teología, Pontificia Universidad Católica de Chile. Con estudios de producción de televisión, Escuela de Artes de la Comunicación, Pontificia Universidad Católica de Chile. Profesor de los cursos "Audiovisual, TV y Niños 0-6 Años" y "Seminario de Sistemas de Comunicación".

Áreas de investigación: Televisión, recepción y audiencia de televisión; televisión Pública; TV infantil.

■ E-mail: vfuenzal@uc.cl



RESUMEN

Este texto acerca del esquema actancial de Greimas tiene la finalidad de ayudar en el trabajo de análisis de textos narrativos y como un recurso para construir escaletas y guiones narrativos audiovisuales. Algirdas Julius Greimas, (ruso, 1917-1992), trabajó en París y reelaboró las funciones narrativas de V. Propp formuladas en base al estudio de los cuentos populares rusos. De 31 funciones iniciales, Propp las redujo a siete esferas de influencia. Greimas formula una reducción a seis actantes o categorías de personajes (personas, objetos, fuerzas, problemas, adversarios) que constituyen estructuralmente las funciones semióticas narrativas en una historia ficcional. Los personajes pueden ser múltiples, pero Greimas estima que ellos desempeñan alguna de las seis funciones estructurales en una narración. El esquema actancial de Greimas es puesto aquí en diálogo con la neurociencia y con teorías del desarrollo del niño, con la tradición narrativa del Bildungsroman, con la representación audiovisual del niño, y con las nuevas ideas de educación socio-emocional del niño y del joven.

PALABRAS CLAVES: PERSONAJE Y ACTANTE; FUNCIÓN NARRATIVA; REPRESENTACIÓN ACTANCIAL DEL NIÑO; EDUCACIÓN SOCIO-EMOCIONAL.

ABSTRACT

This text about Greimas' actantial scheme has the purpose of helping in the analysis of narrative texts and as a resource to write audio-visual narrative scripts. Algirdas Julius Greimas, (russian, 1917-1992), worked in Paris and re-elaborated the narrative functions of V. Propp based on the study of the popular Russian stories. From 31 initial functions, Propp reduces to seven spheres of influence. Greimas formulates a reduction to six actants or categories of personages (persons, objects, strengths, problems, adversaries) that structurally have narrative semiotic functions in a fictional history. Characters can be multiple, but Greimas estimates that they perform some of the six structural functions in a narration. Greimas' actantial scheme is in dialogue here with neuroscience and theories of the child development, with the narrative tradition of the Bildungsroman, with the child audio-visual representation, and with the new ideas of socio-emotional education of the child and the youth.

KEYWORDS: CHARACTERS AND ACTANTS; NARRATIVE FUNCTIONS; CHILDREN ACTANTIAL REPRESENTATION; SOCIO-EMOTIONAL EDUCATION.

RESUMO

Este texto sobre o esquema actancial de Greimas tem como objetivo auxiliar no trabalho de análise de textos narrativos e como recurso para a construção de roteiros narrativos audiovisuais. Algirdas Julius Greimas, (russo, 1917-1992), trabalhou em Paris e retrabalhou as funções narrativas de V. Propp formuladas com base no estudo dos contos populares russos. Das 31 funções iniciais, Propp reduziu-as a sete esferas de influência. Greimas formula uma redução a seis actantes ou categorias de personagens (pessoas, objetos, forças, problemas, adversários) que constituem estruturalmente as funções semióticas narrativas em uma história ficcional. Os personagens podem ser múltiplos, mas Greimas estima que eles desempenhem uma das seis funções estruturais de uma narrativa. O esquema actancial de Greimas é colocado em diálogo com a neurociência e as teorias do desenvolvimento infantil, com a tradição narrativa do Bildungsroman, com a representação audiovisual da criança e com as novas ideias de educação socioemocional da criança e do jovem.

PALAVRAS-CHAVE: PERSONAGENS E ACTANTES; FUNÇÃO NARRATIVA; REPRESENTAÇÃO ACTANCIAL DA CRIANÇA; EDUCAÇÃO SOCIOEMOCIONAL.



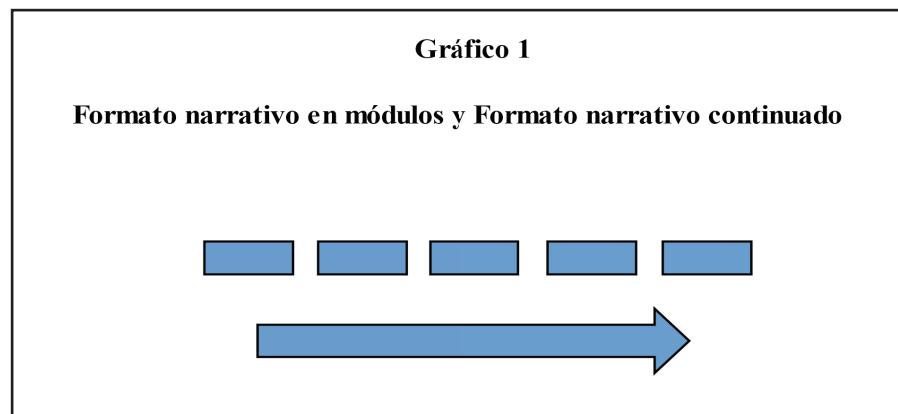
1. Formato de historia y Actante Sujeto-protagonista

Este texto tiene la finalidad pragmática de ayudar en el trabajo de análisis de textos narrativos y como un recurso para construir escaletas y guiones narrativos audiovisuales. La TV paga a amplificado la presencia de canales segmentados para niños: en casi todas las TV pagas hay 10-12 canales para niños. Ello crea una gran demanda por realizaciones televisivas y en muchos países latinoamericanos se percibe una mayor producción de programas televisivos para niños (Fuenzalida, 2016). En este texto se aplicará el esquema actancial como recurso para la creación de guiones en narraciones audiovisuales para niños. Estas son narraciones simples, adecuadas a la capacidad de atención y comprensión

del niño; posteriormente los niños van disfrutando con narraciones más complejas.

El modelo de Greimas (1973) introduce varios cambios en la construcción narrativa de historias. En primer lugar, ofrece un modelo de construcción narrativa que ayuda en el cambio desde la narración en módulos breves y autónomos hacia el formato de narración continuada de una historia en un episodio o en una serie. Este cambio ocurre hacia finales de los '60 y plantea otra concepción de la capacidad de comprensión de un relato por parte de la audiencia de niños (como se verá más adelante).

El formato televisivo continuo de una historia se grafica de modo diferente al formato con módulos autónomos.

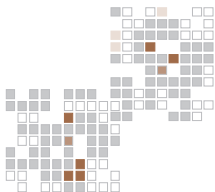


Fuente: Propio autor

El formato continuado de historia ficcional constituye una unidad estructural de narrativa en donde el **significado surge de la totalidad narrativa**. A diferencia del formato de módulos, donde cada módulo tiene una historia que se presenta y termina en los minutos de duración del módulo, que puede fluctuar entre 2-5 minutos (es el formato escogido inicialmente para el programa Plaza Sésamo). El formato de relato continuado de una historia introduce una novedad narrativa: el programa narrativo completo es la unidad semiótica de significa-

ción, con exigencias para la audiencia de asociar las escenas y personajes para construir el sentido total.

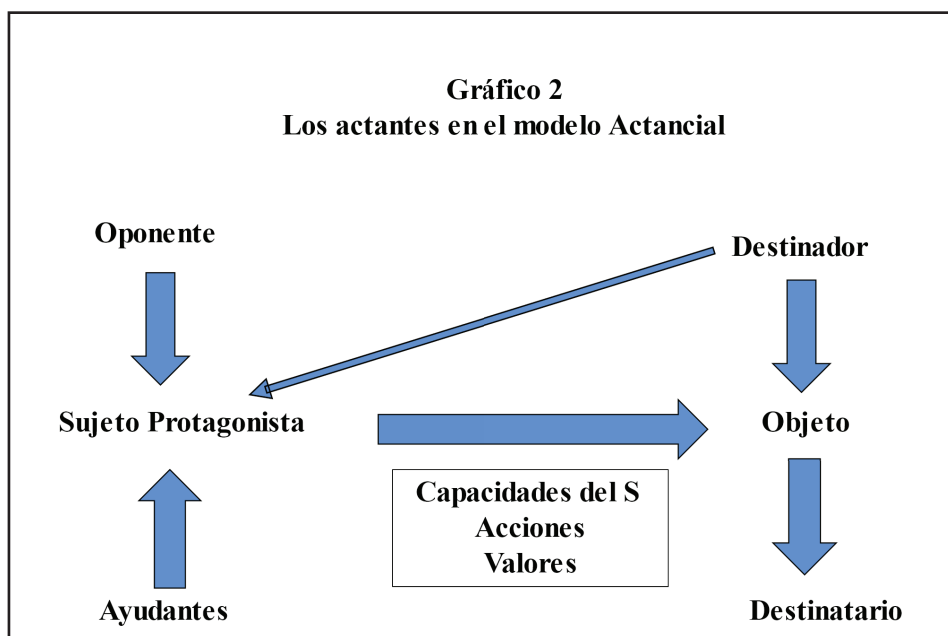
También el modelo de Greimas es muy relevante para **comprender la potencialidad narrativa de la introducción de un Sujeto protagonista de la historia**, quien buscará durante el tiempo narrativo una meta o un objetivo por lograr (Fuenzalida, 2016). Greimas reelabora el esquema aristotélico acerca del protagonismo. Para Aristóteles el protagonista en el teatro de la tragedia griega se definía por su lucha hasta



la aniquilación con el antagonista¹. Para Greimas, en cambio, el protagonista se constituye como actante por la **acción esforzada hacia la búsqueda de un Objeto valorado o meta por lograr**. El protagonista es definido como el **actante-Sujeto** (categoría de personaje) que pretende alcanzar un **actante-Objeto** a través de sus capacidades y acciones: el **Objeto a lograr** es muy amplio: puede ser realizar una tarea, o lograr una meta, o cumplir una misión. Greimas complejiza el concepto del modelo narrativo enriqueciéndolo con nuevos posibles actantes (categorías de actores o personajes, o fuerzas que intervienen en la narración); el **Sujeto-protagonista** en la búsqueda activa se enfrentará a fuerzas antagónicas (**actante**

Oponente, que no solo es una persona) y obtendrá también la ayuda del **actante Ayudante** (que pueden ser personas u objetos).

En el Gráfico 2 aparece que el actante Sujeto-protagonista se define por dos funciones esenciales y complementarias: por el **Objeto valorado por lograr** y por las **acciones** esforzadas emprendidas por el Sujeto para ese logro. En las acciones que emprende el **Sujeto** aparecen las competencias y las carencias del Sujeto. La relación Sujeto-Objeto en Greimas es más amplia que la relación conflictiva aniquiladora entre el Protagonista-Antagonista en la formulación clásica de Aristóteles, tomada de la tragedia teatral griega contemporánea.

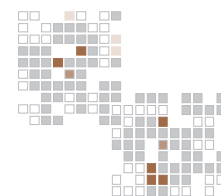


Fuente: Propio autor

¹ En Tebas ocurre la tragedia de Antígona (Sófocles, 441 AC). Antígona es hija de Edipo y hermana de Ismene, Eteocles y Polinices. Eteocles y Polinices se enfrentan por el trono de Tebas y se matan mutuamente en una batalla. Creonte, rey de Tebas es tío de los hermanos. Creonte decreta que Polinices no debe ser enterrado por traición (ley civil humana); Antígona desobedece y lo entierra para cumplir la ley divina; Creonte decreta su muerte, pero ella se suicida. Luego vienen otras muertes de personajes. En la tragedia el protagonista y el antagonista luchan hasta aniquilarse, y desencadenan otras muertes.

1.1. El Actante-Oponente

En el Gráfico 2 con el esquema narrativo de Greimas aparece más nítido que la acción del protagonista tiende primariamente a la búsqueda activa de un **Objeto valorado** como digno de ser obtenido. **La lucha del Sujeto-Protagonista se desenvuelve primariamente en torno a un Objeto valorado, que es preciso obtener a través**



de la acción esforzada del Sujeto. El Objeto valorado puede ser una meta existencial, un bien positivo, o enfrentar transformadoramente una adversidad personal o social. El Objeto actancial constituye una meta de búsqueda mucho más amplia que la conceptualización aristotélica del conflicto antagonista-protagonista. Los personajes, fuerzas y situaciones opositoras a la actuación del Sujeto constituyen el actante **Antagonista u Oponente**; pero también aparecen fuerzas y energías positivas en el actante **Ayudante**, que el sujeto deberá articular con su acción para obtener su Objeto. Los seis actantes se organizan en torno a tres ejes de acción dramática:

El eje del deseo y búsqueda que articula al Sujeto con el Objeto: **eje de la motivación-movilización.**

El eje del poder que articula al Oponente y al Ayudante con el Sujeto: **eje del enfrentamiento y ayuda.**

El eje de la comunicación que articula al Destinador (suscitador o motivador de la acción del S) con el Destinatario receptor: **entrega del objeto valorado** obtenido al Destinatario.

Gráfico 3

Los actantes se articulan en tres ejes narrativo-relacionales

Sujeto-Objeto: eje del querer y del actuar del S para lograr Objeto

Oponente-Ayudantes: eje del poder (oposición y ayuda)

**Destinador-Destinario: eje de la comunicación
(Motivador y Beneficiario)**

Fuente: Propio autor

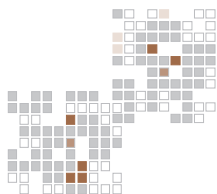
En el modelo de Greimas aparecen los valores narrativos encarnados en la actuación del actante-Sujeto, quien para lograr el Objeto valorado emprende acciones; esto es, en el esquema narrativo actancial las competencias y los valores del Sujeto no están enunciados con palabras sino aparecen representados **en las acciones emprendidas por el Sujeto-Protagonista para lograr el Objeto.** En las acciones del protagonista por obtener ese objeto aparecen las **competencias y virtudes, y también las incapacidades** del Sujeto activo². En el esquema aristotélico el Antagonista

toma la iniciativa de destruir al Protagonista; éste lucha para defenderse de la aniquilación. Y viceversa. En el esquema de Greimas, **el Protagonista es un Sujeto proactivo en búsqueda de una meta valiosa, el Objeto actancial.**

En torno al actante Objeto, Greimas introduce dos nuevos actantes: el **Destinador** que puede tener la capacidad de proponer o motivar la misión del Sujeto para lograr el Objeto, y el actante

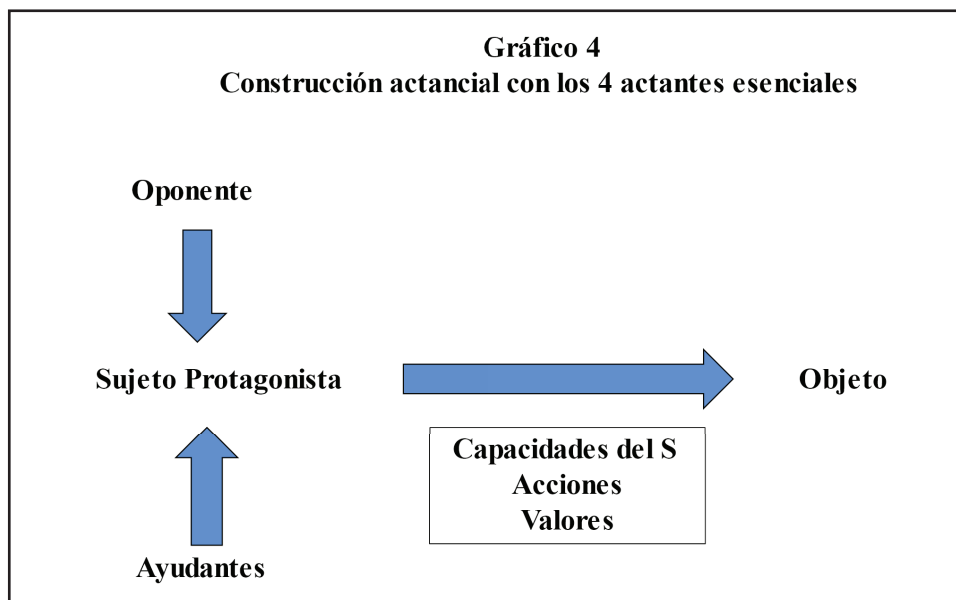
mo subraya la lucha destructora de unos personajes-enemigos de los gatos en esta serie. En este caso, en los protagonistas no aparece con claridad su lucha para lograr una meta positiva. El concepto dramático de Greimas del Sujeto amplía el campo del creativo para imaginar metas y logros que debe buscar el Protagonista-Sujeto.

² Existe una reciente serie italiana para niños (44 Gatos – 2018. Discovery Kids y Nick Jr.) donde aparece explícitamente el concepto clásico aristotélico de antagonista. El concepto clásico de antagonis-



Destinatario que recibe el Objeto. Estos actantes son adicionales a los 4 primarios, y a veces se omiten en algunas narraciones; el Destinador puede estar implícito en una serie policial donde una agencia institucional ordena su misión al detective encargado de la pesquisa (S). Estos dos actantes son más propios de narraciones unita-

rias y no tanto de narraciones seriadas. Por ello en el Gráfico 4 aparece el esquema simplificado a los 4 actantes esenciales. Estos 4 actantes esenciales constituyen el núcleo de la tarea creativa de un guionista: imaginar las funciones narrativas del eje **Sujeto-Objeto** y crear el eje de las oposiciones-ayudas.

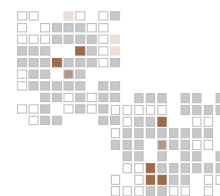


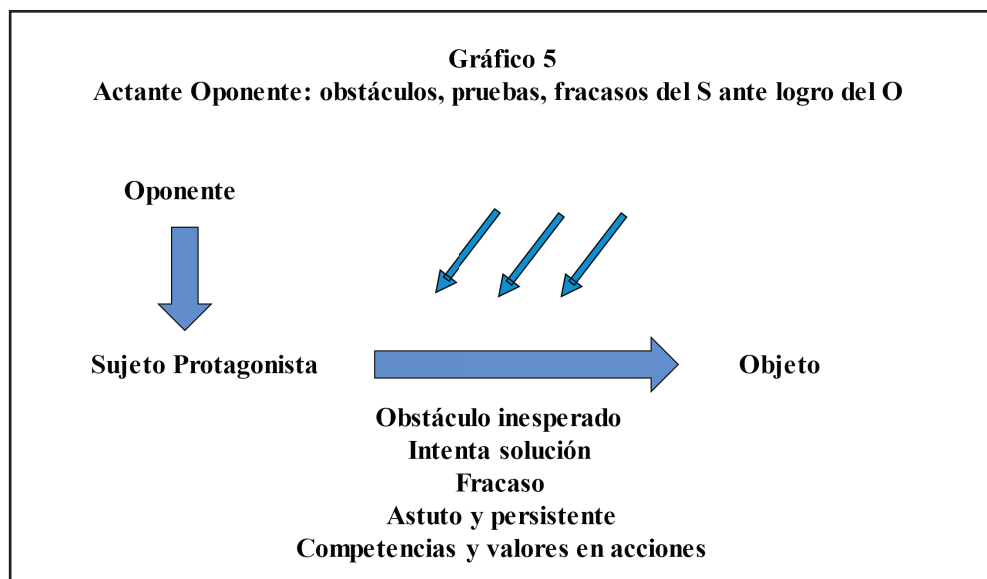
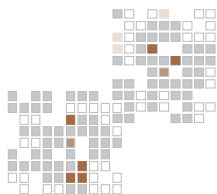
Fuente: Propio autor

El esquema narrativo incluye en el desarrollo de la acción el enfrentamiento con el actante-**Oponente** (personajes, fuerzas, o condiciones adversas), y la búsqueda de ayudantes adecuados. Este eje es muy importante para la audiencia, pues los enfrentamientos con los oponentes

introducen la **incertidumbre** acerca del logro del Objeto; la multiplicación de obstáculos en el tiempo narrativo (obstáculos en espiral de diferencias e intensidad) demanda la creatividad y persistencia del S para superar la oposición reiterada a su búsqueda³.

³ En relación con la lucha para lograr el Objeto, Greimas introduce tres pruebas canónicas: la prueba cualificante del Sujeto, la prueba principal, y la prueba glorificante final (Greimas, op. cit. p. 294 ss). En el relato audiovisual de serie con episodios la prueba cualificante se supone efectuada y que ya calificó al Sujeto para desempeñar su función de protagonista; así aparece en la construcción en las historias de detectives, policías, jueces, y otros S calificados en una función. Tampoco aparece la prueba glorificante final, pues se supone que la serie puede continuar. Lo que aparecen en cada episodio son las pruebas principales, donde el S busca el O y lucha venciendo las Oposiciones a su logro. El modo narrativo escrito o audiovisual, y el formato unitario o de serie en episodios influye en flexibilizar estas categorizaciones canónicas.





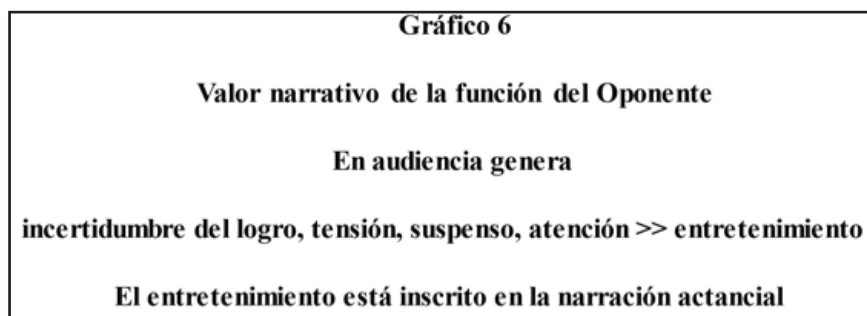
Fuente: Propio autor

Tanto el actante Sujeto como el actante Oponente pueden ser unipersonales (Dora versus el Zorrito villano); pero varios personajes pueden compartir la misma función actancial. Si la historia es una competencia futbolística, seguramente existirá un equipo con la función de protagonista en competencia con equipos oponentes; el equipo de varios jugadores constituye el Sujeto actancial plural, que se enfrenta a un actante Oponente también plural. En la serie *Backyardigans*, la función actancial de Sujeto va rotando en los episodios entre los diversos amigos del grupo; así mismo los roles actanciales de ayudantes y oponentes van rotando dentro del grupo.

En narraciones más complejas, el actante Oponente puede ser el mismo Sujeto que aparece con actitudes y conductas auto opositoras a sus deseos de búsqueda; esta auto oposición puede ser

impensada, no advertida por ingenuidad o por inmadurez. Ello enriquece la narración con el aspecto de la transformación (T) del Sujeto, necesaria para alcanzar sus metas más deseadas.

El Oponente en la narración actancial propone a la audiencia **incertidumbre** por la oposición a la acción al logro del Objeto de búsqueda; con el consiguiente suspenso hacia la obtención del Objeto: suscita **tensión** lúdico-dramática y **atención** en la audiencia; esto es, genera **el sentimiento de entretenimiento**. El entretenimiento de la audiencia surge en el esquema actancial desde el interior de una historia en donde hay un tiempo narrativo con stress lúdico para superar los obstáculos y lograr la meta deseada. El sentimiento de entretenimiento brota del interior del esquema narrativo actancial por la serie de oposiciones para impedir la acción del Sujeto.



Fuente: Propio autor

El actante oponente puede ser un obstáculo natural por vencer, una carencia personal, una adversidad física o sociocultural. El zorrito oponente de *Dora la exploradora* es un villano que intenta robar pasteles y acciones similares, que Dora debe prever y actuar para evitarlas. En narraciones para niños mayores pueden aparecer oposiciones de mayor agresividad como *bullying*, insultos verbales, peleas **físicas**, **robos**. El actante oponente puede intensificarse desde obstáculos hacia agresiones y hacia acciones destructivas constitutivas de delito. Este tipo de actante oponente complejo introduce el concepto de crimen y maldad socio-moral; y genera ficciones en el género policial-detectivesco para descubrir al hechor, así como el género judicial de enfrentamiento entre acusadores y defensores de un presunto delincuente.

1.2. La capacidad infantil de comprender historias

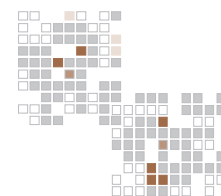
La concepción del niño **capaz de seguir una historia** simple se alejó de la concepción imperante en psicología (hasta los '60), la cual consideraba que los niños no tenían capacidad interna para relacionar unidades narrativas continuadas, sino que percibían fragmentos audiovisuales inconexos, como fotografías aisladas; de ahí el diseño de programas televisivos con módulos breves y autónomos, como Plaza Sésamo. La sicología cognitiva, que se interesaba por los procesos internos de conocimiento, fue descubriendo que las personas construyen “guiones” o “scripts” o esquemas para organizar/comprender la experiencia temporal cotidiana con un sentido unitario; es decir, la percepción humana cotidiana necesita construir una totalidad significativa temporal en lugar de percibir solo fragmentos aislados.

Hoy se estima que es una capacidad perceptual innata (y perfeccionable por la experiencia) para afrontar el transcurso temporal cotidiano de los

seres humanos, que viven en el tiempo con diversos acontecimientos sucesivos. La vida cotidiana temporal demanda percibir/construir un relato con sentido de totalidad unitaria en el tiempo. En el caso de la percepción infantil se ha constatado que un niño desde muy pequeño construye un “guion” acerca de cómo transcurre un cumpleaños en el espacio-tiempo de su desarrollo: la llegada de los invitados – la entrega de los regalos – el pastel de cumpleaños – juegos. Según las experiencias y culturas cambian estos factores salientes y su orden; pero el niño va construyendo una secuencia unitaria para comprender el desarrollo temporal de los acontecimientos donde vive inmerso. La madurez permite comprender secuencias narrativas más complejas, la comprensión del protagonismo y la formulación de planes para alcanzar objetivos (Nieding, 2013)⁴. Es la base también de la planificación anticipada (y previsión de obstáculos y desorden) en acciones que se descomponen en unidades temporales (Gardner, 2002).

El actante Objeto que desafía al Sujeto para su obtención **también ha sido conceptualizado por las ciencias del desarrollo** en el ciclo de vida por etapas del ser humano y en especial del niño (Freud, Piaget, Erickson). Erickson (2000) plantea ocho etapas para el ciclo temporal humano; para el niño y el joven formula cuatro diferentes etapas de desarrollo, en cada una de las cuales se plantean desafíos internos programados genéticamente para articular el soma y el ethos socio-cultural en un yo activo. Esos desafíos-objetos de logro plantean conflictos dialécticos entre tensiones hacia el logro y no-logro; en donde la ayuda ambiental (familia, escuela, cultura, TV) es decisiva para el logro de la meta genéticamente programada (desarrollo epigenético). El logro de las

⁴ En algunas narraciones complejas los oponentes pueden transformarse en ayudantes; y ayudantes iniciales se develan como oponentes encubiertos. Son juegos narrativo-lúdicos.



metas de cada etapa constituye la base de aprendizaje para la siguiente etapa; su logro deficiente o fracaso deja huellas de carencias en el Sujeto (Verdigón, 2005). Este desarrollo temporal del ser humano con conflictos entre fuerzas sintónicas y distónicas en etapas es consonante con el esquema narrativo del *Bildungsroman* donde el actante Sujeto se enfrenta a sí mismo y a su ambiente para emprender una búsqueda personal de un Objeto valorado; es el viaje formativo y de aprendizaje transformador del Sujeto (Salmerón, 2003)⁵.

Los actantes del Sujeto que busca un Objeto deseado y enfrenta al actante Oponente aparecen actualmente no solo como creaciones lúdico-narrativas, sino consonantes con los dinamis-mos internos de la estructura antropológica de un desarrollo dialéctico y temporal, de acuerdo con la neurociencia y las teorías del desarrollo epigenético de las competencias internas humanas.

Estos nuevos conocimientos de las capacidades infantiles están en la base de programas infantiles con breves relatos simples (sin ruptura del orden temporal con flashbacks o flashforwards)⁶.

El relato con el formato de historia permite la representación narrativa de un **niño-Sujeto**

5 Bildungsroman es el nombre técnico en alemán de la novela de aprendizaje y transformación del protagonista. Bildung significa tanto construcción, edificación, como educación, aprendizaje y formación.

6 Hay narraciones complejas en donde el esquema presenta variantes en relación con narraciones simples. En la película de Clint Eastwood El caso de Richard Lewell (2019), inspirada en un caso real, el vigilante que descubre la bomba es acusado por el investigador FBI. El abogado del vigilante es el Sujeto-Protagonista que busca demostrar la falsedad de la acusación del FBI y salvar a su cliente (Objeto), quien al mismo tiempo es el Destinatario del Objeto. El Oponente es el FBI, equivocado en su acusación a Richard como autor del atentado. El mismo Richard en su ingenuidad se convierte también en auto-opponente, hasta que cambia y se transforma en ayudante activo del abogado (S): al igual que la madre de Richard.

protagonista y posibilita la representación de un niño-audiencia que tiene capacidades internas de ser activo, explorador, y de hacer planes en el tiempo. El niño-audiencia puede observar protagonistas representados como capaces de enfrentar oposiciones de obstáculos y adversidades. Estos relatos pueden ayudar a desarrollar las capacidades de previsión/anticipación, planificación, evaluación y ejecución, que son las capacidades que se adquieren más lentamente en el proceso de desarrollo humano (madurez alrededor de los 20-25 años según la neurociencia). *Dora la Exploradora* se construye narrativamente con una protagonista pàrvula que busca realizar una tarea-desafío en cada episodio, prevé el orden espaciotemporal de las acciones, evalúa su progreso en el tiempo, y busca ayudas auxiliares antes las oposiciones que encuentra.

2. Representar al niño competente dentro y centro del programa

El cambio en programas televisivos desde el esquema de unidades modulares autónomas (*Plaza Sésamo*) hacia historias en el tiempo del episodio exigió plantearse la decisión acerca de quién sería el Sujeto de la narración para niños. Se abrió paso la estructura narrativa donde el niño puede ser representado como el Sujeto-protagonista, quien busca con sus acciones lograr una meta o resolver un desafío. El niño no solo es la audiencia externa que mira entretenido el programa sino puede verse representado a sí mismo con sus propias capacidades dentro del programa. El niño puede ser representado como un Sujeto activo, curioso, emprendedor ante desafíos, astuto y perseverante para superar los obstáculos que se le presentan; se propone alcanzar una meta y entregar el **Objeto** a un destinatario; sus acciones tienen satisfacción para el mismo Sujeto y puede comunicar su logro a otro; un sentido social de su actuar (*Bob el Constructor, Sid el niño científico, Handy Manny, El Mundo de Luna, Paw Patrol*).

Los valores y actitudes socioemocionales del niño aparecen representados en la narración entretenida. La narración para niños ya no necesita ser adulto centrista. Se concibe la historia como un “espejo” donde el niño-audiencia puede verse representado en algunos aspectos de sí mismo⁷.

La posición del adulto aparece a veces como un motivador o un incentivador de la tarea del Sujeto-niño en el programa; también como elogiador del actuar hábil del niño-Sujeto.

Grafico 7

Representar al niño hábil y competente: centro y dentro del programa

En centro no s un adulto: maestros, los padres o abuelos, etc.

El niño es representado como S: internamente capaz, hábil y competente

Los adultos aparecen motivando e incentivando (Sid), elogiando a los niños, o no aparecen

Fuente: Propio autor

7 La teoría del espejo formulada por Lacan para el niño que ve por primera vez su cuerpo completo representado en un espejo (y comienza a elaborar su “moi”) ha sido reelaborada para la audiencia del audiovisual que se ve representada en los personajes audiovisuales de los programas de cine y de TV; en esos textos audiovisuales, el autor del audiovisual **construye un “espejo”** que representa **su interpretación** visual de la audiencia (Mulvey, 1975). Mulvey, advierte que el cine clásico de Hollywood representó visualmente a la mujer como objeto sexual para atraer la mirada (y la asistencia) masculina. Este análisis de la representación como “espejo” plantea la representación del niño en el audiovisual. La escuela pretende representar al niño como alumno receptor de los conocimientos curriculares; el conductismo conceptualiza a la audiencia como vacía para ser poblada por los estímulos externos. La neurociencia y las teorías del desarrollo infantil consideran al niño como un ser activo en el desarrollo de sus propias competencias internas. La Convención de los derechos del niño subraya un sujeto de derecho a una educación y desarrollo integral, con un interés superior a intereses particulares ideológicos, económicos, políticos, religiosos, o gremiales.

El niño-audiencia no siempre es hábil y competente en su vida cotidiana. Puede ser también representado en la narración audiovisual como un niño con competencias y con carencias. Puede ser representado como **un niño-S en transformación (T)**; así apareció hace años en *El Mundo de Bobby* (1990-1998); Bobby era un párvulo descalificado como incompetente por su hermano mayor, pero en cada episodio de la historia con sus acciones adquiría habilidades para su vida cotidiana, y tal adquisición lo llenaba de alegría. También la T aparece en *Charlie y Lola*, donde Lola se transforma en cada episodio con la ayuda lúdica de su hermano Charlie (2006-2012). Vuelve a aparecer la narrativa de transformación personal ya mencionada del *Bildungsroman*.

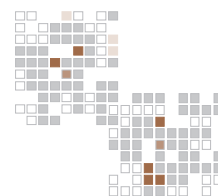


Gráfico 8

Representación del niño como S hábil y competente

En acciones realizada por el S Protagonista se representan las competencias y valores del niño-audiencia >> formación socio- emocional

No siempre el niño es hábil (como es Dora)

Puede ser carente pero se transforma >> T

Fuente: Propio autor

3. La interactividad entre el programa y el niño-audiencia

Otro recurso audiovisual que enriquece la narración es la **interactividad** entre un personaje de la pantalla con el niño-audiencia. El personaje de la pantalla puede ser el conductor del programa o un personaje ficcional, que se “sale lúdicamente” de la narración para relacionarse con la audiencia. Es un recurso dialogal usado a menudo en el Circo y en el Teatro, especialmente con niños; usado también en programas de TV en vivo, pero rara vez en la ficción de cine y TV. **Usarlo en historias ficcionales de TV es romper lúdicamente**

el espectáculo e introducir una entretenida innovación para los niños. El diálogo interactivo se usa cognitivamente para enseñar idiomas diferentes al del niño-audiencia, pero mucha más frecuentemente para preguntar a la audiencia acerca de cómo el actante Sujeto puede resolver obstáculos y escoger caminos alternativos de acción; también se ha usado para preguntar acerca del agrado y entretenimiento obtenido en el episodio; en otros casos se elogia a la audiencia por la astuta respuesta entregada, que sirvió para alcanzar la meta por lograr⁸.

Gráfico 9

Interactividad del audiovisual con el niño-audiencia

Las Pistas de Blue (3 pistas, 3 pruebas, 3 adivinanzas)

Dora la exploradora (ayuda para escoger objeto de mochila – decir palabras – inglés – movimientos corporales – qué color – cuál camino tomar – qué parte gustó más – elogios a la audiencia interactiva)

Relación lúdica que el niño-audiencia disfruta mucho

Teatro y Circo usan interactividad con audiencia infantil

Fuente: Propio autor

34

La interactividad **permite la participación lúdica del niño-audiencia en el relato ficcional. Además, refuerza al niño-audiencia en su potencial reconocimiento e identificación con el niño hábil representado en la historia ficcional.** Contribuye a la percepción del programa como “espejo” que representa algunos aspectos de la audiencia infantil. La observación etnográfica a la recepción por niños muestra una gran

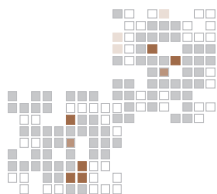
participación de los niños en la interactividad, disfrutada gozosamente por la audiencia⁹.

Conclusión

Este texto no ha pretendido realizar una exégesis crítica del modelo actancial de Greimas ni la evolución de su recepción como semiótica narrativa. Se presentan las conceptualizaciones

8 La interactividad ha salido del texto audiovisual, en especial en relación con los niños-audiencia, para cristalizar en páginas web de los canales emisores, presentar imágenes y juegos con los personajes de los programas, dibujos para colorear, páginas para padres, juguetes, conversación ritualizada con padres y profesores, etc.

9 Los estudios de recepción de programas audiovisuales por audiencias de niños muestran que la apropiación educativa del niño-audiencia requiere de la recepción constructivista de los niños. Con actividades lúdico-entretendidas de juegos, dibujos, mimos, y conversaciones donde entrega su propia interpretación de lo percibido. Es una apropiación necesaria de realizar en el hogar y en el aula escolar (Fuenzalida, 2019).



centrales según la práctica analítica de este autor y en la construcción de escaletas para programas para niños. Pero también se relacionan los actantes con el aspecto de la **representación** semiótica de las capacidades internas del niño en el texto audiovisual. Ahí aparecen las potencialidades de la representación actancial del niño como Sujeto-protagonista; el audiovisual que se

basa en la imagen del niño de las neurociencias y de las ciencias epigenéticas del desarrollo para su representación audiovisual puede constituirse como un “espejo” donde el niño ve representadas sus capacidades y potencialidades socio emocionales. Pretende una creación audiovisual para el disfrute lúdico y la edu-entretención de la inteligencia emocional del niño-audiencia.

Referencias

ERIKSON, Erik, El ciclo vital completado, Barcelona: Ediciones Paidós Ibérica, 2000.

FUENZALIDA, Valerio. Constructivist TV Reception in the Children's Classroom. Chapter 15, In: Media Education in Latin America. Julio-César Mateus, Pablo Andrada and María-Teresa Quiróz (editors), p. 211-224, London and New York. Routledge, Taylor & Francis Group, 2019.

FUENZALIDA, Valerio, La Nueva Televisión Infantil, Santiago: Fondo de Cultura Económica, 2016.

GARDNER, Howard, La nueva ciencia de la mente, Historia de la revolución cognitiva, Barcelona: Paidós. 2002

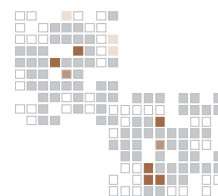
GREIMAS, Algirdas J., Semántica Estructural, Madrid: Gredos, 1973.

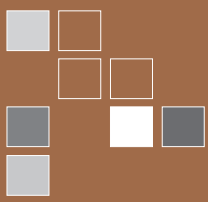
MULVEY, Laura, Visual Pleasure and Narrative Cinema, Screen, London v. 16 n. 3, p. 6-18. 1975.

NIEDING, Gerhild, How do preschool children understand stories? Television, München, IZI. 26, p. 19-21. 2013

SALMERÓN, Miguel, La novela de formación y peripecia, Madrid: Ed. Antonio Machado Libros. 2003.

VERDIGÓN, Nelson A., El desarrollo psico-social de Erik Erikson, El diagrama epigenético del adulto, Revista Lasallista de Investigación, Antioquia: Colombia. v. 2, n. 2 p. 50-63. 2005.





MILICOS, GESTORES Y LITERATOS LA HISTORIA JAMÁS CONTADA DEL IX CONGRESO DE LA IAMCR EN BUENOS AIRES (1972)

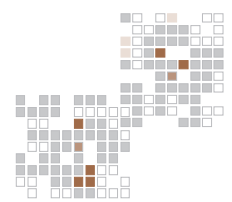
MILITIANS, MANAGERS AND LITERATES
THE UNTOLD STORY OF THE IX IAMCR CONGRESS IN BUENOS AIRES (1972)

MILITARES, GERENTES E LITERATOS
A HISTÓRIA NÃO CONTADA DO IX CONGRESSO DE IAMCR EM BUENOS AIRES (1972)

Gustavo Ramón Cimadevilla

■ Profesor Titular del Departamento de Ciencias de la Comunicación, Facultad de Ciencias Humanas, Universidad Nacional de Río Cuarto, Argentina. Director del Doctorado en Ciencias Sociales. Lic. y Doctor en Cs. de la Comunicación (URC) y Magister en Extensión Rural (UFSM). Ex Presidente de ALAIC (2018-2020). Autor de Dominios (2004) y Relatos sobre la rurbanidad (2010); entre otros.

■ E-mail: gcimadevilla@yahoo.com.ar



RESUMEN

La Asociación Internacional de Investigación de Comunicación Masiva -IAMRC- realiza en 1972 su primer congreso en América Latina y escoge Buenos Aires. El evento fue apoyado por la UNESCO y participaron especialistas de renombre internacional para discutir “Comunicación y Desarrollo”. El hito académico, sin embargo, no dejó registros ni memorias en Argentina. ¿Por qué Buenos Aires? ¿Por qué comunicación y desarrollo? ¿Por qué no hay memoria sobre un evento tan relevante para cualquier comunidad académica? El escrito aborda con perspectiva histórica e institucional la trama de ese acontecimiento que pudo resultar clave para la constitución del campo comunicacional del sur.

PALABRAS CLAVE: CAMPO COMUNICACIONAL; IAMCR; POLÍTICA; CONGRESOS.

ABSTRACT

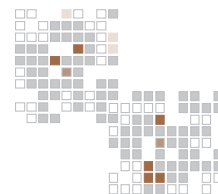
The International Association for Mass Communication Research -IAMCR- held its first congress in Latin America in 1972 and chose Buenos Aires. The event was supported by UNESCO and internationally renowned specialists participated to discuss “Communication and Development”. The academic milestone, however, left no records or memories in Argentina. Why Buenos Aires? Why communication and development? Why is there no memory of an event so relevant to any academic community? The writing addresses from a historical and institutional perspective the plot of this event that could have been key to the constitution of the communicational field of the south.

KEYWORDS: COMMUNICATION FIELD; IAMCR; POLITICS; CONGRESSES.

RESUMO

A International Association for Mass Communication Research -IAMCR- realizou seu primeiro congresso na América Latina em 1972 e escolheu Buenos Aires. O evento contou com o apoio da UNESCO e com a participação de especialistas de renome internacional para debater o tema “Comunicação e Desenvolvimento”. O marco acadêmico, no entanto, não deixou registros ou memórias na Argentina. Por que Buenos Aires? Por que comunicação e desenvolvimento? Por que não há memória de um evento tão relevante para qualquer comunidade acadêmica? A escrita aborda o enredo desse evento a partir de uma perspectiva histórica e institucional, que pode ter sido fundamental para a constituição do campo comunicacional do sul.

PALAVRAS-CHAVE: CAMPO DA COMUNICAÇÃO; IAMCR; POLÍTICA; CONGRESSOS.



Preludio

Septiembre augura primavera en Buenos Aires, pero no siempre la estación de las flores es bucólica. En 1972, Argentina vivía tiempos trémulos y ese septiembre no era de esplendor.

Cuando el Comité Local de la IAMCR (International Association for Mass Communication Research) y las visitas de los renombrados comunicólogos internacionales apuraban los preparativos de su viaje y la puesta a punto del congreso en Buenos Aires -el noveno de la asociación- las noticias que circulaban en el mundo tampoco eran alentadoras.

Europa y Estados Unidos parecían lobos solitarios que solo declamaban observar, pero su postura no bastaba. En Asia, Viet Nam se desangraba con la participación disimulada de las grandes potencias y en el medio oriente se sumaba un capítulo más a la lucha vecinal entre israelíes, palestinos y libaneses. Un conflicto que llegó a Múnich y vistió de horror a las olimpiadas. Diecinueve muertos, varios heridos, y entre ellos 11 atletas israelíes asesinados. Mientras tanto Kissinger viajaba a Moscú y las conversaciones se anunciaban secretas.

Puertas adentro del territorio, el país vivía horas convulsas y las tapas de Clarín -uno de los diarios con mayor circulación en Argentina- así lo anunciaban¹: Las lluvias desbordaban los ríos Paraná y Uruguay en el litoral y lo mismo sucedía con el río Chubut en la Patagonia. A las inundaciones se sumaban los conflictos cotidianos de la política mezclada con la economía y la violencia de la época. En Tucumán, se acentuaba la tensión obrera en los ingenios; en Mar del Plata, paraban los transportes y, en la Capital, los colectivos urbanos. La lucha armada contra la dictadura instaurada en 1966² no daba tregua.

¹ http://tapas.clarin.com/?ns_campaign=prueba&ns_channel=prueba&ns_source

² Dictadura establecida en 1966 por un golpe militar que derrocó al entonces presidente Arturo Illia, proveniente del partido Unión Cívica Radical. Los militares claves y luego presidentes de facto fueron

El '72 fue año de múltiples hechos protagonizados por los movimientos radicales del momento: Montoneros (peronista); FAR (Fuerzas Armadas Revolucionarias, compuesta por miembros desmembrados de la Federación Juvenil Comunista); FAP (Fuerzas Armadas Peronistas) y ERP (Ejército Revolucionario del Pueblo, brazo armado del Partido Revolucionario de los Trabajadores -PRT- con militantes leninistas y trotskistas), encabezaron acciones de diversa índole. Entre las de mayor repercusión, se recuerda el secuestro de Oberdan Salustro -director general de FIAT- a manos del ERP y el asesinato del II Jefe del Cuerpo de Ejército, Gral. Juan Sánchez, en un auge de activismo beligerante.³

En agosto de ese año, a poco del congreso de la IAMCR, un grupo de militantes considerados subversivos y alojados en la cárcel de Rawson consiguió amotinarse y copar el establecimiento. Mientras un grupo consiguió huir a Santiago de Chile, otros fueron recapturados y la represalia de la dictadura fue cruenta: 16 de los detenidos terminaron ejecutados en Trelew.⁴

Pero del otro lado de la cordillera la experiencia socialista tampoco avanzaba sin temores. Las tensiones se agudizaban y la UP (Unión Popular) se movilizaba para defender al presidente Allen-

-en la secuencia que sigue- los generales Juan Carlos Onganía; Marcelo Levingston y Alejandro A. Lanusse.

³ Algunos de los textos que consultamos sobre el periodo son: Caravozzi, M. 1997. *Autoritarismo y democracia (1955-1996) La transición del estado al mercado en la Argentina*. Buenos Aires, Ariel; De Santis, D. 2010. *La historia del PRT-ERP por sus protagonistas*. Buenos Aires. A formar filas; y García Delgado, D. 1999. *Estado y sociedad. La nueva relación a partir del cambio estructural*. Buenos Aires, Flasco-Norma Edit.

⁴ Los años setenta fueron particularmente violentos. Los movimientos subversivos no solo estaban en América Latina, Europa también los tenía: Ordine Nuovo/Nero o las Brigadas Rojas en Italia; Fracción del Ejército Rojo (RAF) en Alemania; Ejército Republicano Irlandés (IRA) en Reino Unido; Action Directe en Francia; Organización Revolucionaria 17N (17 de Noviembre) en Grecia y ETA en España son algunos de los más conocidos del periodo 1970-90. <https://magnet.xataka.com/en-diez-minutos/cuando-europa-era-un-infierno-por-el-terrorismo-europeo>



de. En las calles de Santiago, jóvenes de la derecha y de la izquierda se enfrentaban y desde la presidencia buscaban templar los ánimos.

En Buenos Aires, cuando el gobierno argentino en manos del Gral. Lanusse se disponía a anunciar a través de su ministro Mor Roig que podrían adelantarse las elecciones, la Comisión Nacional de Seguridad se reunía para considerar la marcha hacia la institucionalidad. Los salarios inquietaban y el gobierno también pergeñaba aumentarlos. La fragilidad de la dictadura, que ya llevaba seis años en el poder, era inocultable, aunque su necesidad de controlar al sindicalismo también.

En ese marco, el 15 de setiembre, cuando se daba inicio a las actividades del congreso de IAMCR, Clarín publica: *CORDOBA, ordenan detener a todos los miembros del secretariado de la CGT (Confederación General del Trabajo)*⁵. Fue en ese clima trémulo, entonces, que tiene lugar esta historia. Una historia jamás contada.

IAMCR Buenos Aires, ¿por qué?

IAMCR no necesita presentaciones: la International Association for Mass Communication Research, como se llamó desde sus inicios, hoy International Association for Media and Communication Research⁶, inició sus actividades en 1957 bajo el patrocinio de la UNESCO (Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura) y con el objetivo de promover en todo el mundo el desarrollo de investigaciones sobre problemas relacionados con la prensa, la radio, la televisión y el cine, según puede leerse en su sitio oficial (www.iamcr.org). Sus miembros fundadores y promotores fueron académicos de la Europa central y de los Estados Unidos, aunque con el tiempo la asociación abrió

sus puertas a integrantes de todo el mundo.⁷

Como entidad vinculada a la UNESCO, en general acompañó los intereses, agenda y discusiones que se fueron dando en el organismo internacional, inclusive desarrollando proyectos con el subsidio de aquella, aunque su autonomía relativa fue acrecentándose en la medida que su identidad se afirmó junto a los especialistas más renombrados de la investigación del campo comunicacional.

Cees Hamelink y Kaarle Nordenstreng (2016), quienes relatan la historia “oficial” de la IAMCR, dan cuenta de la evolución cuantitativa del organismo. En la asamblea constituyente de 1957 participaron unos cincuenta expertos de 15 países. A poco de andar, ese número se duplicó y al llegar a fines de los años setenta ya sumaban 60 países y mil miembros. Número que continuó creciendo hasta unos 2 mil actuales y la celebración de congresos anuales. El último y muy reciente se efectuó en modo virtual: Tampere 2020 (<https://iamcr.org/tampere2020/online>)

Ahora, Buenos Aires en 1972 y para discutir *comunicación y desarrollo*, ¿por qué?

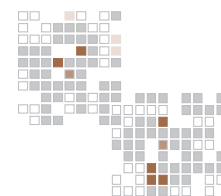
Para responder a ese interrogante la documentación existente es clave pero escasa, así como a cinco décadas del evento conseguir otros testimonios es una tarea difícil y no siempre posible⁸. Veamos entonces el contexto institucional

7 La conferencia fundacional se celebró en las oficinas de la UNESCO en París en diciembre de 1957. Cincuenta expertos de quince países asistieron para establecer la asociación. La lista de miembros incluía unos 200 nombres de institutos, organizaciones educativas y socios individuales. Los educadores en periodismo eran los más numerosos en la lista de socios individuales de educadores y sociólogos. La primera asamblea general tras la conferencia fundacional fue organizada en Milán, Italia, en 1959. En esta ocasión, la IAMCR eligió a su primer presidente estadounidense, Raymond Nixon, mientras que el presidente francés fundacional, Fernand Terrou, se convirtió en secretario general.

8 Agradecemos, no obstante, las respuestas que nos brindaron miembros del archivo de la Legislatura del Gobierno de la Ciudad de Bue-

5 La Confederación General del Trabajo, de raigambre peronista, era la mayor organización de representación de los trabajadores.

6 Modificado en 1996 en el Congreso de Sidney.



(a) y el contexto local en el que se enmarcaba ese congreso (b).

a) IAMCR: Comunicación y Desarrollo.

Cuando se constituyó la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura, una de sus iniciativas fue crear un “*Instituto Internacional para la Prensa y la Información*”, diseñado para promover la formación de periodistas y el estudio de los problemas de la prensa a nivel mundial”, afirman Hamelink y Nordenstren (2016). Durante la guerra, los medios masivos ocuparon un protagonismo relevante y para las Naciones Unidas (ONU) eran claves. En 1948, por ejemplo, el organismo había dedicado su conferencia a la libertad de información y sumado ese derecho a la Declaración Universal de los Derechos Humanos.

Ese antecedente alimentó en el seno de la entidad el interés por promover la creación de un centro dedicado a la problemática, aunque los interrogantes y preocupaciones que se fueron sumando requerían de mayores esfuerzos que solo la investigación especializada podría resolver. Así, en 1956 la UNESCO reunió a especialistas en París y posteriormente en Estrasburgo y como consecuencia de esos intercambios, en 1957 dio nacimiento a la nueva asociación de investigación de la comunicación de masas. Sobre todo, gracias al liderazgo de Fernand Terrou (director del Instituto Francés para la Prensa y presidente de la Asociación Francesa de Ciencias de la Comunicación), Mieczyslaw Kafel (director del Instituto de Periodismo en la Universidad de Varsovia), Marcel Stijns (editor-jefe del periódico belga *Het Laatste Nieuws* y vicepresidente de la Federación Internacional de Periodistas), y David

Manning White (catedrático de periodismo en la Universidad de Boston y director del Consejo de Investigación de la Asociación Americana para la Educación en Periodismo).

En su núcleo primario, la asociación cobijó principalmente académicos, pero también periodistas y personas de la industria mediática que canalizaban demandas de investigación y de capacitación profesional asociadas al mercado.

A poco de andar, la UNESCO encargó a la IAMCR estudios y sistematizaciones bibliográficas e incluso informes sobre “el papel y los efectos de la comunicación de masas en la sociedad moderna” (1968); la asociación, además, elaboró recomendaciones diversas sobre aspectos relativos a la libertad de información e integridad cultural de las naciones como insumo para el debate del organismo. Luego, en 1969, la UNESCO a través de su Departamento de Comunicación Masiva encomendó a Halloran (Universidad de Leicester) un informe general sobre “comunicación y sociedad” con miras a una reunión de expertos citados en Montreal. En la ocasión, también se consultó a Halloran sobre convocar a posibles invitados y éste sugirió a colegas vinculados a la IAMCR, incluido su presidente Jacques Bourquin. De esa reunión y otras acciones surgió la nominación de un Panel Internacional de Consultores compuesto por Halloran, Nordenstren, Pisarek, Smythe y otros. Ese panel, se reunió por primera vez en abril de 1971 para preparar Propuestas para un Programa Internacional sobre Investigación en Comunicación (*Proposals for an International Programme of Communication Research*), un trabajo que sería publicado por la UNESCO en setiembre de 1971 (referenciado como COM/DM/20). Y sería justamente en Buenos Aires que el panel tendría la segunda oportunidad para reunirse.

Revisado el documento, allí se advierte que explícitamente se identifican dos temáticas a las que la UNESCO particularmente valoraba por su

nos Aires, miembros de la Biblioteca del Maestro (Ministerio de Educación) Relaciones Públicas de Editorial Troquel, allegados al archivo personal de Luis Ramiro Beltrán y Claudia Nosedá, así como Mrs. Eng Sengsavang, Reference Archivist, Archives, Library and Records Management Unit (KMI/ALR), de UNESCO; entre tantos otros.

afán de colaborar con los países miembros mediante un programa de investigación en comunicación que afianzase las políticas de desarrollo de cada una de las naciones: i) El cambio social planificado; y ii) Los medios masivos y la visión del hombre acerca de la sociedad. (UNESCO, COM/DM/20, pág. 6).

Esos tópicos explican, entonces, por qué en Buenos Aires la comunicación y el desarrollo se constituiría como tema central de la convocatoria⁹. Y por qué, además, la UNESCO se haría cargo de sufragar el viaje de los doce expertos participantes de ese panel¹⁰. La nómina que, según la publicación indicada (UNESCO, COM/DM/20, 1971), podría haber incluido a los especialistas que siguen:

Luis Ramiro Beltrán, IICA Colombia

S. O. Biobaku, University of Lagos, Nigeria

Nabil Dajani, American University of Beirut, Libano

James Halloran, University of Leicester, Inglaterra

9 La problemática del “desarrollo” estaba instalada en las agendas de los organismos internacionales toda vez que con motivo del enfrentamiento este-oeste los Estados Unidos y Europa lanzaron varios programas de apoyo a los países menos desarrollados. Recordemos la Alianza para el Progreso y los fondos de las Naciones Unidas aplicados en Asia y África. Dentro de IAMCR, el tema “desarrollo nacional” ya había figurado en la Conferencia General de 1966 (Yugoslavia), según lo relatan Hamelink y Nordestreng (2016: 8)

10 En la Memoria Institucional de la UNESCO: “Informe del Director General, Conferencia General 18 Reunión, París 1974”, figura la actividad de la IX Conferencia de IAMCR en los siguientes términos: “En un coloquio organizado en Buenos Aires, en colaboración con la Asociación Internacional de Investigaciones sobre Información y el Gobierno de la Argentina, se estudió el programa internacional, propuesto en 1971 (doc. COM/MD/20), sobre investigaciones en materia de información. En ese coloquio, que reunió a unos cien participantes, se presentaron unos 40 documentos sobre el tema “Comunicación y Desarrollo”. A principios de 1973 se publicará un informe del coloquio en español, francés e inglés. Con esta ocasión, la Unesco participó en la Asamblea General de la Asociación Internacional de Investigaciones sobre Información en la que se definió la contribución de este organismo no gubernamental al programa de la Unesco. <http://unesdoc.unesco.org/images/0000/000031/003105so.pdf>). Pág. 199.

terra

Tomo Martelanc, University of Ljubljana, Yugoslavia

Kaarle Nordestreng, R&LRPF Broadcasting Company, Finlandia

Wallery Pisarek, Press Research Centre, Polonia

Y. V. L. Rao, AMIC, Singapur

Pierre Schaeffer, ORTF, Francia

Dallas Smythe, University of Saskatchewan, Canadá

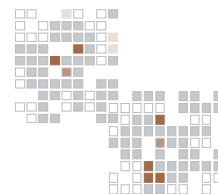
Elisabeth Noelle Newmann, Demoskopie, República Federal de Alemania

Un grupo de académicos y expertos de organismos e instituciones que se conformaba con una mayoría europea (6 miembros) y otros oriundos de América Latina (1); América del Norte (1); Asia (2) y África (1). El listado, además, permite considerar el acercamiento que la UNESCO tenía por entonces con las naciones que participaban del denominado Movimiento de los No Alineados¹¹.

b) Buenos Aires: el Comité Local y el contexto nacional.

En la memoria institucional que elaboran Hamelink y Nordestreng (2016) se menciona, en lo que respecta al período 1964-72, que la presidencia correspondió a Jacques Bourquin de Suiza y que, durante sus ocho años de mandato, fue común que éste se dirigiera a los miembros de la IAMCR a través de *Cartas* que expresaban las ac-

11 El Movimiento de los Países No alineados representa una posición autónoma frente a los liderazgos de EEUU y Rusia, sobre todo ante la Guerra Fría. Se inició a mediados de los años cincuenta y su antecedente clave fue la Conferencia de Bandung, en Indonesia, con Jawaharlal Nehru, Gamal Abdel Nasser y Sukarno (jefes de gobierno de India, Egipto e Indonesia) como promotores de la idea. La primera cumbre de los Países No Alineados se celebró en Belgrado en 1961. En 2016 el MPNA estaba integrado por 120 Estados miembros y otros 15 países observadores. Los Estados-miembro representan casi dos tercios de los miembros de la ONU.



tividades y planes de la entidad¹². Es justamente a través de una de esas cartas que podemos ahora reconstruir parte de lo ocurrido en Buenos Aires, ya que Bourquin a su regreso a Suiza elaboró una misiva que con fecha “diciembre de 1972” y referencia “26” (su última carta como presidente) envió a los asociados. Por gentileza de Karl Nordstrenng (comunicación personal) disponemos ahora de su copia.

En el documento de referencia, Bourquin relata la experiencia general de la *IX Conferencia* que se extendió desde el 15 al 27 de setiembre de ese año en Buenos Aires. Una franja extensa para una actividad de ese tipo, solo entendible si se piensa que los visitantes, además de la reunión, trabajarían en virtud del panel constituido y además se interesarían por conocer algo más de Argentina y de la propia capital que los albergaba. Una situación que el propio Bourquin confirma al mencionar la grata bienvenida que tuvieron en Argentina y cómo los anfitriones locales los llevaron a un día de campo (San Antonio de Areco) y cómo el Gobierno argentino –directamente desde la Presidencia- les proveyó un viaje de fin de semana a Bariloche para conocer una de las bellezas naturales más apreciadas por el turismo internacional. (Bourquin, J. *26 th Presidential Letter*). El viaje fue previsto, posiblemente, para el Comité central de la IAMCR y el Panel de Expertos.¹³

¿Pero quiénes constituían el comité local de la IAMCR en una época en la cual el campo comunicacional desde la academia aún no registraba tanta institucionalidad y en este caso era el gobierno argentino un interesado particular en el evento? En su carta, Bourquin menciona a tres: Ricardo Nosedá, Ricardo Mosquera Eastman y Juan Carlos

Goti Aguilar¹⁴. Un perfil abreviado de sus figuras intelectuales nos permitirá entonces comprender mejor su presencia y protagonismo:

Ricardo Nosedá (1911-1992).

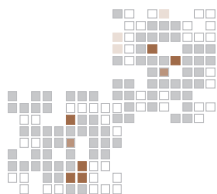
Abogado, oriundo de Buenos Aires, Nosedá sin duda participaba de un círculo social expectante. Su formación inicial incluía al Colegio Nacional de Buenos Aires –cuna de líderes de la política argentina- y desde joven trabajó amistad con otros estudiantes que a posteriori serían figuras públicas de fuste, como lo fue el elegido presidente de la Nación don Arturo Frondizi (1958-62), conocido por sus políticas desarrollistas.

El perfil público de Nosedá permite identificarlo como un hombre de acción. Mezcla de empresario e intelectual, una figura en diversas iniciativas vinculadas a la industria y el comercio; registrándose como accionista de diversas empresas, según el Boletín Oficial de la República Argentina (BORA) lo menciona: E. Spinelli, Soc. Anónima, Editora, Industrial y Comercial (dic. 1959; BORA, 23/02/62) a cargo del periódico El Avisador Mercantil; IMPRESIT SYCIC VIAL S.A.C.I.I.F. (BORA, 10/03/61) vinculada a capitales italianos; Industria Siderúrgica Aceros del

14 El campo comunicacional en Argentina estaba en sus inicios. En Buenos Aires y diversas capitales del interior había carreras terciarias o de formación no universitaria de periodistas y otros profesionales asociados, pero pocas carreras universitarias. Guillermo Collado (2015), con trabajos sobre el tema menciona a San Juan con una Licenciatura que inicia en la Universidad Nacional en el '72 y que antes dependía de una universidad provincial. También agrega el caso de La Plata, que en 1934 inicia por convenio entre el Círculo de Periodistas y la UNLP la Escuela Argentina de Periodismo. En 1949 se creó un Instituto de Periodismo en la Universidad Nacional de Tucumán, que al tiempo dejó de funcionar. En 1953 el profesor Carlos Abregú Virreira fundó la Escuela Argentina de Periodismo de la Ciudad de Buenos Aires, privado. La Escuela de Periodismo “Mariano Moreno” del Sindicato de Prensa de Buenos Aires, fue fundada en 1954 (Santamarina, C. Manuel de Periodismo, 1960; Bs. As. Pan América). En la UBA había algunas cátedras en Sociología y Filosofía que se dedicaban al estudio de los “medios de comunicación”, pero la carrera no inicia hasta 1986. La Universidad del Salvador tenía desde 1960 una carrera de Artes y Técnicas Publicitarias en el ámbito de su Facultad de Historia y Letras.

12 Hoy publicadas en el sitio de IAMCR: disponible en <https://iamcr.org/digital-archive>

13 En su Carta Bourquin manifiesta que en el evento se presentaron 36 trabajos y participaron unos 50 miembros de la IAMCR de diversas partes del mundo, además de los asistentes argentinos. (*26 th Presidential Letter*. Bourquin, J. Lousanne, december 1972.)



Plata (BORA, 25/07/69); y como asesor también de diversos grupos económicos como FIAT ARGENTINA (1959).¹⁵

Pero a esa faceta empresaria le cabe sumar su entusiasmo por las letras. Noseda escribe principalmente entre los años 60 y 80 varios libros publicados por editoriales porteñas: “Tema para una revolución” (Ed. Perspectivas, 1964); “Los decretos de altamarca” (Troquel, 1972); “El libro y la comunicación social” (Troquel, 1973); “Los Figurones” (Troquel, 1981) y “Nulidad de la Ley Nro. 21.839” (Edit. Fraterna, 1985). En ellos combinaba ficción con realidad y sus preocupaciones por la democracia, el país y los desafíos de los tiempos que le tocó vivir. Dirá Albino Gómez, amigo personal, periodista, diplomático y maestro de las letras que prologó dos de los libros de Noseda:

“Altamarca no es un país imaginario. Es el país imaginado”. Así comienza este libro que, aunque de decretos y no de horas como el de Rilke, puede ser considerado poético. Tiempo atrás, Noseda había incursionado en el tema de la revolución a través de un ortodoxo ensayo político titulado precisamente *Tema para una Revolución*. Ahora –tal vez por fatal realismo– ha preferido tratar la misma materia apelando a la alegoría satírica, pero el género no logra disimular el profundo sentido ético-político del autor, ni el humor y el drama histórico de una comunidad nacional. La Revolución de Altamarca no pretende cambiar sistemas o estructuras, económicas o políticas, sino rehabilitar al hombre como autor y destinatario de la empresa común.”

Y expresará en el prólogo a Los Figurones:

“Este libro de Ricardo Noseda estaba prefigurado en *Los decretos de Altamarca*, ya que *Los figurones*, que ahora toma la forma de una novela po-

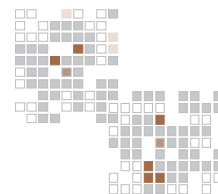
licial, era uno de los decretos de aquel libro. Pero tanto Los decretos de Altamarca como esta nueva obra de ‘ficción’, son alegorías a las que Ricardo Noseda apela para expresar con lucidez y humor su angustia y su dolor por nuestro país. Algunas breves y fragmentarias transcripciones serán más que suficientes como para interesar a cualquier potencial e inteligente lector: ‘... *La sociedad argentina se deshace desde hace largo tiempo en una anemia perniciosa que le carcome las fibras y las fuerzas. No es ninguna crisis en particular, económica, política o incluso ética. Es el desfallecimiento progresivo de la mente, del ánimo y del alma nacional. Es la desvalorización y el desdén por la inteligencia... Es la quiebra general de las virtudes, desde las que infunden la moral hasta las que nutren la economía...*’ ‘...*Un gran país sin armas puede más que un montón de armas sin país...*’ (Gómez, Albino, “Tiempos de Descuento”, Buenos Aires, Edit. El fin de la Noche, 2009)¹⁶

Noseda no solo fue organizador local del evento como miembro del Consejo Argentino de la Asociación Internacional para la Investigación de las Comunicaciones Masivas (CA-IAMCR), sino uno de sus expositores con mayor proyección. El texto que presentó en el panel, titulado “Definición y deslinde conceptual de la comunicación”, fue posteriormente utilizado por Luis Ramiro Beltrán¹⁷ -presente en el congreso- y

16 Intercambiamos con Albino Gómez algunos comentarios sobre Noseda y también sobre su obra mediante correos electrónicos que él gentilmente respondió. A decir de Gómez, Noseda era “un amigo” (...) “recuerdo mis encuentros frecuentes con él, que me permitieron siempre gozar tanto de su generosa amistad como de su profunda y vasta cultura, así como de su gran preocupación por los destinos de nuestro país. Han pasado tantas cosas desde entonces, que solo puedo decir cuánto lo echo de menos en momentos tan difíciles y confusos, no solo para nuestro país sino para el mundo entero. Porque era un estupendo interlocutor y cuando en nuestro país desaparece un hombre de su calidad, no tiene reposición.” (Comunicación personal, 28/03/2017).

17 Noseda es citado por Luis R. Beltrán en *Adiós a Aristóteles. La comunicación Horizontal*, uno de sus escritos de mayor divulgación. En el texto Beltrán se vale de Noseda para dar sustento a su funda-

15 <http://camionargentino.blogspot.com.ar/2015/10/no-pudieron-ser-fabrica-de-camiones-y.html>



Mario Kaplún, en diversos escritos y por esa razón multiplicado en diversas citas de tesis e intelectuales mayormente latinoamericanos e ibéricos. Nosedá, entonces, no fue posteriormente para la academia nacional un referente, pero sí lo fue para la intelectualidad internacional que a través de Beltrán y Kaplún conocieron su obra, aun cuando del autor poco conocieran.

Ricardo Mosquera Eastman (1918-1982).

Porteño, escritor, periodista y diplomático, Mosquera también pertenecía a un grupo social expectante y a una familia con larga trayectoria en la provincia. En la Universidad de Buenos Aires estudió leyes y ciencias sociales y como abogado representó a la Unión Cívica Radical en diversas causas para defender a quienes se sentían perseguidos por el primer y segundo gobierno del General Perón (1946-55)¹⁸. Aunque también en las dictaduras sucesivas para evitar los atropellos de facto a los civiles, cualquiera fuese su ideología.

Diplomático del gobierno de Frondizi (1958-62), Mosquera Eastman incursionó además en las artes cuando en 1951 dirigió la escuela de teatro del Instituto de Arte Moderno de Buenos Aires y posteriormente cultivó el periodismo. En esa esfera ejerció la dirección del diario *Democracia* y posteriormente del diario *La Nación*, ocupando también la dirección de la Agencia estatal de noticias TELAM. En el ámbito privado y gerencial, trabajó en Canal 13 de Buenos Aires (actual

mentación sobre el carácter horizontal que asume la comunicación desde una posición normativa. Disponible en <http://www.rebellion.org/docs/54654.pdf>

¹⁸ Ver nota del diario *La Nación*, "Frente al Horror de la Picana", (24 febrero de 2005) disponible en <http://www.lanacion.com.ar/682226-frente-al-horror-de-la-picana>

medio del grupo Clarín). En la esfera académica, Mosquera también fue profesor de Derecho Constitucional y Administrativo en la Universidad Nacional de La Plata y en otras cátedras de la Universidad del Salvador. A fines de los sesenta, dirigió la Editorial SA *Fuerza Editorial* de Buenos Aires y gerenció la Editorial Kraft Ltda.

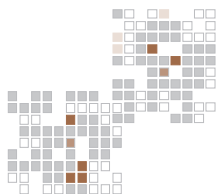
Luego de fallecer en 1982, la reseñista Alicia Blasde Lumi escribirá en honor a su memoria:

"Mosquera habla de nuestra Gran Patria Americana que 'se caracteriza por un designio de libertad. Su esencia es la libertad como destino y como programa. Pero entre nosotros los americanos la historia real es una historia de frustración, de una revolución no hecha, de una contrarrevolución que se mimetiza, de una estructura colonial que no cede y en la fuerza de su inercia convierte todo intento de rebeldía a su signo siniestro'."

(disponible en http://racimo.usal.edu.ar/269/1/memoriám_-_blasee.pdf)

Juan Carlos Goti Aguilar (1910-1986).

Abogado, escritor, crítico, autor de *Crítica Nuestra: Don Segundo Sombra, Ricardo Güiraldes y Cantico y Forma, Enrique Corbellini*. Buenos Aires: Viau y Zona, 1935; y *Camila*, Cuentos, 1943, Goti Aguilar fue un apasionado por el cine y un gran defensor de las libertades de expresión, sobre todo de aquellas que afectaban la censura en el séptimo arte. En 1957 se hizo cargo del Instituto Nacional de Cinematografía (actual INCAA, Instituto Nacional de Cine y Artes Audiovisuales), y como novelista y autor dramático que pensaba como Croce que 'todas las artes son una sola', sumó a otros intelectuales en el directorio del Instituto: el abogado José Enrique Lozano, el director teatral Jorge Oubiña y el realizador Francisco Mugica.



En una entrevista concedida a la Revista *Primera Plana* (11, dic. 1962) y exponiendo su pensamiento respecto del cine que se debía promover, decía:

“nuestro pueblo necesita un arte popular, lo que en modo alguno es peyorativo. El arte popular puede llamarse Molière. Hay otra cosa: el cine es una industria, y esa industria está caminando dentro de un país. Pienso, por lo tanto, que Marrone (actor popular) se justifica porque nuestro mercado interno así lo quiere. Lo que sería deseable es un Marrone mejor, eso sí; pero dejar de lado, los gustos populares, implicaría el asesinato de la industria”.

Con esa perspectiva, su gestión –dependiente del Ministerio de Educación– se ocupó de trabajar al margen de toda intromisión política y bajo el convencimiento de que *el creador, y no el Estado, es el último responsable de las obras cinematográficas.* (<http://www.magicasruinas.com.ar/revistero/locales/instituto.htm>)

¿Un campo comunicacional avanzado?

¿Qué tenían en común Nosedá, Mosquera Eastman y Goti Aguilar? ¿Su vinculación a la IAMCR, su amistad, su cooperación en otras áreas, su militancia en cierto espacio político, sus convicciones democráticas y republicanas? ¿Su afinidad con el desarrollismo?

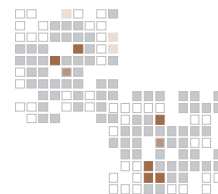
Ninguno de ellos se vinculaba a una institución educativa o de investigación ni aparecían ligados a la IAMCR con anticipación al evento. No era la academia su espacio “natural” de labor, sin embargo, alguna razón –que por su ausencia física no resulta posible confirmar– puede conjeturarse. Nuestra hipótesis de trabajo sugiere que fue

la combinación de una coyuntura política y la pertenencia a cierto espacio de relaciones sociales lo que articuló el protagonismo de los tres. Y la clave descansa en un cuarto interlocutor hasta ahora no presentado: Francisco Guillermo Manrique, un militar de la fuerza naval, que luego incursionara en la política y el periodismo: el gran gestor.

Francisco G. Manrique (1919-1988) fue un marino que en los años cincuenta se interesó por la prensa y la política y ocupó diversos cargos a nivel de gobierno central, tanto en aquellos de facto como democráticos. Su vida profesional lo llevó a actuar en diversos frentes. El militar, pero también el educativo, desempeñándose como director del Liceo Naval y docente en la Escuela Superior de Guerra.

Opositor a Perón, luego de su derrocamiento, pasó a conducir la Casa Militar y a cumplir misiones diplomáticas en diferentes países hasta su renuncia a la fuerza. Al final de la década del cincuenta, se incorporó de lleno a la vida política y fundó el diario *Correo de la Tarde*, que resultó crítico al gobierno desarrollista de Arturo Frondizi. También tuvo una fluida participación en la Sociedad Interamericana de Prensa y la Asociación Interamericana de Radiodifusión y fue designado para participar en la OEA del análisis del programa Alianza para el Progreso.

Ante los diversos vaivenes políticos, Manrique supo situarse como protagonista activo de las diversas coyunturas. En los setenta, fue designado Ministro de Bienestar Social y cuando la IAMCR efectuó su congreso en Buenos Aires hacía solamente un mes que había renunciado a ese cargo por diferencias manifiestas con el presidente de facto Lanusse. En años subsiguientes se mostró



partidario de fortalecer la institucionalidad y la democracia. En 1973 y también en 1983 fue candidato presidencial y en el '86 ocupó el cargo de Secretario de Turismo de la Nación en la presidencia de Ricardo Alfonsín (UCR).

¿Fue Manrique quién promovió el congreso de IAMCR en Buenos Aires y convocó a Nosedá, Mosquera Eastman y Goti Aguilar? Posiblemente sí o en todo caso un nexo necesario. Manrique, quizás por su performance internacional y experiencia con entidades asociativas del campo comunicacional, sí estaba vinculado a la IAMCR. Y así se confirma al consultar los consejos directivos de la Asociación. En 1970, bajo la presidencia de Jacques Bourquin, los miembros del Consejo incluían a Manrique junto a Claude Bellanger, Alex Edelstein, Jovan Marinovik y Dallas Smithe. (<https://iamcr.org/in-retrospect>). En Buenos Aires, al elegirse nuevas autoridades, Manrique es confirmado en el Consejo. Claro que al revisar los miembros directivos de la IAMCR algún otro dato resulta interesante para profundizar. En ambos Consejos en los que está Manrique participa en la comisión directiva Juan Beneyto. Español, escritor, pionero de los estudios de comunicación en España con formación inicial en derecho y ciencias políticas, Beneyto tenía lazos con América Latina y CIESPAL, donde dictó cursos y publicó en 1965 su libro *El saber periodístico*. Quizás Beneyto resultó un enlace clave entre la asociación internacional y Manrique, al punto de interesarlo por postular a Buenos Aires como sede de uno de sus congresos. Aunque por el momento, suponerlo es sobre todo conjeturar.

En esas tramas, hay que considerar que la IAMCR ya había generado eventos en países faltos de democracia. En el '68, por ejemplo, había realizado su Asamblea General en Pamplona, bajo la

presidencia de Franco. Y en las filas de la asociación muchos de sus miembros pertenecían a países del Este europeo, con regímenes más cerrados y lógicas comunicacionales de mayor control. La Asociación, entonces, podría encontrar en Argentina situaciones no necesariamente distantes a las vividas políticamente en el viejo continente.

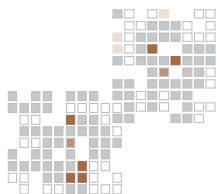
Visto desde este lado, en tanto, el congreso de la IAMCR tal vez fue pensado como una oportunidad para abrir una ventana más en el ajetreado terreno político-institucional que vivía Argentina y su necesidad de dejar atrás las dictaduras y la violencia política de aquellos años. Esa necesidad era de la clase política, pero también de la dictadura que tenía un desgaste inocultable¹⁹. Si Manrique fue un cultor de ese movimiento y Nosedá, Mosquera Eastman y Goti Aguilar colaboraron para concretar la edificación de ese espacio de discusión y apertura política, es una cuestión abierta. No estamos, por el momento, en condiciones de afirmarlo cabalmente, pero al menos sí de hipotetizarlo.

Algunos de los indicios que encontramos, en el tejer de documentos y relatos que siguen un estilo “guinzburgeano”, nos alientan a profundizar sobre esa línea que une militares, gestores y literatos en tiempos trémulos.

A modo de conclusión

Mientras la disciplina comunicacional en muchas coordenadas geográficas tenía ya varios

¹⁹ El involucramiento del gobierno argentino no fue menor. En el evento participaron de parte de la Secretaría de Prensa y Difusión Edgardo Sajon Gaggiolo (periodista del diario *La Opinión* y desaparecido en 1977); Aulio Sila Almonacid, periodista de Casa Rosada y Luis Laurelli, periodista de filiación peronista con trabajo en cancelería. Muy interesados, tal vez, en la doble vía de favorecer un exitoso encuentro y observarlo desde los criterios del poder de turno.



capítulos académicos y científicos sufragados, en Argentina atravesaba sus primeros albores, al menos si se piensa como hoy lo hacemos a partir de reconocer actores e instituciones específicas del campo. Ahora, como bien expresaran Hamelink y Nordestreng (2016), el congreso de la IAMCR en Buenos Aires fue algo más que la primera conferencia organizada por la entidad en América Latina. Fue también el inicio de una nueva era de cooperación con la UNESCO en un momento en el que “la investigación en comunicación de masas estaba atravesando lo que sería denominado un *giro social*, la etapa en la que un campo joven toma conciencia de sí mismo y se implica activamente en la política social.” (Hamelink y Nordestreng, 2016:10)

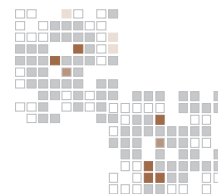
Y si ese momento fue clave para la articulación más profunda entre la IAMCR y la UNESCO, también lo fue para la coyuntura política argentina que necesitaba generar nuevos bolsones de aire por donde respirar y aspirar al regreso a la institucionalidad y la democracia. Los actores políticos lo sabían, los actores de facto también. Según nuestra hipótesis, el congreso fue una

oportunidad para poner en vidriera discusiones que renovasen las expectativas sobre la búsqueda de mayor libertad, republicanismo y desarrollo. Fue una oportunidad, también, para que el campo comunicacional aprovechara a figuras claves de la esfera internacional en el área y marcara un hito para la comunicación latinoamericana. Pero eso no sucedió. La política, quizás, es la que se devoró todo, también a la posibilidad de que la academia escribiese sobre el evento un capítulo trascendente.

Hoy, sobre la difusa crónica que existe, hay que seguir trabajando para comprender de manera situada cómo aún en tiempos trémulos la comunicación que se abre es irremplazable para los actores en el tejido que configuran la historia. Porque es sobre ella que los operadores políticos e institucionales traman posibilidades de destino, argumentos y el ejercicio pleno o cercenado de las libertades. Cabe entonces, en el camino de recuperar e hilvanar registros, ofrecer al menos algunos retazos de memoria, para explorar después y con mayores elementos sus sinuosas profundidades.

Referencias

- Beltrán, L. R. “Adiós a Aristóteles. La comunicación Horizontal”. Disponible en <http://www.rebellion.org/docs/54654.pdf>
- Blasde Lumi, A. In *Memoriam Ricardo Mosquera Eastman* (Disponible en http://racimo.usal.edu.ar/269/1/memoriam_-_blasee.pdf)
- BORA. Boletín Oficial de la República Argentina. Varias ediciones. (Disponible en <https://www.boletinoficial.gob.ar/>)
- Bourquin, J. *26 th Presidential Letter*. IAMCR. Lousanne, december 1972.
- Cavarozzi, M. (1997). *Autoritarismo y democracia (1955-1996) La transición del estado al mercado en la Argentina*. Buenos Aires, Ariel.
- CIESPAL, www.ciespal.org
- CLARIN, diario. Varias ediciones de tapa. (Disponible en <http://tapas.clarin.com/>)
- De Santis, D. (2010). *La historia del PRT-ERP por sus protagonistas*. Buenos Aires. A formar filas.
- Collado, G. (2015) “La enseñanza superior de la Comunicación en San Juan: Balance y prospectiva, a casi 60 años de su original implementación (1956-2015)”. *Ponencias ENACOM 2015*, USAL, Buenos Aires. Inédito.
- García Delgado, D. (1999). *Estado y sociedad. La nueva relación a partir del cambio estructural*. Buenos Aires, Flacso-Norma Edit.



Gómez, A. (2009) *Tiempos de Descuento*. Buenos Aires, Edit. El fin de la Noche.

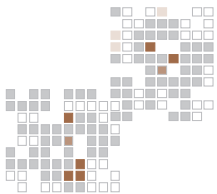
Hamelink, C. y Nordenstreng, K. (2016). "Estudiando la historia a través de la Asociación Internacional para el Estudio de la Comunicación Social" (IAMCR). *Anuario Electrónico de Estudios en Comunicación Social "Disertaciones"*, 9(2), 46-67. Doi: [dx.doi.org/10.12804/disertaciones.09.02.2016.03](https://doi.org/10.12804/disertaciones.09.02.2016.03). Versión en Inglés: Hamelink, C. and Nordenstreng, K. (2016) Looking at history through the International Association for Media and Communication Research (IAMCR) <http://iamcr.org/sites/default/files/Hamelink-Nordstreng-2016.pdf>

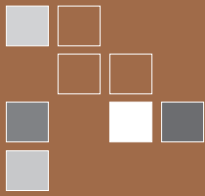
IAMCR. www.iamcr.org (sitio oficial, International Association for Media and Communication Research)

Revista *Primera Plana* (11, dic. 1962) (<http://www.magicasruinas.com.ar/revistero/locales/instituto.htm>)

UNESCO. *Proposals for an International Programme of Communication Research*, 1971 (referenciado como COM/DM/20)

UNESCO: "Informe del Director General, Conferencia General 18 Reunión, París 1974". (Disponible <http://unesdoc.unesco.org/images/0000/000031/003105so.pdf>). Pág. 199.





EL PERIODISMO COMO TERRITORIO PARA ESPIRITUS INDOMABLES. HISTORIA, MUTACIONES Y DESAFIOS

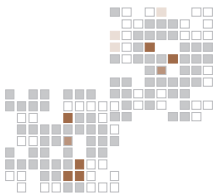
THE JOURNALISM AS A LAND FOR INDOMITABLE SPIRITS. HISTORY, MUTATIONS AND CHALLENGES

O JORNALISMO COMO TERRITÓRIO PARA ESPÍRITOS INDOMÁVEIS. HISTÓRIA, MUTAÇÕES E DESAFIOS

Orlando Villalobos Finol

■ Profesor de la Escuela de Comunicación Social de la Universidad del Zulia (LUZ). Doctor en Ciencias de la Comunicación por LUZ. Autor del libro "Reinventar la comunicación" (2015) Editorial Galac; "La señal comunitaria. Marchas y contramarchas de la opción alternativa en comunicación", en ALAIC, Revista Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación. Año 13, N° 25, julio-diciembre de 2016.

■ E-mail: orlandovillalobos26@gmail.com



RESUMEN

Este ensayo busca aproximarse a las claves que permitan la actualización del periodismo y la comunicación, como disciplinas académicas y profesionales, para que respondan a las demandas y expectativas de esta época, cruzada por transformaciones tecnológicas y políticas.

El trabajo parte de la historia de las primeras escuelas, los cambios, el paisaje diverso de los centros de estudios que se fueron constituyendo, hasta arribar al análisis de cuál es el periodista que se requiere en esta era.

Se exponen premisas en el interés de contribuir a superar los desafíos presentes.

PALABRAS-CLAVE: PERIODISMO; COMUNICACIÓN; ESCUELAS; CAMBIOS.

ABSTRACT

The essay try to be close to the clues that allows the journalism and communication up date, as academic and professional disciplines that satisfy demands and expectations of this epoch cross by technological and politics changes.

The study start from the beginning of first schools, the changes, the different environments of the study centers built, un o de to reach the analysis of the journalist the era need.

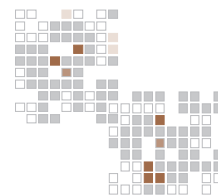
In order to contribute to fulfil the actual challenges some premises are given.

KEY WORDS: JOURNALISM; COMMUNICATION; SCHOOLS; CHANGES.

RESUMO

Este ensaio procura aproximar as chaves que permitam a atualização do jornalismo e da comunicação, como disciplinas acadêmicas e profissionais, para que respondam às demandas e expectativas desta época, permeada por transformações tecnológicas e políticas. O trabalho parte da história das primeiras escolas, as mudanças, a paisagem diversa dos centros de estudos que se foram constituindo, até atingir a análise de qual é o jornalista que se necessita nesta era. Expõem-se premissas no interesse de contribuir em superar os desafios presentes.

PALAVRAS-CHAVE: JORNALISMO; COMUNICAÇÃO; ESCOLAS; MUDANÇAS.



1. La ruta histórica

Cuenta García Márquez que hubo una época en la que no estaban de moda las escuelas de periodismo ni de comunicación. “Se aprendía en las salas de redacción, en los talleres de imprenta, en el cafetín de enfrente, en las parandas de los viernes. Todo el periódico era una fábrica que formaba e informaba sin equívocos” (García Márquez, 1996, p. 2).

Así ocurrió durante mucho tiempo, hasta que a mediados de los años 40 del siglo XX comienzan las fundaciones o creaciones de las escuelas. De ese ejercicio práctico de difundir relatos y noticias, que ejercen personas cultas, se pasa a la etapa en la que se concede condición de estudio sistemático y organizado, escolarizado y académico, avalado por universidades.

En América Latina la historia de los estudios universitarios de periodismo es reciente. El 27 de abril de 1934, la Asociación de Periodistas de La Plata, capital de la provincia de Buenos Aires, comenzó a impartir cursos, que un año después encontraron cobijo en la Universidad Nacional de La Plata, dando paso a la conformación de la Escuela de Periodismo.

En Brasil, por iniciativa privada del grupo empresarial Cásper Líbero, en Sao Paulo, se creó en 1947 la primera Escuela de Periodismo, en convenio con la Pontificia Universidad Católica. Al año siguiente, la universidad pública, la Universidad de Brasil, en la actualidad la Universidad Federal de Río de Janeiro, dio el paso de legitimar este campo de estudio (Marques de Melo, 2003).

De aquellas primeras experiencias universitarias se da paso a la multiplicación de ese movimiento de creación de escuelas académicas. Cuba funda su primera escuela en 1942, México en 1943, Ecuador y Perú en 1945, Colombia en 1949, Uruguay en 1970 (Nixon, 1982).

En Venezuela, fue en la Universidad Central de Venezuela, en 1947, donde se creó la primera

Escuela de Periodismo. La siguiente data de 1959 en la Universidad del Zulia, Maracaibo.

N° de escuelas por países / 1980

País	N° de escuelas
Brasil	64
México	26
Argentina	20
Colombia	11
Chile	4
Venezuela	3

Fuente: Nixon, 1982.

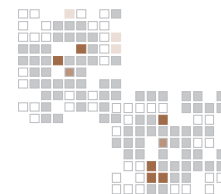
Comenzando la década del 80, la situación para el periodismo y la comunicación cambian y se va a producir un acelerado crecimiento de los centros de estudios de esta área del saber. Se produce una “explosión demográfica”. Las tecnologías de comunicación e información se van transformando y se prepara el terreno para lo que está por llegar: Internet y las computadoras personales, que dan inicio a la llegada meteórica y arrasadora del entorno digital. La comunicación individual y colectiva muta y crecen las expectativas sobre sus posibilidades. Periodismo deja de ser un territorio pequeño, infravalorado y de escasa proyección.

En el siguiente cuadro, se aprecia como 25 años después, a comienzos del siglo XXI, la opción de estudio de periodismo y comunicación ha crecido de manera nítida.

N° de escuelas por países / 2004

País	N° de escuelas
Brasil	105
México	50
Argentina	50
Colombia	35
Chile	36
Venezuela	14

Fuente: Orlando Villalobos a partir de datos de FELAFACS.



Había más centros universitarios, pero ¿qué sucede en términos cualitativos? ¿Qué tipo de centros eran? ¿Cuáles eran sus propósitos? Estas escuelas surgieron siguiendo la huella del pensamiento funcionalista en boga en las universidades estadounidenses, en donde primero se habían formalizado los estudios universitarios de periodismo.

Se fomenta un periodismo que sigue los postulados básicos del funcionalismo, que busca preservar el orden social. Eso significa que informa hasta cierto punto, pregunta hasta donde se puede y le pone límites a la investigación y la interpretación. En todo caso, esa tensión se instala o recorre al periodismo que se estudia y se practica, porque América Latina vive el conflicto social, la disputa por el poder político y económico; es un subcontinente atravesado por la desigualdad social, donde se dirimen intereses y ópticas distintas. Aproximarse a esa realidad, exige definiciones, estudio, investigación, premisas, disposición para el análisis y reconocimiento de los hallazgos. Las tensiones estaban, aunque no siempre reconocidas.

Para apoyar los estudios en desarrollo, se creó el Centro Internacional de Estudios Superiores de Periodismo, CIESPAL (periodismo se cambió por comunicación en 1974, pero las siglas se mantuvieron), por medio de un convenio del gobierno de Ecuador con la Unesco. Su sede siempre ha estado en Quito.

Con esta entidad mantienen relaciones, en la década del 60, un conjunto de países como Canadá, Suecia y Holanda con sus políticas de financiamiento, mediante becas y apoyo a la investigación; la OEA financiaba con becas para que los seleccionados pudieran trasladarse a Quito, a participar en los seminarios anuales.

“Entre 1962 y 1964, la Fundación Ford de Nueva York, donó a CIESPAL 142 mil dólares, suma que permitió al centro materializar numerosos proyectos adicionales” (Nixon, 1982), organizar y

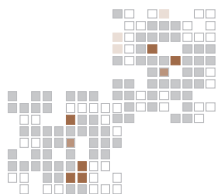
ampliar la biblioteca, crecer en bibliografía y hemerografía. En el caso de Ciespal, se debe añadir la participación en sus planes de dos fundaciones alemanas, Friedich Eber y Konrad Adenauer y de los aportes de la Agencia de los Estados Unidos para el Desarrollo Internacional, USAID. Con estos apoyos, era inevitable la influencia. En el plano de los contenidos, se impone el sesgo liberal, en la época de la llamada guerra fría, que condensa la disputa entre Estados Unidos y la Unión Soviética. Eso está racionalizado y justificado en distintos tratados. “Cada teoría está conectada a una teoría política concreta o a un conjunto de condiciones económico-sociológicas”, explica (Aguilera, 1991. p. 32).

Otro dato es que, en las primeras décadas, del 40, 50 y 60, cuando se hacía referencia al periodismo se centraba la atención en formar profesionales para ejercer en el medio impreso –periódicos y revistas-, que era predominante. Los otros medios tenían un desarrollo menor; la televisión comienza en la década de los 50 y en los 60 todavía está levantando vuelo.

La mudanza: de periodismo a comunicación

En la década del 60 comienza un giro acelerado en los estudios de periodismo. No por casualidad deja de ser ofrecido de manera independiente, se elimina como una carrera aparte, y se le convierte en una mención, un segmento, una orientación o una opción dentro de comunicación social.

En 1965, CIESPAL promueve y orienta la creación de una licenciatura en comunicación social, que reuniera distintas vertientes; tanto que pasa a ser una carrera omnipotente, que cobija a nociones diversas como producción audiovisual, marketing, publicidad, propaganda, relaciones públicas, comunicación y organizaciones, comunicación mercadológica, diseño, investigación de la comunicación y también periodismo o periodismo impreso, que pasa a ser su denominación común.



De manera activa, mediante jornadas y encuentros, en donde se hacen ponencias y se debate, la propuesta se revisa y se evalúa el cambio de paradigma. El profesor brasileño participante de esos encuentros, Celso Kelly, miembro del Consejo Federal de Educación de Brasil, elaboró la propuesta de creación de la licenciatura que reuniera ese conjunto de opciones (Antonioli, 2014).

La mudanza se fue fraguando y en la primera parte de los años 70 se produjo el cambio de denominación, de periodismo a comunicación. Fue un giro tan determinante que se hizo efectivo en toda América Latina, con pocas excepciones, entre ellas la Universidad Nacional de La Plata, Argentina, que mantuvo la Facultad de Periodismo y Comunicación Social.

La denominación que se impuso es comunicación social, o con cualquier otro adjetivo. En cuanto a lo administrativo son facultades o escuelas.

En Venezuela, en la Universidad Central (UCV) y en la Universidad del Zulia (LUZ) la Escuela de Comunicación Social queda incluida en la Facultad de Humanidades. En la Universidad Bolivariana de Venezuela (UBV) se registra Comunicación Social como programa de formación profesional (PFP), como ocurre en esa institución con el resto de carreras que se ofrecen.

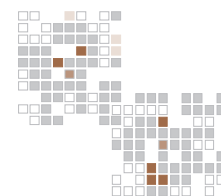
Periodismo queda definida como una opción, segmento, orientación o mención, dentro de un abanico más amplio de comunicación social. En algunos casos su campo de acción profesional queda delimitado al mundo del periodismo impreso. En la década del 70 eso se veía como un hecho lógico y natural.

¿Qué ocurre con los contenidos? ¿Qué implicaciones tiene para el periodismo? Esto casi pasa inadvertido, en medio de la justificación del cambio que se promueve desde CIESPAL y que se termina imponiendo.

En apariencia, el periodismo mantiene inalterable sus cualidades y campo de trabajo. Queda

o pasa, sin revisarse de manera suficiente, los cambios que ya eran evidentes y estaban ocurriendo alrededor del periodismo, el impacto de las tecnologías de la comunicación y la información, y las transformaciones inevitables que son el resultados de los debates, revisiones y diálogos propiciados por la Escuela de Frankfurt, y el pensamiento crítico latinoamericano que va surgiendo, a la par de autores que cristalizan conceptos y teorías, que muestran fortaleza y capacidad para transformar. Algunos vienen de la esfera comunicacional –Antonio Pasquali, Jesús Martín Barbero, Eleazar Díaz Rangel, Migdalia Pineda, Federico Álvarez, Jesús María Aguirre, Raúl Fuentes Navarro, Luis Ramiro Beltrán, Guillermo Orozco, José Márquez de Melo, Mario Kaplún- y otros de territorios afines de las ciencias sociales. Si algo aportó la Escuela de Frankfurt es que las ciencias sociales estaban en construcción y creación. Eso significaba para el periodismo y la comunicación que para conseguir un desarrollo pleno y suficiente tenía que sumar los aportes y propuestas que vienen de la filosofía latinoamericana, de la sociología, la psicología, la economía, el derecho, la teología de la liberación, los movimientos cristianos, y otras disciplinas y corrientes.

Se avanzó, pero no lo suficiente, en la dirección de un periodismo con respuestas propias, acordes con la realidad latinoamericana. El periodismo seguía siendo la prolongación de teorías foráneas; se mantenía dependiente y atado a otras miradas. Los conceptos de noticia, fuentes, audiencia, e incluso de periodismo eran los que llegaban de otras latitudes. ¿Qué posibilidades había para un pensamiento propio, crítico, alternativo, latinoamericano? El interés por ese tema estuvo. García Márquez (1988, p. 13) lo captó y resumió: “Es comprensible que insistan en medirnos con la misma vara con que se miden a sí mismos, sin recordar que los estragos de la vida no son iguales para todos, y que la búsqueda de



la identidad propia es tan ardua y sangrienta para nosotros como lo fue para ellos. La interpretación de nuestra realidad con esquemas ajenos sólo contribuye a hacernos cada vez más desconocidos, cada vez menos libres, cada vez más solitarios”.

Un paisaje común y al mismo tiempo diverso

El paisaje es diverso en las facultades y escuelas de periodismo y comunicación social. Cambian los tonos y énfasis, aunque la búsqueda y el destino sean comunes. Aquí resumimos una muestra.

La Universidad Nacional de La Plata –pública- tiene la Facultad de Periodismo y Comunicación. Concede la licenciatura en comunicación social en dos orientaciones: en planificación y gestión de la comunicación en las organizaciones; y en periodismo, producción de contenidos y gestión de medios.

La Universidad de Antioquia –pública-, Colombia, tiene la Facultad de Comunicación Social, con cuatro especialidades: periodismo, comunicación social y periodismo, comunicaciones, y comunicación audiovisual y multimedia. La Pontificia Universidad Javeriana de Colombia –privada-, tiene la Facultad de Comunicación y Lenguaje. Entrega la licenciatura con seis énfasis profesionales: periodismo, producción audiovisual, comunicación organizacional, publicidad, producción editorial y multimedial, y producción radiofónica.

La Universidad de Chile tiene el Instituto de la Comunicación e Imagen –pública- y otorga el grado de licenciado en comunicación social y el título de periodista.

La Universidad Autónoma de Guadalajara tiene la Escuela de Ciencias de la Comunicación –pública-, otorga el título de licenciado en comunicación pública, con tres orientaciones: para el cambio social, la comunicación política y en comunicación educativa.

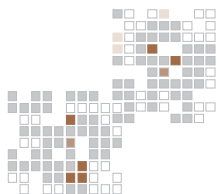
La Universidad Metodista de Sao Paulo ofrece la carrera de periodismo en varias modalidades: periodismo, comunicación digital y redes sociales, publicidad y propaganda, producción multimedia; radio, TV e internet y relaciones públicas.

En Venezuela están la Universidad Central de Venezuela (UCV) y la Universidad del Zulia –públicas-. Otorgan el título de licenciado en comunicación social, en tres menciones: periodismo, comunicación audiovisual, y relaciones públicas y publicidad.

Las orientaciones de la UNESCO para América Latina, de las décadas de 1960 y 1970, han sido reconsideradas en el siglo XXI. Ahora, la nueva orientación señala para el periodismo una formación específica, que debe ofrecer las habilidades y conocimientos necesarios, para actuar en una profesión que tiene una misión social imprescindible para contribuir a conseguir una sociedad con justicia social, democracia, equidad, equilibrio, paz, ejercicio ciudadano, inclusión social.

La UNESCO (2007. P. 7) recomienda que los periodistas adquieran tanto conocimientos generales amplios, “como las bases de un saber especializado en un ámbito importante para el periodismo”. Añade que “la enseñanza del periodismo tendría que instruir a los estudiantes acerca de la manera de identificar noticias y reconocer el hecho de interés informativo en un complejo entorno de datos y opiniones, de realizar investigaciones periodísticas, y de escribir, ilustrar, corregir y producir material en diversos formatos de medios de comunicación (periódicos y revistas, radio, televisión e internet y multimedia) y para el público propio de esos formatos” (Unesco, 2007, p. 7).

En el paradigma anterior del periodismo y la comunicación, el poder de la información se concentraba en el emisor. El periodismo formaba parte de un proceso dominado por el periodista y el medio masivo. Con las transformaciones



sociales y políticas, y tecnológicas en marcha, hay cambios sustanciales. Ahora, el periodista además de garantizar la circulación de la información debe asumir los cambios en desarrollo, con tecnologías que generan la instantaneidad de la información, y con demandas sociales, políticas y ciudadanas que exigen o requieren un relanzamiento del periodismo desde la ética, la calidad del relato que se ofrece y desde la cultura, entendida como un proceso integral y diverso, y no como un mero espectáculo, que coloca al periodista de espaldas a la realidad. Eso tiene como traducción para el periodismo la necesidad de asumir nuevas narrativas y una eficacia argumentativa en el espacio público.

Un periodista/comunicador multiplataforma para los valores y prácticas ciudadanas

¿Qué periodista se necesita en la tercera década del tercer milenio? ¿Qué comunicador social se requiere? Caben las interrogantes y dudas.

Ese debate/diálogo se adelantó por varios años en la Escuela de Comunicación Social de la Universidad del Zulia. ¿Cómo hacer un ajuste de cuentas que actualizara el estudio de periodismo y comunicación? ¿Cómo actualizar la carrera y actualizarnos como profesores y como periodistas/comunicadores? El debate y el estudio se prolongó y al final nació y quedó la propuesta de diseño curricular que convierte al periodismo en una alternativa actualizada, refundada y reforzada. En el documento de síntesis, se propone una licenciatura en periodismo con la visión de formar un comunicador con capacidad y formación, para actuar en diversas plataformas comunicacionales y con disposición para generar valores y prácticas ciudadanas, democráticas; equidad y cultura de paz.

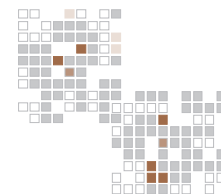
Allí se dice que el periodista:

“debe tener conocimiento teórico y práctico del quehacer profesional, un marcado dominio de los lenguajes y discursos, con criterios estéticos y corrección lingüística; debe saber de tecnología, conocer las fuentes adecuadas para recopilar información, estar constantemente actualizado, gestionar contenidos, administrar espacios abiertos e interactivos de comunicación, así como también asumir un permanente espíritu de crecimiento intelectual” (Fernández, Urbina, Villalobos, Arribas, Boscán y Montiel, 2018).

En el documento se resalta que es necesario un currículo que haga énfasis en adquisición de “destrezas referidas a la búsqueda, localización, procesamiento y redistribución de información periodística, mediante cualquier plataforma y lenguaje, abiertas a las nuevas formas de trabajo” (Fernández et al, 2018).

Se añade que en un mundo caracterizado por la sobreabundancia informativa, “la carrera de periodismo es imprescindible para formar un profesional con sentido común y nuevas competencias, que produzca y gestione la información que la ciudadanía requiere y demanda a fin de vencer la incertidumbre y generar opinión pública, fortalecer la identidad, preservar la memoria histórica y colectiva de los pueblos y desarrollar el ejercicio de la democracia; unas lógicas que deben estar adaptadas a esta contemporaneidad” (Fernández et al, 2018).

En esta experiencia, quedó como propuesta – todavía no resuelta, ni aprobada – que la Escuela de Comunicación Social de LUZ otorgue más de un título profesional. Uno sería en licenciado en periodismo, que integraría las competencias básicas de Comunicación Social y las competencias específicas del periodismo, que se orientan por criterios éticos, teóricos, culturales, técnicos,



legales y estéticos para satisfacer las necesidades sociales de información, para favorecer la participación y el ejercicio de la ciudadanía plena (Fernández et al, 2018).

Los nuevos desafíos

El interés por actualizar el periodismo y la comunicación, como disciplinas académicas y profesionales, va de la mano con las transformaciones que ocurren en la actualidad.

El entorno comunicacional se transforma a ritmo vertiginoso.

Se transforma el antiguo modelo de comunicación, consagrado por el funcionalismo: emisor-mensaje-receptor. En este, alguien dice y el otro lo recibe en forma pasiva. En la comunicación masiva –de medios masivos–, el emisor se situaba en la posición de dominio y predominio. En el ecosistema digital actual la relación cambia y ocupan un lugar central las redes virtuales, electrónicas o sociotécnicas, conocidas como redes sociales, los blogs y la mensajería de texto, vía Telegram, Whastapp y otras aplicaciones (apps).

En las redes se modifica la dimensión de los vínculos del usuario, que puede publicar contenidos, crear grupos y comunidades, y por esa vía comunicarse. En los blogs y aplicaciones de mensajería de texto, el usuario puede crear y hacer circular datos e información que sea de su interés (Yilin, 2014)

Pasamos de la comunicación unidireccional a una interactiva. Esta se caracteriza por la capacidad para enviar mensajes de muchos a muchos, en tiempo real o en un momento concreto, y con la posibilidad de usar la comunicación punto-a-punto, estando al alcance de su difusión en función de las características de la práctica comunicativa perseguida (Castells, 2009). Se pasa de una baja interacción, mediante cartas de los lectores o llamadas telefónicas, a una interacción y participación activa y directa. En el contexto digital, la distancia entre un periodista profesional

y un lector fue reducida. Cualquier persona tiene el derecho de editar y publicar fotos, opiniones y comentarios, así que el ciberespacio se ha convertido en un lugar de encuentro entre el periodista y la audiencia (Yilin, 2014).

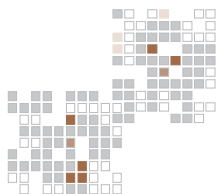
Las plataformas de las corporaciones mediáticas, protagonistas de los cambios presentes, nunca antes habían adquirido tanto poder. Ha surgido una trama de intereses variados y a veces antagónicos entre Estados Unidos, China, la Unión Europea, Rusia, y las corporaciones: Amazon, Apple, Google, Facebook, Microsoft y otras. Es tanto el poder que reúnen que se asoman políticas y acciones para establecer regulaciones (Becerra, 2020).

Mutan los roles en el intercambio comunicacional. Frente a ese súper poder de los grupos mediáticos se hace necesario el poder ciudadano, con capacidad de deliberar y abrir espacio para la democratización de la comunicación, en esta época de comunicación digitalizada.

Uno de los grandes desafíos es el de la ética. Tolcachier (2020) resume que resulta indispensable:

“asegurar la pertinencia y veracidad de la información, el análisis y las opiniones que publicamos; frente a la vorágine de información falsa (desinformación) y versiones distorsionadas de la realidad difundidas en redes y plataformas digitales (...) los medios y periodistas comunitarios y populares tenemos el desafío de la rigurosidad del método, la ética y la función periodística que, según el profesor español Lorenzo Gomis, es proporcionar a la ciudadanía la información que necesita para comprender su realidad y transformarla”.

Otro desafío es reinventar el periodismo para que pueda seguir siendo útil, necesario y creativo, capaz de informar, educar, entretener y mantener viva la inquietud y la imaginación por la justicia



social y la superación de la desigualdad social.

Todo eso en medio de un contexto diferente. Han cambiado la lectura y la escritura. Antes leíamos de corrido. Había tiempo entre una y otra edición del periódico. La tinta y el papel reinaron por demasiado rato. El papel impreso era sinónimo de cultura. El que leía, sabía. Pero el papel impreso siguió hasta mediados del siglo pasado hasta que poco a poco se fue encontrando con otras alternativas, que le restaron fuerzas y van minimizando su papel: la radio, el cine, la televisión y finalmente el omnipotente ecosistema digital.

Ahora se lee en modo teléfono, esto es, a trompicones, con mensajes que van y vienen. Se lee distinto. Pero también se escribe de otra manera. Un escritor de radionovelas decía que escribía para llegar “al corazón de las mujeres”. En este momento, por muy artesano de las letras y las palabras que seas tomas en cuenta el algoritmo. O lo tomas en cuenta o no sirve, o te hacen creer que no sirve. Es el mundo Google, que está hecho para que trabajes, te conectes, no necesariamente para que seas feliz.

El algoritmo es el que le permite a Google distinguir unos textos de otros, mediante una serie de operaciones matemáticas. Siendo así tenemos que intentar que cuando alguien ponga palabras en un buscador, nuestros textos tengan la opción de ser seleccionados. De allí las recomendaciones actuales vía Search Engine Optimization (SEO).

Referencias

AGUILERA, Octavio, *Las ideologías en el periodismo*, Madrid, España: Paraninfo, 1991.

ANTONIOLI, Maria Elisabete, *Ensino de jornalismo no Brasil: reflexões sobre a formação do jornalista*. *Revista Quórum Académico*, Maracaibo: Venezuela. V. 11, n. 1, p. 11-23, ene-jun, 2014. Disponible en <https://dialnet.unirioja.es/ejemplar/369287>. Acceso en: 18 may. 2020.

BECERRA, Martín, *La regulación estatal de Google y Facebook: Tus zonas erróneas*. 7 jun, 2020. Disponible en: <https://herramienta.com>.

Contenidos multimediáticos para distintas plataformas comunicacionales (epílogo)

El futuro ya está aquí y son muchos los cambios que está generando. ¿Cómo asumir los cambios? ¿Cuál es la formación que se requiere? Anotemos algunos requisitos para empezar a despejar las incógnitas: un profesional que sea humanista, culto, crítico y reflexivo; con capacidad para entender su rol como agente de ciudadanía y para actuar en una sociedad compleja, con conocimientos teóricos y técnicos especializados; que ejerza una labor social específica y diferenciada de un campo más amplio, entendido como la comunicación social o pública.

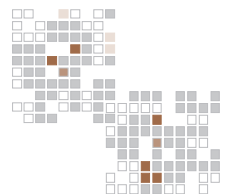
Un profesional con habilidades y destrezas para interactuar con las tecnologías y trascenderlas; que aproveche las opciones que se ofrecen desde las tecnologías para juntar razón y emoción; que tenga la capacidad para unir textos, fotografías, infografías, audio, video, diseño, que pueda por tanto generar contenidos multimediáticos para distintas plataformas comunicacionales.

Los desafíos actuales imponen la revisión y actualización de los planes de estudio de las universidades para avanzar, entender la magnitud de los cambios, vencer la incertidumbre, y asumir, entender y dar paso a los cambios que ya entran, sin tocar la puerta ni pedir permiso.

ar, Acceso en: 21 jul. 2020.

CASTELLS, Manuel, *Comunicación y poder*, Madrid: Alianza Editorial, 2009.

DUAN, Yilin, *La transformación del periodismo tradicional en el nuevo entorno digital*, Tesis de máster en investigación en comunicación y periodismo, Universitat Autònoma de Barcelona. 2014. Disponible https://ddd.uab.cat/pub/trerecpro/2014/hdl_2072_240247/trabajo_final_del_master_de_DUAN_YILIN.pdf. Acceso: 23 ener.2021.



FERNÁNDEZ, Sylvia; URBINA, Jesús; VILLALOBOS, Orlando; et al., El comunicador multiplataforma: diseño curricular de la licenciatura en periodismo. Maracaibo: Universidad del Zulia. Mimeografía. morfosintaxis@gmail.com, 2018.

GARCÍA MARQUEZ, Gabriel, El mejor oficio del mundo, 1996. Disponible en www.google.com/amp/s/elpais.com/diario/1996/10/20/sociedad. Acceso en: 16 ene. 2018.

GARCIA MARQUEZ, Gabriel, La realidad americana no se comprende con ojos europeos, Discurso pronunciado en ocasión de recibir el Premio Nóbel de Literatura en 1982. Editado por la Facultad de Humanidades y Educación, de la Universidad Central de Venezuela (UCV). Cuadernos Memoria de América Latina N° 20. Caracas, 1988, p. 13.

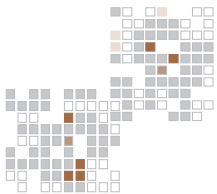
MARQUES DE MELO, José, Jornalismo brasileiro, Porto Alegre: Sulina, 2003.

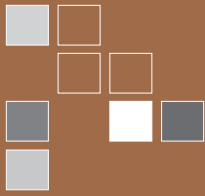
NIXON, Raymond B., Historia de la Escuelas de Periodismo, Informe Educación Periodística en América Latina. *Revista Chasqui.org*, Quito, Ecuador. N° 2. 1982.

Disponible en: <https://revistachasqui.org/index.php/chasqui/article/view/946>. Acceso en: 21 jul. 2020.

TOLCACHIER, Javier, Desafíos de la comunicación popular en la etapa pospandemia, Disponible en: <https://integracion-lac.info/es/node/44719>. Acceso en: 18 jun. 2020.

UNESCO, Plan modelo de estudios de periodismo, 2007. Disponible en: www.unesco.org/new/es/communication-materials/publications/full-list/model-curricula-for-journalism-education/. Acceso en: 20 jun. 2020.





E-CIENCIA E INTERDISCIPLINA: NODOS DE VISUALIZACIÓN COMO APOORTE AL MEDIR COMUNICACIÓN

E-SCIENCE AND TRANSDISCIPLINE: VISUALIZATION NODES AS A CONTRIBUTION TO COMMUNICATION MESUREMENT

E-CIÊNCIA E INTERDISCIPLINA: NÓS DE VISUALIZAÇÃO COMO APOORTE PARA MEDIDA DE COMUNICAÇÃO

Sandra Massoni

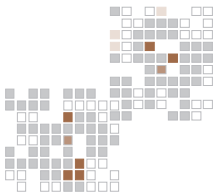
■ Es doctora por la Universidad de Buenos Aires, investigadora principal –categoría 1– de la Universidad Nacional de Rosario. Ha publicado 21 libros y 34 capítulos de libros. Destacados: “Avatares del comunicador complejo y fluido.” Ediciones CIESPAL, 2016 y “Metodologías de la Comunicación estratégica”, Homo Sapiens Ediciones, 2013.

■ Página web: www.sandramassoni.ar

Mateo J. Bussi

■ Es profesor en Comunicación Educativa por la Universidad Nacional de Rosario. Ha realizado 9 publicaciones como autor y co-autor. Destacada: Massoni, S. y Bussi, M. “Guía IEC - Investigación Enactiva en Comunicación: la ciencia de la articulación”, Ed. 2020.

■ E-mail: mateobussi27@gmail.com



RESUMEN

Este trabajo analiza siete proyectos caso de Investigación Enactiva en Comunicación (IEC) que utilizan Software IEC. Con el objetivo de ampliar los marcos epistémico-políticos en el entorno de investigaciones inter y transdisciplinarias, propone el prototipado de dispositivos comunicacionales de investigación que incorporan la visualidad aprovechando su apertura hacia nuevas formas de ontología relacional. Trabaja en propiciar reconfiguraciones intersubjetivas en el propio entorno sociocultural de los equipos de investigación bajo estudio y, a la vez, como un aporte a la e-Ciencia

PALABRAS-CLAVE: E-CIENCIA; VISUALIZACIÓN CIENTÍFICA; COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA ENACTIVA; TRANSDISCIPLINA.

ABSTRACT

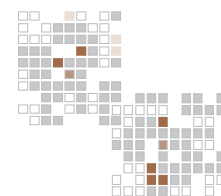
This work analyzes seven case projects of Enactive Research in Communication (IEC) that use IEC Software. With the aim of expanding the epistemic-political frameworks in the environment of inter and transdisciplinary research, it proposes the prototyping of communicational devices that incorporate visuality, taking advantage of their openness to new forms of relational ontology. It works to promote intersubjective reconfigurations in the sociocultural environment of the research teams under study and, at the same time, as a contribution to e-Science.

KEY WORDS: E-SCIENCE; SCIENTIFIC VISUALIZATION; ENACTIVA STRATEGIC COMMUNICATION; TRANSDISCIPLINE.

RESUMO

Este trabalho analisa sete projetos de Pesquisa Enativa em Comunicação (IEC, pela sua sigla em espanhol) que utilizam o Software IEC. Para expandir os quadros epistémico-políticos no ambiente de pesquisa inter e transdisciplinar, propõe a prototipagem de dispositivos de pesquisa em comunicação que incorporam a visualidade aproveitando sua abertura para novas formas de ontologia relacional. Trabalha para promover reconfigurações intersubjetivas no ambiente sociocultural das equipes de pesquisa em estudo e, ao mesmo tempo, como uma contribuição para a e-Ciência.

PALAVRAS-CHAVE: E-CIÊNCIA; VISUALIZAÇÃO CIENTÍFICA; COMUNICAÇÃO ESTRATÉGICA ENACTIVA; TRANSDISCIPLINE.



1- Introducción

Este trabajo se realiza en el marco del Proyecto de Investigación y Desarrollo (PID) “Visualización científica, Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) y trabajo interdisciplinario en entornos de Investigación Enactiva en Comunicación (IEC)”¹.

Se propone aportar al fortalecimiento de ontologías relacionales en torno a los estudios sociales de las tecnologías, la innovación y el desarrollo sustentable desde la comunicación, atendiendo a la convocatoria de una urgente revisión crítica de los dualismos epistemológicos que hoy dominan las ciencias sociales (De Sousa Santos, 2014; Morin, 1977; Escobar, 2012).

“Este aporte se realiza desde una ontología contrahegemónica en la relación sociedad-naturaleza enfocada en co-habitar lo vivo desde la multidimensionalidad comunicacional. La IEC como metodología comporta alejarnos de la ciencia instrumental, dualista, interesada en el inventario de tópicos varios y abrazar la diversidad como estrategia de lo viviente que la ciencia debe imperativamente comenzar a respetar” (Massoni, 2019: 250).

La teoría de la Comunicación Estratégica Enactiva (CEE) que sustenta el proyecto es una teoría de la intersubjetividad no dualista que enfatiza lo relacional a partir de considerar lo comunicacional en términos de tipos de encuentro en la diversidad. Su correlato metodológico, la IEC, trabaja en examinar y operar la multidimensionalidad en cada situación, a partir del despliegue de estrategias de comunicación como algoritmos fluidos que incluyen siete operaciones cognitivas², cada

1 Integran el equipo del proyecto: Sandra Massoni (directora), Mariana Piola (co-directora), Mariana Mascotti, Luciana Margherit, Javier Spagnolo y Mateo Bussi (integrantes).

2 Respecto de las siete operaciones cognitivas, consultar la Tabla 2 en el apartado 3 de este artículo.

una con sus técnicas, instrumentos y herramientas, para aportar al cambio social conversacional (Massoni, 1990, 2003 y 2016)³.

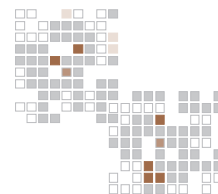
El estudio analiza proyectos caso que utilizan *Software IEC*⁴, con el objetivo de aportar elementos para ampliar los marcos epistémico-políticos en el entorno de investigaciones inter y transdisciplinarias que integren lo visual al operar estrategias de comunicación (Massoni, 2016).

Aplicando las metodologías, técnicas y herramientas de la CEE, el proyecto PID desarrolla un sistema de medición comunicacional en dimensiones múltiples (tipología de indicadores + *Software IEC*) que permite valorar analíticamente el estado, avances y desarrollo de los procesos comunicacionales, considerando la fluidez y la complejidad del fenómeno en su multidimensionalidad.

“El medir es uno de los nodos articuladores de las estrategias de comunicación entendidas como algoritmos fluidos. Justamente se trata de abordar a la comunicación en un registro que permita propiciar procesos diversos de interactividad creciente y a la vez en dimensiones múltiples con los actores presentes en el territorio que configura cada estrategia comunicacional en cada investigación. Se trata de una ciencia habitada que no descarta lo vivo en su pretensión de medir lo comunicacional” (Massoni, et al. 2017: 155).

3 “Las estrategias de comunicación se definen como algoritmos fluidos en tanto “Una estrategia comunicacional es un dispositivo de conversación micro-macrosocial especializado en el análisis y la operación de lo comunicacional. Las estrategias de comunicación son algoritmos fluidos de la diversidad, mapas dinámicos de las reconfiguraciones que se van desplegando en los territorios a partir de las metodologías propias de la especificidad comunicacional” (Massoni, 2003 y 2013).” (Massoni y Bussi, 2020: 16).

4 Disponible a través de internet en www.algoritmosfluidos.com.ar. Respecto del funcionamiento del Software IEC y su proceso de aplicación, consultar Massoni y Margherit (2016).



El *Software IEC* para el registro *online* es un mapa dinámico de las transformaciones. El sistema operativiza el despliegue de estrategias de comunicación en dimensiones múltiples a partir de la cartografía continua de las formas del encuentro que van asumiendo las Matrices Socioculturales (MS) en cada investigación. El *Software IEC* sistematiza la información que los usuarios van cargando y devuelve los datos según los indicadores comunicacionales bajo estudio en cada proyecto caso.

El debate actual en torno a la comunicación digital se registra principalmente en el análisis de la big data y las narrativas transmedia (entre otros Byung-chul Han, 2014, Alcot, H. y Gentzkow, M., 2017, Scolari, et al 2019, Levoyer, S. y Escandón, P., 2018). Sin embargo, muchos de estos valiosos estudios semiológicos o sociológicos abordan el problema desde epistemologías no complejas, centrándose en lo que hemos denominado la descripción o explicación del sentido escindido de la comunicación (Massoni, 2016) y, aún, desde una definición instrumental de la estrategia que la vincula, en general, con afinar los valores que estarían dirigiendo las producciones discursivas.

En distintos países de la región se ha avanzado también en estudios de comunicación digital que abordan, por ejemplo, lo performático y lo participativo (entre otros, Barredo Ibáñez, D., Rodrigues da Cunha, M. e Hidalgo Toledo, J. (editores), 2019; Castro, C. y Barbosa Filho, A., 2016).

Este trabajo se inscribe en el debate en torno a las epistemologías de la comunicación digital en América Latina desde la metaperspectiva de la CEE como un aporte específicamente comunicacional a equipos de investigación inter y transdisciplinarios. El proyecto PID trabaja en la creación de un sistema de medición comunicacional que incluye y, a la vez, rebasa el recuento o el control, entendiendo que cuando la medición se realiza en dimensiones únicas –tal como ocurre des-

de las teorías y metodologías tradicionales– no logra escapar de un registro lineal centrado en productos y narrativas, y que por lo tanto se ocupa principalmente de lo comunicativo⁵. Transitando una IEC, las siete operaciones cognitivas correspondientes al despliegue de una estrategia comunicacional como algoritmo fluido implican un registro sistemático del cambio social conversacional que puede impactar significativamente en la naturaleza epistémica del campo de conocimiento de la comunicación, al proveerle nuevos atributos desde el examen sistemático del encuentro en la diversidad. En este trabajo abordamos los siguientes interrogantes: ¿cómo innovar en la investigación comunicacional en el entorno de la e-Ciencia?, ¿cómo generar nuevas interfaces en una investigación inter y transdisciplinar desde lo visual?

2- Ejes del análisis realizado

Este estudio examina proyectos IEC, un nuevo tipo de investigación que

“se suma a las tipologías tradicionales en ciencias sociales con vistas a un trabajo necesariamente transdisciplinar que busca la enacción comunicacional, entendida como un especial proceso cognitivo de reconfiguración micro-macro social en dimensiones múltiples” (Massoni, 2018: 86)⁶.

Una IEC se despliega en siete operaciones cognitivas diferenciadas e incluye un conjunto de

5 En tanto limitado a “significaciones transmitidas” y “en dimensiones únicas, lineales, monocordes” (Massoni, 2016: 61)

6 Desde la teoría del conocimiento, “la enacción (Varela, 1990) es definida como la continuidad entre la vida y la mente dejando de lado una idea de cognición como representación mental o procesamiento de información. Pensada desde la especificidad de la comunicación como saber inter y transdisciplinar, la categoría enacción comunicacional (Massoni, 2003) rebasa la enacción de las ciencias cognitivas en tanto se especializa en el reconocimiento y la operación de transformaciones situadas en los sistemas complejos emergentes como acoplamientos intersubjetivos micro-macrosociales, dinámicos y evolutivos” (Massoni y Bussi, 2020: 16).



técnicas y herramientas que permiten examinar y operar distintas dimensiones de la comunicación en términos de tipos de encuentro en la diversidad (Massoni, 2003).

La matriz de datos de este trabajo incluye:

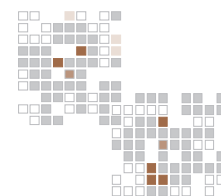
- Observación sistemática de reuniones de equipos interdisciplinarios durante la aplicación de las siguientes técnicas, instrumentos y herramientas IEC:
 - Versión Técnica Comunicacional (VTC).
 - Mapeo Comunicacional de Actores (MCA).
 - Marcas de Racionalidad Comunicacional (MRC).
 - Matrices Socioculturales (MS).
 - Árbol de Soluciones (AS).
 - Plan Operativo (PO).

- Test de la fotoproblema.
- Test de modos y formas.
- Entrevistas abiertas y cerradas a 16 investigadores de distintas disciplinas que integran los equipos de los siete proyectos caso bajo estudio.
- Análisis de informes de investigación y presentaciones a congresos de los proyectos caso bajo estudio.

Los documentos objeto de análisis e interpretación fueron los correspondientes a siete proyectos caso de IEC registrados en el sistema científico tecnológico argentino (tabla 1) durante el período 2011-2019.

Tabla 1. Organizaciones y ámbitos de desarrollo que involucran los casos bajo estudio		
Proyecto caso	Organización	Ámbito de desarrollo
Proyecto Específico Red de Comunicación Estratégica para la Apicultura Argentina	Programa Nacional Apícola	Comunicación para el desarrollo
Proyecto Regional Agroforestal para el Norte de Santa Fe	Colectivo Agroforestal	Comunicación ambiental
Programa Nacional para el Desarrollo y la sustentabilidad de los Territorios	Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria.	Comunicación para el desarrollo
Proyecto de Desarrollo Agropecuario para el Noreste de Buenos Aires I	Estación Experimental San Pedro	Comunicación para el desarrollo
Escuela de Comunicación Estratégica	ECER	Comunicación en ONG
Proyecto Urbano Cultural Colectivo de Murgas de Rosario	Colectivo de Murgas Estilo Uruguayo de Rosario	Comunicación cultural
Proyecto Específico de Comunicación Estratégica en Lechería	Programa Nacional de Leches	Comunicación rural

Fuente: PID marco.



Cabe mencionar que en los proyectos caso bajo estudio participaron investigadores de 32 disciplinas distintas. Sobre esa base de datos empíricos se trabajó en tensionar el interrogante planteado en este artículo –en torno a la integración de procesos cognitivos de visualización al interior de una IEC– y en proponer nuevos dispositivos comunicacionales de investigación –integrando los ejes de lo visual y lo digital–.

En estudios anteriores se analizaron las percepciones de los integrantes de los siete proyectos caso acerca de la metodología IEC (Massoni, S., Margherit, L. y Piola, M., 2019). Los mismos valoraron positivamente la metodología y el sistema de medición comunicacional utilizado en el *Software* IEC: “Debido a su integralidad respecto de otras metodologías, ‘la IEC propone una

mirada holística” (Ibid: 13).

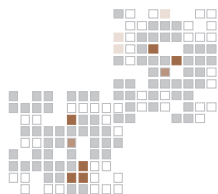
3- Discusión y propuesta de prototipado

La reflexión sobre TIC, epistemología de la visualidad y transdisciplina en los proyectos bajo estudio, ha permitido identificar nuevos elementos para enriquecer el aporte de la comunicación en la ciencia en un entorno de IEC.

Así, en este apartado presentaremos nuevos dispositivos en la medición comunicacional, atendiendo al objetivo del proyecto PID que es marco de este estudio. Para ello, proponemos el agregado de “nodos de visualización” a la correlación habitual de técnicas, herramientas e instrumentos de IEC, como una operación cognitiva diferente del ver y el mirar que es compleja y emergente en un equipo inter y transdisciplinario (ver tabla 2).

Tabla 2. Operaciones del algoritmo fluido en una IEC: técnicas, instrumentos, herramientas y nodos de visualización.

Operación cognitiva	Técnica	Instrumento (ejemplo)	Herramienta (ejemplo)	Nodos de visualización
1. Diálogo de saberes	Versión Técnica Comunicacional (VTC)	Test de la fotoproblema	VTC sintética	Infografía Wiki
2. Determinación del tipo de encuentro dominante	Marcas de Racionalidad Comunicacional (MRC)	Diseño mediante MRC	Reconocimiento de MRC en productos y espacios de comunicación.	-
3. Identificación de los agentes semióticos y simbióticos de la reconfiguración	Mapeo comunicacional de actores (MCA)	Test de jerarquía de actores y competencias	Diagrama evolutivo de actores	Geotopología MS
4. Reconocimiento de los autodispositivos colectivos	Matrices Socio-culturales (MS)	Test de modos y formas	Caracterización de MS	-



5. Diseño y co-diseño de espacios y productos comunicacionales	Árbol de Soluciones (AS)	Prototipado evolutivo de tecnologías sociales, productos y espacios de comunicación	Matriz escalonada de planificación concertada de acciones, proyectos, programas y políticas de comunicación	Album Fluido
6. Diseño y realización de investigación de campo	Matrices de Datos IEC (MD IEC)	Matriz de datos IEC escalonada	Matriz de datos IEC por MS	Infografía Wiki
7. Reconfiguración micro-macro social del encuentro en la diversidad	Plan Operativo (PO)	Ejes y tonos de comunicación por MS	Matriz de planificación de acciones, proyectos, programas y políticas	-

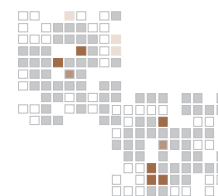
Fuente: Elaboración propia en base a Massoni, 2018.

En las siete operaciones cognitivas de una IEC interesa incorporar procesos de visualización al debate autorreflexivo y crítico, necesario en el entorno de un equipo interdisciplinario.

A continuación, presentamos –por cuestiones de espacio– las descripciones de sólo dos de los dispositivos comunicacionales que a tal efecto se proponen⁷:

Tabla 3: Ficha de prototipado del Álbum Fluido¹	
¿Qué es el Álbum Fluido?	Es un registro visual autogenerado de la medición comunicacional constituido por fotos que han sido cargadas en las diferentes dimensiones comunicacionales en las que se despliega la estrategia comunicacional.
¿Qué objetivo tiene?	Mostrar la medición comunicacional que se va realizando a través de imágenes emergentes vinculadas a las operaciones del algoritmo fluido para el diseño y co-diseño de espacios y productos comunicacionales en la técnica IEC AS.

⁷ Para el bocetado de estos dispositivos se realizó un workshop en el que participaron los siguientes investigadores del equipo del PID 231 de la Universidad Nacional de Rosario: Mariana Piola, Mariana Mascotti, Luciana Margherit, Julia Dayub, Javier Spagnolo, Martín Chiappino, Sandra Massoni y Mateo Bussi. En siguientes artículos presentaremos el desarrollo de otros dispositivos comunicacionales incluyendo la Geotopología de MS.



<p>¿Cómo funciona en el entorno del Software IEC?</p>	<p>La cantidad de acciones cargadas en el <i>Software IEC</i> determina el tamaño de la imagen ícono de cada componente de la VTC. Ésta se determina en el Test de la fotoproblema.</p> <p>Se cargan dos parámetros: veces que fue vinculado ese componente del problema comunicacional con una acción del AS y fecha al momento de la carga.</p>
<p>¿Cómo se hace operativo en el Software IEC?</p>	<p>Mediante la carga de fotografías etiquetadas que se integran como carga obligatoria en el <i>Software</i>: una imagen por indicador comunicacional.</p>
<p>¿Cómo se ve?</p>	<p>El tamaño va generando un flujo de una imagen que se va fundiendo con otras y que permite visualizar la importancia que van teniendo las acciones comunicacionales en la reconfiguración de cada componente.</p> <p>Una especie de scroll de pantalla con velocidad que aumenta o disminuye y con un sonido que acompaña la intensidad de las transformaciones.</p> <p>Se identifican con distintos colores identificatorios de cada uno de los componentes de la VTC.</p> <p>Cada indicador produce el sonido de una gota y provoca que se escuche desde una lluvia hasta apenas un goteo espaciado.</p>
<p>¿Qué se carga?</p>	<p>Fotografías de los indicadores comunicacionales en todas las dimensiones y en todas las tipologías. Una foto por indicador.</p>
<p>¿Cómo aparece?</p>	<p>En paralelo aparece la imagen ícono como etiqueta y la imagen del indicador ya cargado.</p>

Fuente: workshop PID marco.

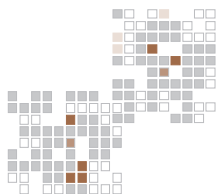
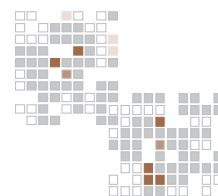


Tabla 5: Ficha de prototipado de Infografía Wiki²

¿Qué es la Infografía Wiki?	Es una imagen autogenerada de desarrollo colaborativo en la que se combinan recursos visuales de distinto tipo a partir de los saberes disciplinares específicos de los integrantes del equipo de investigación para ofrecer una versión sintética de la información y aprovechando las TIC.
¿Qué objetivo tiene?	Mostrar la medición comunicacional que se va realizando a través de imágenes emergentes vinculadas a las operaciones del algoritmo fluido N° 1 - Diálogo de saberes en la técnica IEC VTC y N°6 - Diseño y realización de la investigación de campo en la técnica Matrices de datos IEC.
¿Cómo funciona en el entorno del Sistema de medición comunicacional IEC?	Carga online de relaciones de relaciones a partir de la decisión jerarquizada por los referentes de los saberes técnico-científicos participantes en la definición de la VTC. Hay un referente técnico-científico/experto en el proyecto IEC para cada uno de los componentes del problema.
¿Cómo se hace operativo en el <i>Software</i> IEC?	Mediante la carga de imágenes o su descripción que se integran como carga obligatoria en <i>Software IEC</i> al finalizar el trabajo de campo de la IEC sobre una plantilla autogenerada.
¿Cómo se ve?	En una pantalla organizada por el comunicador estratégico según los tipos de relaciones que hayan sido elegidos por los expertos.
¿Qué se carga?	Imágenes de distintos tipos de relaciones entorno a la IEC en curso, definidas por los integrantes del equipo interdisciplinario. Cada experto elige una imagen principal y dos secundarias vinculadas a los componentes y aspectos de la VTC.
¿Cómo aparece?	Las imágenes principales aparecen con mayor tamaño y las secundarias en segundo plano. Una especie de nube de palabras pero con imágenes que está vinculada a las reconfiguraciones intersubjetivas micro-macrosociales que se van registrando en el territorio a medida que el despliegue de la IEC avanza.

Fuente: workshop PID marco.



3.1- Plantilla para el prototipado de infografías wiki

En este artículo estamos proponiendo acciones metodológicas para avanzar incorporando la visualidad en el entorno de una IEC.

“En relación a ese objetivo, cabe destacar que la infografía –en tanto formato de la comunicación científica que se ocupa de presentar relaciones de relaciones en órdenes superpuestos– podría ser propicia para salir de las modalidades típicas disciplinares, pero incorporando a la vez la episteme escópica⁸ (Brea, 2007) en su diseño. Permitiría correlacionar registros de distinto orden en un mismo dispositivo comunicacional al interior del proyecto de IEC recuperando la potencia de la imagen (Didi Huberman, 2008) como especial proceso cognitivo de lo visual frente a otras posibilidades del conocer” (Bussi, 2018: 43).

La IEC es un tipo de investigación que valora y promueve la co-evolución. El diseño de la infografía hace posible una mayor esquematización de las relaciones que son objeto de cada disciplina, a la vez que se constituye en un dispositivo comunicacional que propicia otras vinculaciones a partir de la mirada autorreflexiva de cada investigador al interior de la misma investigación.

El Software IEC ha sido diseñado como una alternativa para rebasar la fragmentación disciplinar. El registro de las acciones comunicacionales en dimensiones múltiples permite resaltar la red de interconexiones que sustenta a los distintos procesos de comunicación que se establecen en el PO de una IEC. Este componente de la estrategia como algoritmo fluido, propicia la enacción, en tanto fructificación

colateral de una experiencia compartida con otros actores en el territorio de la investigación.

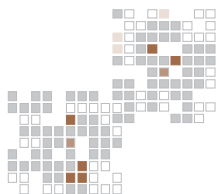
“En la aproximación enactiva, la percepción no está sólo vinculada al ambiente circunstante, sino que contribuye a una efectiva activación, de tal forma que el organismo, al mismo tiempo, ‘origina y es formado por el ambiente” (Varela, 1995 citado por Osorio Guzmán, M., y Strollo, M. R. 2009: 7). La enacción en una IEC depende de los tipos del encuentro registrados en ese acoplamiento dinámico y evolutivo de la realidad y los actores de la comunicación. Es decir, del tipo de comunicación transitada por el equipo de trabajo.

El uso dominante de la infografía –como se despliega desde un registro de la comunicación reducida a lo comunicativo y a la dimensión informativa– se traduce en un dispositivo comunicacional del ‘cómo te explico’, ‘cómo te hago entender’, ‘cómo te simplifico’, ‘cómo te transfiero’, ‘cómo divulgo’, ‘cómo te ilustro y te ilumino’.

En cambio, la “infografía wiki” diseñada en el marco de una IEC, se propone como un dispositivo comunicacional que opera la exigencia de un pensar innovador, transdisciplinar, que interpela nuevamente al objeto de estudio en la investigación en curso, pero esta vez desde la visualidad como experiencia compartida por los investigadores del equipo interdisciplinario que la diseña.

Definimos la visualidad en términos de una capacidad cognitiva no individual que integra otros sistemas perceptivos del ser humano. Hay una trayectoria en las MS que es diferencial en relación a lo visual, y esa trayectoria también se registra a nivel de las miradas interdisciplinarias. Así, el prototipado (Kelly, 2016) de “infografías wiki” como dispositivo comunicacional implica una especie de conversación guiada hacia el interior del equipo, en la dirección de generar un

⁸ En tanto “marco de precogniciones que condicionan culturalmente la organización del orden de visibilidades en que nos movemos” (Brea, 2007: 11).



proceso cognitivo en torno a lo visual que enriquece la operación cognitiva IEC del Diálogo de saberes y, por tanto, su posibilidad de conexión con la problemática investigada.

La producción de una “infografía wiki” implica la conjunción de relaciones de relaciones en la producción de una imagen capaz de incorporar los registros disciplinares propios de cada uno de los saberes técnico-científicos participantes en el momento uno de una IEC.

Nuestra exploración de la visualización cien-

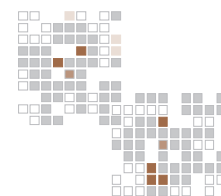
tífica hacia el interior del PID sostiene que la imagen es menos impositiva, menos cerrada que otros registros como por ejemplo el del texto escrito académico-científico; lo visual presenta un registro poroso, más permeable, que propicia lo conversacional. Las plantillas de diseño actualmente en desarrollo en los proyectos IEC incluyen distinto tipo de posibilidades de imágenes autogeneradas y, para el caso de nuevas imágenes de carga manual, el espacio para su descripción y posterior incorporación (ver tabla 6).

Tabla N°6: plantilla para el desarrollo de infografías wiki

Tipos de relaciones entorno a la IEC en curso:	
En números/cifras:	
En tiempo/línea de tiempo:	
En imágenes:	
En libros:	
En palabras clave/neologismos:	
En fórmulas:	
En gestos:	
En testimonios:	
En categorías que aporta:	
En siglas:	
En proyectos destacados:	
En participantes:	
En lugares:	
En movimientos que genera:	
En (...)	

Considerando la episteme escópica (Brea, 2007) en el entorno de proyectos de investigación inter y transdisciplinarios, en este dispositivo comunicacional tomamos a la visualización como una operación cognitiva en la que lo que se ve, se inscribe en una búsqueda por propiciar nuevas miradas compartidas desde la diversidad a partir de la apropiación de los diferentes modos del

ver. Lo hace con un objetivo intencionalmente conversacional como núcleo de la especificidad de la comunicación como disciplina científica. Así, en una “infografía wiki”, lo visual trasciende la instancia típica en la comunicación científica de mostrar resultados. Trabaja sobre la visualización durante todo el proceso de la investigación como un proceso comunicacional y, por tanto,



complejo y emergente. Esto nutre con nuevos elementos el despliegue de la estrategia comunicacional como algoritmo fluido aportando a repensar el sentido del medir como proceso cognitivo y, a la vez, también epistemológico.

4- Ver, mirar y visualizar al investigar en e-Ciencia

La e-Ciencia atiende a esta característica fundante de la investigación actual que implica más recursos para el procesamiento de datos, así como para el trabajo científico colaborativo. El aumento de pantallas es ya un rasgo irreversible del mundo, habilitando nuevas y crecientes modalidades de representación visual con sus correspondientes procesos cognitivos diferenciados.

El debate implica un reconocimiento de que la creciente expansión de pantallas móviles hacia el interior de lo científico jerarquiza la cuestión epistemológica de la imagen a partir de lo *online*, resultando un núcleo de desplazamiento que es necesario sistematizar, ponderar y hacer operativo en las investigaciones comunicacionales.

En este trabajo examinamos procesos habituales en la comunicación científica en equipos interdisciplinarios recuperando algunas tensiones a partir de la visualización en la comunicación digital para generar nuevas interfaces en una investigación inter y transdisciplinar desde lo visual.

Una IEC trabaja desde una definición de la comunicación como proceso cognitivo complejo y emergente. En ese registro es que la visualidad se inscribe epistemológicamente de una manera distinta a la tradicional en las ciencias porque hay unas derivaciones que se dan a partir de que la comunicación, atravesada por lo visual, acentúa su fluidez: más que el establecimiento de un sistema cerrado de interpretación, tiende a habilitar procesos abiertos de complejidad creciente.

Los “nodos de visualización” propuestos para medir cada una de las dimensiones comunicacionales en los proyectos caso que se cargan en el *Software* IEC, trabajan a partir de pantallas en-

lazadas, flujos de imágenes conectados *online*, en los cuales, lo visual impacta en la comunicación como reconfiguración intersubjetiva micro-macrosocial.

En este proceso, la teoría de la CEE propone focalizar la mirada en el componente autopoiético de la reconfiguración intersubjetiva en cada investigación. La matriz de datos aplicada en los proyectos caso analizados y que se detalla en el apartado 2, permitió considerar el interrogante planteado en torno a la integración de procesos cognitivos de visualización al interior de una IEC desde la percepción de los participantes.

Como resultados destacados se menciona que los investigadores de distintas disciplinas en una IEC, reconocen que realizan una aproximación metodológica autorreflexiva y conjunta. La misma, habilita al equipo como constructor activo de los presupuestos teóricos a partir de los cuales interpretar la propia experiencia de investigación. Así, más que proporcionar un cuadro interpretativo externo que limitaría las posibilidades de elecciones críticas (Morin, 1994; 2002) la IEC ofrece dispositivos conversacionales en dimensiones múltiples. En particular, la propuesta de “infografías wiki”, trabaja en propiciar procesos emergentes de conocimiento inter y transdisciplinar que se apoyan en la epistemología de la visualidad para rebasar las tradicionales miradas dualistas sobre el objeto de estudio.

Las técnicas IEC (tabla 2) ponen en evidencia las características contrastantes y los núcleos problemáticos comunes de las miradas disciplinares diferenciales de los investigadores participantes en los proyectos caso bajo análisis en el PID. Esta mención –que reiteran los integrantes de distintos proyectos caso analizados– se compendia en la propuesta de un nuevo dispositivo comunicacional: las “infografías wiki” como instrumento IEC capaz de dar cuenta del avance operado en el territorio de la investigación desde una mirada transdisciplinar (tabla 6).



Al respecto, estos avances deberán profundizarse en futuras investigaciones, considerándolos y validándolos como elementos para definir una tipología de indicadores en la dimensión comunicacional, integrada por las “infografías wiki” y el reconocimiento de fractales (Massoni, 2019) en el territorio de la IEC.

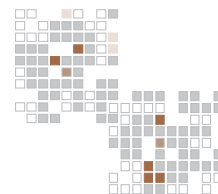
Los “nodos de visualización” propuestos (Infografías wiki, Álbum fluido y Geotopología MS) avanzan en la consideración de la enacción como proceso comunicacional transversal entre las dimensiones comunicacionales en las cuales se han cargado indicadores en el *Software* IEC.

La reflexión en torno a TIC, epistemología de la visualidad y transdisciplina ha permitido la identificación de nuevos elementos para enrique-

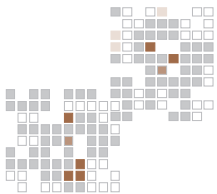
cer el aporte de la comunicación en la ciencia en un entorno de IEC, destacando la importancia de la teoría de la CEE (Massoni, 1990; 2016) en clave metodológica. La contribución científica principal de este trabajo se vincula entonces con la ampliación de los horizontes epistémico-políticos en el marco de investigaciones inter y transdisciplinarias. Se propone el prototipado de nuevos dispositivos comunicacionales en la IEC que incorporan la visualidad aprovechando su apertura hacia nuevas formas de ontología relacional. Con ellos, se propician reconfiguraciones intersubjetivas con el propio entorno socio-cultural de los integrantes de un equipo de investigación wiki y, a la vez, como un aporte a la e-Ciencia.

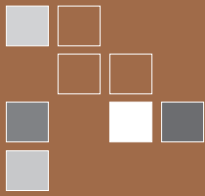
Referencias

- AA. VV. (2017) *Medir comunicación desde lo vivo*. Rosario. UNR editora.
- ALCOTT, H. y GENTZKOW, M. (2017). “Social media and fake news in the 2016 election”. *Journal of Economic Perspectives* 31.
- BARREDO Ibáñez, D., CUNHA, M. R. & HIDALGO Toledo, J., (eds) (2019) *Jóvenes, participación y medios de comunicación digitales en América Latina*. La Laguna, España: *Cuadernos artesanos de comunicación* cac 156. La Laguna (Tenerife: Latina).
- BYUNG-CHUL H. (2014) *Psicopolítica*. Herder Editorial S.L., Barcelona.
- BREA, J. L., (2005), *Estudios Visuales. La epistemología de la visualidad en la era de la globalización*. Madrid, España. Ediciones Akal.
- ____ (2007) “Cambio de régimen escópico: del inconsciente óptico a la e-image” en *Revista de Estudios visuales*. CENDEAC.
- BUSSI M. (2018) “Análisis de distintas tradiciones de visualización científica: aportes al medir comunicación en dimensiones múltiples”. Material de cátedra Epistemología de la visualidad. Universidad Nacional de Rosario. Argentina.
- CABRERA, M. (2014) *Mapeando los estudios visuales en América Latina: puntos de partida, anclajes institucionales e iniciativas*. Editorial Pontificia Universidad Javeriana. Bogotá.
- CASTRO, C. y BARBOSA FILHO, A., (2016) Proyecto Brasil 4D Interac-
- tividad en televisión pública. *Rev. Cienc. Soc.* vol.29 - 38 Montevideo.
- DE SOUSA SANTOS, B. (2014) *Epistemologías del sur. Perspectivas*. Madrid, España: Ediciones Akal.
- ESCOBAR, A. (2012) “Cultura y diferencia: la ontología política del campo de Cultura y Desarrollo”. Wale'keru. *Revista de investigación en cultura y desarrollo*, nº 2.
- KELLY, K. (2016). *The Inevitable. Understanding the 12 technological forces that will shape our future*. Viking. Nueva York.
- LEVOYER, S. & ESCANDÓN, P. (2018). Información y datos en campañas transmedia. La comunicación en la nueva sociedad digital, Publisher: Centro de Publicaciones PUCE.
- MASSONI, S. y BUSSI, M. (2020). Guía IEC. Comunicación Estratégica Enactiva: la ciencia de la articulación. Rosario: Massoni Editora.
- MASSONI, S., MARGHERIT, L. y PIOLA, M. (2019) Investigación Enactiva en Comunicación Estudio comparativo de proyectos caso que aplican metodología y *Software* IEC. *RevCom*| Año 4, #8
- MASSONI, S. y MARGHERIT, L. (2016). Despliegue, seguimiento y evaluación de la estrategia comunicacional de un proyecto agroforestal IEC. Memorias del V Congreso Internacional Sobre Democracia.
- MASSONI, SANDRA (2019). Teoría de la Comunicación Estratégica Enactiva e Investigación Enactiva en Comunicación: aportes desde Latinoamérica a la democratización de la vida cotidiana. *Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación*, 141.



- _____ (2018) "Investigación enactiva en comunicación, metodologías participativas y asuntos epistemológicos" en *Revista Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación* Año XV N° 28, ALAIC.
- _____ (2016). *Avatares del comunicador complejo y fluido. Del perfil del comunicador social y otros devenires*. Quito, Ecuador. Ediciones Ciespal.
- _____ (2016) "Investigación Enactiva en Comunicación: La participación ciudadana más allá del control". En *Participación social con metodologías alternativas desde el sur*. J. Astudillo y T. Villasante (comp.). Universidad de Cuenca, Editorial Abya-Yala, Quito.
- _____ (2013). *Metodologías de la Comunicación estratégica: del inventario al encuentro sociocultural*. Rosario: Homo Sapiens Ediciones.
- _____ (2007). "Estrategias. Los desafíos de la comunicación en un mundo fluido". Rosario: Homo Sapiens Ediciones.
- _____ (2003). "Estrategias de Comunicación Social". Tesis doctoral. Universidad de Buenos Aires. Facultad de Filosofía y Letras.
- _____ (1990). *La comunicación como herramienta estratégica*. Pergamino, Argentina: SAGyP UNR.
- MORIN, E. (2002). *La cabeza bien puesta. Repensar la reforma, reformar el pensamiento. Bases para una reforma educativa*. Buenos Aires: Nueva Visión.
- _____ (1995), "Sobre la Interdisciplinariedad", en *Revista Complejidad*, Año 1, N° 0.
- _____ (1994). *Introducción al pensamiento complejo*. Barcelona: Gedisa.
- _____ (1977) *El método. La naturaleza de la naturaleza*. España. Editions du Seuil.
- OSORIO GUZMÁN, M., y Strollo, M. R. (2009). Laboratorio de epistemología y prácticas de la educación: la valencia del informal en el proceso formativo. *Odiseo*, revista electrónica de pedagogía, 7, (13).
- SCOLARI, C. (2004) *Hacia una sociosemiótica de las interacciones digitales*. Barcelona. Gidesa.
- SCOLARI, C. et al (2019) Transmedia Earth Conference: medios, narrativas y audiencias en contextos de Convergencia; M. I. Villa, D. Montoya Bermúdez, M. Vásquez Arias, ed. académicos. Medellín: Editorial EAFIT.
- VARELA, F. (1995). Scienze cognitive e formazione, En: E. Baldini, F. Moroni, & M. Rotondi (eds). *Nuovi alfabeti. Linguaggi e percorsi per ripensare la formazione*. Milano: Franco Angeli.
- VARELA, Francisco (1990). *Conocer. Las ciencias cognitivas: tendencias y perspectivas*. Cartografía de las ideas actuales. Barcelona: Gedisa.





OS PARADIGMAS INFORMACIONAL E RELACIONAL NA FORMAÇÃO EM JORNALISMO

INFORMATIONAL AND RELATIONAL PARADIGMS IN JOURNALISM GRADUATION

LOS PARADIGMAS INFORMATIVOS Y RELACIONALES EN LA FORMACIÓN EN PERIODISMO

Edileuson Santos Almeida

■ Professor adjunto da Universidade Federal de Roraima (UFRR). Doutor em Comunicação pela Universidade Federal de Santa Maria.

■ E-mail: edileuson.almeida@ufrr.br

Ada Cristina Machado Silveira

■ Professora Titular da Universidade Federal de Santa Maria. Pesquisadora do CNPq (Pq2). Doutora em Periodismo - Universitat Autònoma de Barcelona (2000) e com estágio pós-doutoral na Sorbonne III - La Nouvelle (França) e na Universidad Nacional de Quilmes (Argentina).

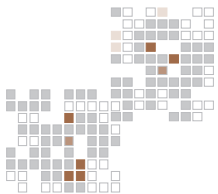
■ E-mail: adac.machadosilveira@gmail.com

Aline Roes Dalmolin

■ Professora adjunta da Universidade Federal de Santa Maria. Doutora (2012) em Ciências da Comunicação pela Universidade do Vale do Rio dos Sinos. Atualmente cursa pós-doutorado em Comunicação na Universidad Nacional de Rosario (Argentina).

■ E-mail: aline.dalmolin@ufsm.br

73



RESUMO

O presente artigo aborda a formação em jornalismo no ensino superior brasileiro, analisando a “literatura cinzenta” brasileira sobre a temática – composta por livros, coletâneas, teses, dissertações e artigos científicos, os projetos pedagógicos balizados em Diretrizes Curriculares Nacionais (DCNs) e entrevistas com representantes de cursos de jornalismo. Observa-se que a formação em jornalismo se constitui como um campo de disputa, no qual as propostas das universidades brasileiras podem transitar entre a especializante, orientada pelo paradigma informacional, e a experimental, caracterizada pelo paradigma relacional.

PALAVRAS-CHAVE: JORNALISMO; FORMAÇÃO SUPERIOR; PARADIGMA INFORMACIONAL; PARADIGMA RELACIONAL.

ABSTRACT

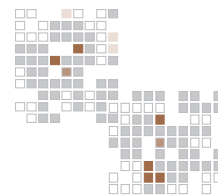
The present paper approaches journalism training in Brazilian higher education, analyzing Brazilian “gray literature” about the theme – composed by books, collections, thesis, dissertations and scientific articles –, the pedagogical projects based on National Curricular Guidelines (NCGs) and interviews with journalism courses responsible. It is observed that training in journalism constitutes a field of dispute, in which the proposals of the Brazilian universities may pass between the specialist, oriented by the informational paradigm, and the experimental one, characterized by the relational paradigm.

KEYWORDS: JOURNALISM; HIGHER EDUCATION; INFORMATIONAL PARADIGM; RELATIONAL PARADIGM.

RESUMEN

El presente artículo aborda la formación en periodismo en la enseñanza universitaria brasileña, analizando la “literatura gris brasileña” sobre la temática – compuesta por libros, colecciones, tesis, disertaciones y artículos científicos, los proyectos pedagógicos basados en Directrices Curriculares Nacionales (DCNs) y entrevistas con representantes de cursos de periodismo. Se observa que la formación en periodismo se constituye como un campo de disputa, en lo cual las propuestas de las universidades brasileñas pueden transitar entre la especializante, orientada por el paradigma informacional, y la experimental, caracterizada por el paradigma relacional.

PALABRAS-CLAVE: PERIODISMO; EDUCACIÓN SUPERIOR; PARADIGMA INFORMACIONAL; PARADIGMA RELACIONAL.



1. Introdução

A contribuição da universidade brasileira na formação profissional para o exercício do jornalismo é um tema bastante instigante, amplo e complexo. No início deste século, vários discursos sobre a formação em jornalismo no Brasil foram construídos numa extensa produção bibliográfica de professores e/ou pesquisadores, especialmente da área da Comunicação Social. Uma considerável parte dessas referências foi realizada na interação com sujeitos da formação, ou seja, é fruto de alguma experiência da prática institucional dos cientistas e/ou de suas fontes. É uma produção interessante para refletir, num cenário de mudanças, sobre as contribuições da formação para a construção de um perfil profissional para o exercício do jornalismo.

Todavia, a temática já vem sendo objeto de estudo desde longa data. Segundo Nelson Traquina (2005), as discussões sobre o jornalismo ser ou não ser uma profissão, de ter ou não uma formação, de constituir-se ou não como fruto de um saber especializado, começaram em meados do século XIX, mais precisamente nos Estados Unidos, nos anos de 1830, e reverberou na década seguinte na Europa. No Brasil, somente no século XX, foram apresentadas as primeiras reivindicações e registradas as principais conquistas, dentre elas, a formação superior para o exercício da profissão e a jornada diária de trabalho de cinco horas. Porém, chegamos ao século XXI com a desregulamentação da profissão em quase todos os países dos cinco continentes, inclusive no Brasil.

Mesmo diante de um cenário cujo realismo diverge do paradoxal estereótipo cinematográfico (jornalista como herói ou vilão), ainda se alimenta uma certa mitologia em torno da profissão. Isso faz aumentar o número de cursos e de vagas para a formação superior em jornalismo, em consequência da procura. A média de candidatos

por vaga, nas instituições públicas brasileiras, é uma das mais altas, aproximando-se da concorrência de cursos tradicionais, como o direito, as engenharias e a medicina.

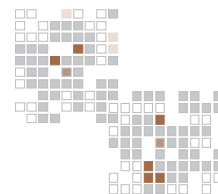
No Brasil, especificamente, já superamos a casa das três centenas de cursos de jornalismo em funcionamento nas cinco grandes regiões brasileiras (norte, sul, nordeste, centro-oeste e sudeste), divididas em 26 estados e um Distrito Federal. O pioneiro foi criado em 1947, em São Paulo, numa parceria entre a Faculdade Cásper Líbero e a Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC/SP). Em 1960, já eram oito; em 1970, meia centena de cursos de jornalismo estavam em funcionamento nas cinco grandes regiões brasileiras; enquanto no ano 2000, já eram quase 150 cursos espalhados em todos os Estados brasileiros. E, dez anos depois, o número duplicou e ultrapassamos a casa dos 300 cursos de jornalismo, sendo aproximadamente 80% deles privados¹.

Ao longo de quase sete décadas de formação superior em jornalismo no Brasil, houve mudanças nos currículos e nas diretrizes, cresceu a implantação de cursos de jornalismo (mais de metade deles surgiram a partir dos anos 2000) e também aumentou, no campo da pesquisa em comunicação, a produção científica a respeito de problemáticas relacionadas à formação em jornalismo. A velocidade com que esse cenário se altera na primeira década do século XXI destoa das mudanças processadas ao longo da segunda metade do século XX.

Enquanto no século passado, entre os anos de 1947 e 1984, segundo Moura (2002), foram definidos cinco currículos para o curso de jornalismo (1962, 1965, 1969, 1977/1978, 1984); no século XXI, as duas mudanças protagonizadas

¹ O Ministério da Educação relaciona 307 cursos de jornalismo funcionando no Brasil. Disponível em: <<https://emec.mec.gov.br/ies/>>.

Acesso em: 20 dez. 2013.



foram mais significativas. Em 2001, o currículo mínimo foi substituído por diretrizes curriculares nacionais, com a transformação do curso de jornalismo em habilitação da graduação em comunicação social (BRASIL, 2001, 2002). Já em 2009, a Comissão Marques Melo, por delegação do Ministério da Educação, apresentou um relatório com propostas para novas diretrizes curriculares (BRASIL, 2009). Em fevereiro de 2013, quase quatro anos depois, o CNE aprovou um parecer, baseado integralmente no relatório da referida comissão (BRASIL, 2013a). Em setembro do mesmo ano, o Ministério da Educação publicou uma resolução com as novas diretrizes curriculares para o curso de jornalismo (BRASIL, 2013b), que deixou de ser habilitação do curso de comunicação social, a serem implementadas por todos os cursos de jornalismo, públicos e privados, num prazo de dois anos.

É no ínterim dessa mudança de diretrizes que se constrói nosso corpus de reflexão. Daí a proposta de refletir sobre o assunto a partir da proposição de estudiosos e pesquisadores presentes nas referências bibliográficas (livros, coletâneas, teses, dissertações e artigos científicos) sobre a temática, com consulta aos documentos oficiais (diretrizes curriculares e projetos pedagógicos dos cursos) que regulamentam a formação oferecida nas instituições de ensino superior, e aos interlocutores (gestores) que vivenciam o cotidiano da formação superior em jornalismo.

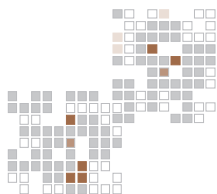
Para refletir sobre as contribuições ao tema, partimos de um questionamento ao objeto de pesquisa: como é pensado o jornalismo frente a (trans)formação que as instituições superiores têm promovido no desenvolvimento de perfis dos futuros profissionais no Brasil? Apresenta-se aqui a hipótese de que as reflexões sobre formação em jornalismo no Brasil transitam entre a especializante e a experimental, constituindo-se em um campo de disputa entre uma concepção

que destaca uma linearidade no fluxo dos fenômenos simbólicos e outra, que enfatiza uma formação que busca provocar deslocamentos na construção das narrativas dos acontecimentos com a participação social. A primeira, constrói-se orientada pelo paradigma informacional, detido no propósito de instrumentalizar as práticas produtoras de conteúdo que percebem os acontecimentos a partir de uma lógica econômico-capitalista. Já a segunda, constitui-se no paradigma relacional, que é a busca também de outros espaços suscetíveis de operacionalizar a construção de narrativas sobre os acontecimentos com participação social.

Para isso, revisamos o estado da arte sobre a formação em jornalismo como tema na pesquisa comunicacional brasileira. Também analisamos a formação dos jornalistas brasileiros nos olhares (livros, coletâneas, teses dissertações e artigos científicos), nas propostas de diretrizes curriculares nacionais (DCNs) e no conteúdo dos projetos pedagógicos de jornalismo. Observamos, além disso, a proposta de formação em jornalismo no Brasil presente nos discursos dos interlocutores (docentes); e relacionamos as propostas de perfil do jornalista presentes no universo da pesquisa aos paradigmas de abordagem comunicacional (informacional e relacional).

2. Os paradigmas informacional e relacional

Os paradigmas informacional e relacional germinaram praticamente no mesmo contexto espaço-temporal. Ambos consolidaram-se pela contribuição de teorias que abordaram a comunicação, mesmo enfocada pela ótica de outras ciências, como a sociologia (corrente funcionalista) e a psicologia social (corrente behaviorista), principalmente nas primeiras décadas do século XX. Ou seja, entre ambos os modelos operados pelos americanos (teoria



funcionalista) e europeus (teoria crítica), em comum, além de dominados pelo uso de interesses militares e geopolíticos, desfrutavam da presença do paradigma informacional, que “foi, durante muito tempo, o verdadeiro paradigma dominante, raramente posto em questão e o mais frequentemente utilizado; e nisso, tradição empírica e pesquisa crítica andaram a par e passo” (WOLF, 1999, p. 53).

Nas pesquisas americanas, a preocupação era com a transmissão da mensagem, tendo como enfoque a comunicação como parte de um processo mecânico no qual a informação segue um modelo telegráfico de elaboração e circulação, inspirada numa fórmula matemática capaz de controlar e produzir comportamentos automáticos. “O paradigma informacional entende a comunicação como um processo de transmissão de mensagens de um emissor para um receptor, provocando determinados efeitos” (FRANÇA, 2001, p. 14). Segundo Wiener (1968), que inspirou o modelo matemático-informacional com sua obra *Cibernética e Sociedade*, a formalização matemática do comportamento humano seria possível pela previsibilidade e pelo cálculo de sinais aparentes, que seriam provocados por estímulos externos em busca de determinados efeitos ($E \Rightarrow R$).

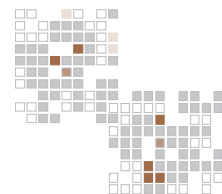
Especificamente no campo norte-americano, além das bases funcionalista (sociologia) e behaviorista (psicologia social), também se registra a preferência pelo modelo comunicacional linear desenvolvido por Lasswell, publicado na obra *Propaganda Techniques in the World War*, em 1927, e a partir de então, adotado em todos os estudos comunicacionais. Ao adaptar um modelo comunicacional aristotélico (a pessoa que fala \Rightarrow o assunto \Rightarrow e a pessoa a quem fala) propondo novas nomenclaturas (emissor/fonte \Rightarrow mensagem \Rightarrow receptor), Lasswell acrescentou dois outros elementos no processo comunicacional (diz o quê e com que

efeitos), porém, a proposta ignorou o caráter dialógico, desconhecendo uma relação proposta pelo pensador grego – ou, como prefere Mead (1973), o “ato social” que mobiliza a totalidade do processo comunicativo, para considerar o processo informativo esgotado ao atingir o receptor².

Mesmo assim, outras correntes também foram apropriando-se do modelo de Lasswell, quase todas marcadas por elementos específicos do processo comunicativo mediado. As pesquisas de bases funcionalistas preocupavam-se com a função dos aspectos técnicos, observando a individualidade de cada um deles como elementos do processo comunicativo; os behavioristas, centrados nos efeitos das mensagens, propõem uma concepção linear de relação entre emissor e receptor, em que o segundo é visto apenas como estimulado em suas ações. “*Pretende observar la conducta tal como ocurre, y utilizar esa conducta para explicar la experiencia del individuo sin introducir la observación de una experiencia interna, de una consciencia como tal*” (MEAD, 1973, p. 51). E ainda, além do mesmo modelo, também tinha a mesma concepção de que o êxito da informação estava no segredo de fazer chegar a mensagem ao receptor. Daí que seja o emissor, ou a mensagem ou o canal, o que cada um deles deve fazer isoladamente é concentrar-se no mesmo esforço mecânico, que é atingir o receptor, sem necessariamente preocupar-se em ser atingido por ele, e ainda assim obter-se o sucesso com a mensagem.

Em relação ao jornalismo, a adoção do paradigma informacional motivou-se por um

2 Segundo Mattelart e Mattelart (2001), as teorias psicológicas foram bastante utilizadas nos estudos da comunicação, principalmente o behaviorismo de John B. Watson (1914) no campo do Mass Communication Research. Para Mead (1973, p. 91), o behaviorismo de Watson ($E \Rightarrow R$) tinha como origem a psicologia animal, na qual tentava-se com os resultados obtidos nos animais inferiores “prolongarlo hasta el animal humano”.



contexto de transformações que vão colocar a informação como um valor fundamental na condição humana a partir do século XX, com o propósito de estimular a reação dos sujeitos. O acontecimento quando notícia, a partir de então, passava a ser tratado como informação que, telegraficamente (principalmente para facilitar a transmissão por telégrafos), deveria responder ao que os americanos passariam a chamar anos depois de *modelo 5W*, que ainda hoje adota-se no jornalismo de modo predominante. Enquanto isso, na Europa central, Groth (2011) e outros pesquisadores alemães já apontavam como evidentes os sinais da liberdade de decidir sobre os conteúdos migrando do jornalista para o editor.

Para Groth (2011), a história das relações entre redação e editoria destaca a conexão intrínseca que há entre a

[...] prioridade do comentário como produto da mente criadora jornalística e a dominação do publicista no jornal de um lado e do outro a preponderância do relato, do noticiário atual e universal com uma produção técnico-econômica, e do domínio simultâneo do editor sobre a redação (GROTH, 2011, p. 57).

Com o papel fixo previamente definido, é possível estudar separadamente cada um dos componentes do processo informacional: “[...] estuda-se a lógica da produção, dos emissores; a característica dos meios (natureza técnica, modos operatórios); as mensagens (conteúdos); a posição e atitudes dos receptores” (FRANÇA, 2001). Mas, é justamente pela incapacidade de estudar o processo comunicativo como um todo que torna inviável o uso do aparato disponível pelo paradigma informacional, pois o mesmo é insuficiente para tratar da comunicação na totalidade.

Já sob a égide do paradigma relacional³, o ato comunicativo compreende-se pela produção e no compartilhamento de sentidos entre sujeitos. O modelo é inspirado nas propostas de Mead (1973), que considera o ato social ocorrendo em determinado contexto numa interação reflexiva entre espírito, *self* e sociedade. Segundo este, a comunicação é quem opera a interação, mediatizada pelo uso de uma linguagem constituída por gestos significantes expressados nos bens simbólicos. A contribuição central da obra de Mead para a comunicação está em demonstrar seu importante papel nesse caminho de relações, e nas mesmas bases que sustentaram a compreensão da predominância do modelo informacional, o behaviorismo. Porém, vai um pouco mais adiante, ao considerar o arbítrio do sujeito e a imprevisibilidade da ação como os motores do processo comunicativo.

Para Vera França (2001), a comunicação abrange um processo de produção e compartilhamento de sentidos entre os sujeitos, tornando necessária a adoção de um modelo que dê conta da totalidade do processo comunicativo. Surge então a perspectiva de trabalhar com o modelo relacional, uma proposta paradigmática para tratar da comunicação como “ação partilhada” de trocas simbólicas, que geram sentidos entre os seus interlocutores. Esta outra descrição do processo comunicativo busca resgatar a circularidade e globalidade do processo, observando a inter-relação entre os elementos em um quadro relacional. “A especificidade do olhar da comunicação é alcançar a interseção de três

³ A origem do modelo relacional está na abordagem interacionista do psicólogo George H. Mead, um pragmático que fez parte da Escola de Chicago (desde a sua formação inicial, em 1893), um centro de pesquisa americano que sobreviveu até a década de 1930. Segundo Mattelart e Mattelart (2001), a proposta da escola estava ligada ao projeto de construção de uma ciência social sobre bases empíricas, o que durou até às vésperas da Segunda Grande Guerra.



dinâmicas básicas: o quadro relacional (relação dos interlocutores); a produção de sentidos (as práticas discursivas); a situação sociocultural (o contexto)”. (FRANÇA, 2001, p. 16).

No modelo relacional, o eixo observacional não ocorre pelo viés da transmissão, mas, a partir da dinâmica de trocas entre os receptores. Troca-se a linearidade por uma dinâmica interacional e reconhece-se a bilateralidade do processo comunicativo nas mesmas condições para os interlocutores, o que não é possível de ser visualizado no modelo informativo. “Nesse modelo a ênfase é toda centrada na natureza da relação entre os dois polos, apagando ou desconhecendo os demais aspectos do processo (inclusive a natureza das mensagens e os sentidos produzidos)” (FRANÇA, 2001, p. 15).

Na proposta de Mead (1973), a comunicação (bens simbólicos) e a linguagem (gestos significantes) atuam como mediadores dos movimentos em que o indivíduo e a sociedade se constituem. Para o trabalho de Mead (1973), o papel da comunicação é um eixo explicativo (FRANÇA, 2008), pois os bens simbólicos são fundamentais na relação dos interlocutores para a construção de conhecimento sobre a realidade. *“La forma de enfoque que yo sugiero es la de tratar la experiencia desde el punto de vista de la sociedad, por lo menos desde el punto de vista de la comunicación en cuanto esencial para el orden social”* (MEAD, 1973, p. 49).

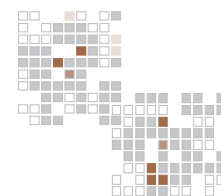
A interação é uma dinâmica do estímulo-resposta, isto é, um está imbricado no outro. O sujeito da interação é dotado de uma dupla consciência, dele e do outro. Só dando conta dele, o sujeito não verá o outro e não há possibilidade de interação. A dupla consciência é constituída de agentes com objetos e metas. Porém, pode-se ter consciência do outro, mas ele é imprevisível. A ação dele é autônoma, pode ser parcialmente previsível, mas o sujeito na interação, em estímulo-resposta, provoca uma variedade

de resposta, por isso, a sociedade avança e a sociedade muda. “Esta é a comunicação para Mead: a realização de um tipo de gesto, os gestos significantes, que são ao mesmo tempo estímulos e respostas, em um ato marcado pela consciência da dupla afetação” (FRANÇA, 2008, p. 80).

As propostas de formação em jornalismo das universidades brasileiras transitam neste paradoxo. E é a partir deles que proporemos nossas categorias de análise do objeto que constitui o universo empírico da investigação, estruturada a partir de pesquisa documental e análise de conteúdo. Adiante, propomos um fluxograma para operacionalizar a relação entre o universo e as categorias de análise, cujos resultados contribuirão para a compreensão do modelo de formação em jornalismo desenvolvido nas universidades brasileiras, considerando a produção bibliográfica, as diretrizes curriculares, os projetos pedagógicos de curso, sob a luz dos paradigmas informacional e relacional.

3. Objeto empírico: a Literatura cinzenta e a matriz de análise

Com base na análise da “literatura cinzenta”, analisamos um conjunto de contribuições para a problemática da formação em jornalismo. Em geral, considera-se como literatura cinzenta os livros, coletâneas e demais produções de conteúdo acadêmico, publicadas com vistas a produzir divulgação científica (portanto, não comercial) e circulação restrita, pois a tiragem costuma ser baixa, menor que as tiragens comerciais, o que é o caso também das revistas científicas e dos anais de eventos científicos. O recorte metodológico reconhece a literatura cinzenta brasileira sobre a formação em jornalismo (livros, coletâneas, teses, dissertações e artigos científicos) e proposta de projetos pedagógicos balizado em Diretrizes Curriculares Nacionais (DCNs) e entrevistas com representantes de curso, detido no período de julho de 2001 a dezembro de 2013. A análise



final opera sobre uma base empírica composta de 408 fontes (seis livros, 17 coletâneas, 78 capítulos de coletâneas, 12 teses, 12 dissertações, 271 artigos científicos – anais e revistas – oito projetos pedagógicos de cursos de jornalismo e nove entrevistas).

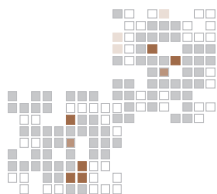
Ao pesquisar a produção bibliográfica a partir dos anos 2000, mais especificamente, a publicada após a primeira versão das diretrizes curriculares (2001) e considerando apenas os trabalhos sobre a formação em jornalismo, registrou-se um crescimento significativo no número de obras. Nos últimos 12 anos (2001-2013), por exemplo, foram identificados 23 títulos publicados, sendo seis livros e 17 coletâneas, o que significa um aumento em torno de 10% a mais do que toda a produção registrada em meio século (1950-2000). Isso prova a complexidade, o interesse e a importância da temática para a pesquisa comunicacional brasileira. Quanto às pesquisas desenvolvidas sobre a temática nos programas de pós-graduação de comunicação, foram identificadas 12 teses e 12 dissertações, defendidas entre 2001 e 2013. Acrescentamos a essa produção de aproximadamente três centenas de artigos científicos sobre o tema publicados em revistas científicas e nos anais de quatro importantes eventos científicos da área da comunicação.

Para testar a validade da hipótese, a literatura cinzenta foi submetida a uma matriz de análise com duas categorias, que tratam sobre a “Natureza do jornalismo (Conhecimento,

Ação)” e a “Natureza do sujeito do jornalismo” (Monológico, Dialógico). Portanto, o resultado da análise leva em consideração as distinções que caracterizam os paradigmas informacional (modelo epistemológico) e relacional (modelo praxiológico).

No fluxograma (FIGURA 1) está explicitada a operacionalização entre as matrizes de seleção e de análise do universo da pesquisa (literatura cinzenta), com os tipos de produções científicas selecionadas para análise. Depois da definição da questão de pesquisa apresentada à temática, ou seja, ao objeto de pesquisa, qual seja, a formação em jornalismo, ocorreu, então, a delimitação do universo de pesquisa e a escolha das categorias de análise em busca de respostas. Para ambos, é proposto um fluxograma de seleção e análise. O ponto de partida é a temática (formação em jornalismo) e suas subcategorias (ensino, pesquisa, extensão) que constituem uma tríade indissociável na formação superior no Brasil.

Posteriormente, mas antes de serem aplicadas à literatura cinzenta, as categorias e suas subcategorias foram submetidas a um tensionamento em busca de novos estratos que constituem-se como variáveis e subvariáveis. Com isso, todos (categoria, subcategorias, variáveis e subvariáveis) passaram a constituir os operadores semânticos na seleção do objeto e na identificação nos aspectos das categorias de análise cujos resultados devem apontar o(s) modelo(s) de formação superior em jornalismo presente no universo de pesquisa.



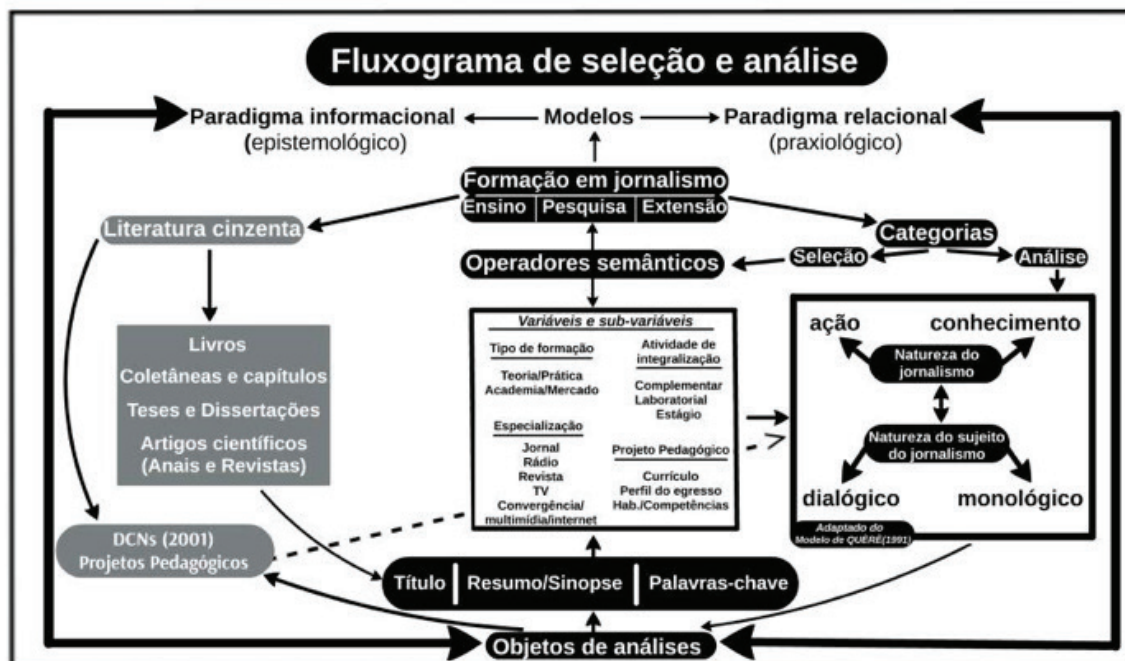


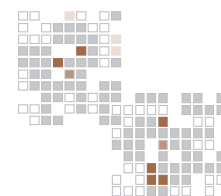
Figura 1 – Fluxograma de seleção e análise
Fonte: próprio(s) autor(es)

A partir do fluxograma é possível, a partir da sua operacionalização, conhecer o modelo de formação superior proposto por uma determinada instituição, seja ela pública, privada ou comunitária. O fluxograma busca dar dinamicidade e eficácia à coleta dos dados empíricos, e também ao seu processo de análise, com o objetivo de contribuir para a construção de um discurso que corrobore ou não à hipótese de pesquisa, que trata sobre o modelo de formação, proposto pelas instituições e presentes nos estudos sobre o tema, transita entre os paradigmas comunicacional e relacional.

A análise dos dados evidenciou que a tríade indissociável da formação superior em jornalismo não tem recebido um tratamento coletivo e menos ainda equilibrado entre as fontes. Nas 396 fontes codificadas, a subcategoria “ensino” é citada em quase 90% delas, são 353 fontes que fazem referências à referida subcategoria; na sequência, a “pesquisa” ocupa pouco mais de 10% das referências com citação em 51 fontes; a “extensão”, em última posição, com 7% das citações aparece como tema em 26 fontes. Destaca-se que nenhum dos trabalhos pesquisados, mesmo os que tratam

sobre a “formação em jornalismo” (entendida como constituída da tríade ensino, pesquisa e extensão), considera explicitamente em suas proposições sobre uma formação superior para jornalistas composta por tais elementos.

As 293 fontes codificadas demonstram a superioridade da subcategoria “ensino”, em relação à “pesquisa” e, mais ainda, sobre a “extensão”, tratadas invariavelmente como complementares à primeira. Ou seja, entre as três subcategorias (ensino, pesquisa, extensão), se considerarmos as fontes exclusivamente do subnó “ensino”, as mesmas representam algo em torno de 75% do total, o que significa que o “ensino” é tema exclusivo em três de cada quatro fontes que tratam sobre a formação superior em jornalismo no Brasil. O subnó “ensino” está codificado em 293 fontes, divididas em 129 artigos de anais, 72 artigos de revistas, 52 capítulos de coletâneas, 13 coletâneas, 11 teses, 11 dissertações e quatro livros. A subcategoria “ensino” é tratada sob várias perspectivas, geralmente, associada a uma questão específica, por isso, alguns temas são mais predominantes, entre eles, a questão do jornalismo especializado (jornalismo digital



ou online, jornalismo ambiental, jornalismo esportivo, jornalismo cultural, jornalismo científico, jornalismo comunitário, jornalismo rural, jornalismo turístico), a Internet e as novas tecnologias (convergência, webjornalismo, ciberjornalismo, webtv, webrádio, rádio online, TV online, webjornal, blogs), jornal-laboratório, radiojornalismo, telejornalismo, documentário, agência de notícias, revista, edição, professor/docente, estágio, currículo, diretrizes curriculares, projeto pedagógico, qualidade/diploma/avaliação, ética, responsabilidade social e deontologia, ensino teoria/prática, TCC/projeto experimental, pedagogia/didática e experiências, propostas de cursos e formação, os pioneiros e os precursores.

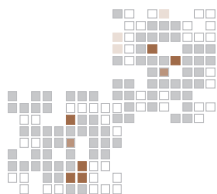
O modelo de ensino de jornalismo adotado pelas escolas de jornalismo no Brasil é considerado de natureza crítico-experimental, que precisa se “reinventar no século XXI”, adotar estruturas interdisciplinares que podem “enriquecer e redimensionar o ensino superior do jornalismo”. Defende-se um ensino de jornalismo com projeto político-pedagógico “democrático”, um instrumento e fórum permanente para a discussão de elementos fundamentais para a formação de profissionais. O ensino do jornalismo também é questionado pelos aspectos da “qualidade” e da necessidade de “diploma”. São destacadas iniciativas “na busca por melhorar a qualidade do ensino do jornalismo” e oferecer uma formação focada na “qualidade dos profissionais para o mercado da comunicação” ou formar cidadãos críticos, pois a “sociedade precisa e tem direito à informação de qualidade, ética, democrática”. De um lado, os defensores do ensino específico para “melhorar a qualidade da produção jornalística no país”, de outro, os defensores de um ensino mais afeito às necessidades do mercado da comunicação.

Os estudos colaboram para compreender o perfil do egresso de jornalismo e expõem nos resultados

uma realidade marcada pelo distanciamento entre a atualização curricular, as necessidades do mercado e as transformações recorrentes na práxis jornalística. Todavia, o momento que vivemos é totalmente propício a uma inversão de conduta, em que a formação profissional tem diante de si a possibilidade não somente de atender as demandas do “mercado”, mas de suprir uma carência crescente por formatos e conteúdos experimentais e inovadores. Que os cursos de jornalismo devem – e podem – funcionar como laboratórios experimentais de processos e produtos para o “mercado”, e não apenas como formadores de mão-de-obra. O estudo que aqui apresentamos até pode ser entendido como uma releitura da realidade contemporânea da formação profissional, mas também deve ser visto como desafio para mostrar que a academia pode apresentar soluções comunicacionais, além de atender apenas a necessidades técnico-operacionais.

Considerações finais

Nesse universo de pesquisa buscou-se refletir sobre a dinâmica da formação em jornalismo no Brasil, questionando que (trans)formação as instituições de ensino têm promovido no desenvolvimento de competências dos futuros jornalistas no Brasil. Diante da possibilidade de transposição de uma concepção meramente linear do fluxo mediado dos fenômenos simbólicos, confirmamos a hipótese de que a formação em jornalismo se constitui como um campo de disputa, num cenário em que as propostas das universidades brasileiras podem transitar entre a especializante e a experimental. A primeira proposta orienta-se pelo paradigma informacional, detida no propósito de instrumentalizar as práticas produtoras de conteúdo que percebem os acontecimentos a partir de um interesse econômico/comercial. A segunda constitui o paradigma relacional, objetivando outros espaços suscetíveis



de operacionalizar a construção de narrativas sobre os acontecimentos, convertendo-os em bens simbólicos e garantindo o fluxo dos fenômenos comunicativos. A formação especializante volta-se a uma instrumentação do fazer, pouco atenta à efetiva circularidade decorrente da interação social da prática jornalística. Em contraposição, uma formação mais aprofundada, calcada no paradigma relacional, viria a propiciar ao jornalista a compreensão da cadeia reflexiva entre jornalismo e vida social.

Por fim, a proposta do fluxograma para análise do modelo de formação em jornalismo aqui apresentada se propõe a ser aplicável, também de modo específico, a cada curso de jornalismo

em particular. Salienta-se que esta também pode ser experimentada em outros cursos de formação superior do país para identificar o paradigma predominante ou mais evidente. Para isso, basta operar o fluxograma a partir da formação específica, utilizando como universo de análise as diretrizes curriculares, o projeto pedagógico do curso ou pelo menos seu esboço e os dados obtidos com os interlocutores (professores e pesquisadores, profissionais, ONGs, entidades sindicais e patronais, egressos e discentes etc.) colhidos diretamente e/ou extraídos do projeto pedagógico do curso e/ou do seu memorial de elaboração (relatórios, atas de reuniões etc).

Referências

BRASIL. Ministério da Educação. *DCN - Diretrizes Curriculares Nacionais para o Curso de Jornalismo*. Relatório da Comissão de Especialistas instituída pelo Ministério da Educação (Portaria Nº 203/2009), 2009. Diário Oficial [da] União, Brasília, Comissão Marques de Melo. Disponível em: <http://portal.mec.gov.br/dmdocuments/documento_final_cursos_jornalismo.pdf>. Acesso em: 9 jun. 2014.

BRASIL. Ministério da Educação. *PARECER CNE/CES 492/2001*. Conselho Nacional de Educação/Câmara Superior de Educação. Diretrizes Curriculares Nacionais dos cursos de Filosofia, História, Geografia, Serviço Social, Comunicação Social, Ciências Sociais, Letras, Biblioteconomia, Arquivologia e Museologia. Diário Oficial [da] União, Brasília, 9 de julho de 2001, Seção 1e, p. 50.

BRASIL. Ministério da Educação. Parecer homologado. *Retificação do Parecer CNE/CES/ 492/2001, que trata da aprovação das Diretrizes Curriculares Nacionais dos Cursos de Filosofia, História, Geografia, Serviço Social, Ciências Sociais, Letras, Biblioteconomia, Arquivologia e Museologia*. Diário Oficial [da] União, Brasília, 29 de janeiro de 2002. Disponível em: <http://portal.mec.gov.br/cne/arquivos/pdf/2001/pces1363_01.pdf>. Acesso em: 10 set 2013.

BRASIL. Ministério da Educação. *PARECER homologado das Diretrizes Curriculares Nacionais para o Curso de Graduação em Jornalismo*. Conselho Nacional de Educação/Câmara de Educação Superior. Diário Oficial [da] União, Brasília, 12 de setembro de 2013, Seção 1, p. 10, 2013a.

BRASIL. Ministério da Educação. Resolução CNE/CES 1/2013. *Diretrizes Curriculares Nacionais para o curso de graduação em Jornalismo (bacharelado)*. Diário Oficial [da] União, Brasília, 1º de outubro de 2013, Seção 1, p. 26, 2013b.

FRANÇA, Vera V. Interações comunicativas: a matriz conceitual de G. H. MEAD. In: PRIMO, Alex et al. (Org.). *Comunicação e interações*. Porto Alegre: Sulina/Compós, 2008. p. 71-91.

FRANÇA, Vera. Paradigmas da comunicação: conhecer o quê? *Revista Ciberlegenda*, Niterói, n. 5, 2001. Disponível em: <<http://www.uff.br/mestcii/vera1.htm>>. Acesso em: 21 out. 2013.

GROTH, Otto. *O poder cultural desconhecido: fundamentos da ciência dos jornais*. Petrópolis: Vozes, 2011.

MATTELART, Armand; MATTELART, Michèle. *História das teorias da comunicação*. São Paulo: Loyola, 2001.

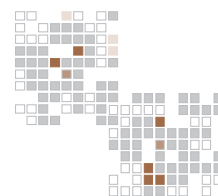
MEAD, George Herbert. *Espiritu, persona y sociedad: desde el punto de vista del conductismo social*. Buenos Aires: Paidós, 1973.

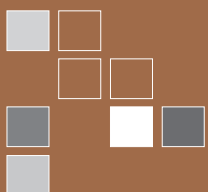
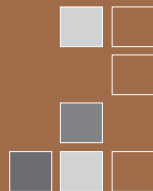
MOURA, Cláudia Peixoto de. *O curso de comunicação social: do currículo mínimo às novas diretrizes curriculares*. Porto Alegre: EDIPU-CRS, 2002.

TRAQUINA, Nelson. *O estudo do jornalismo no século XX*. São Leopoldo: Unisinos, 2005.

WIENER, Norbert. *Cibernética e sociedade: o uso humano de seres humanos*. São Paulo: Cultrix, 1968.

WOLF, Mauro. *Teorias da comunicação*. Lisboa: Editorial Presença, 1999.





EL ESTADO DE LA CONCENTRACIÓN DE LA PROPIEDAD EN LA RADIO COMERCIAL ABIERTA EN MÉXICO, 2019

THE STATUS OF OWNERSHIP CONCENTRATION IN COMMERCIAL BROADCAST RADIO IN MEXICO, 2019

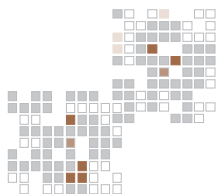
O ESTADO DE CONCENTRAÇÃO DA PROPRIEDADE EM RÁDIOS COMERCIAIS ABERTAS NO MÉXICO, 2019

Francisco J. Vidal Bonifaz

■ Profesor-investigador de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales (UNAM). Doctor en Economía por la Universidad Nacional Autónoma de México.

■ E-mail: francisco.vidal@politicas.unam.mx

84



RESUMEN

Los cuatros grupos de radio comercial abierta más importantes de México controlan la propiedad de una cuarta parte de las estaciones del país. Sin embargo, el grado de concentración de la propiedad en esta rama de los medios de comunicación, es menor a la que había reportado los diversos estudios académicos sobre la materia. Nos enfrentamos a una situación en la que coexisten unas cuantas grandes empresas radiofónicas al lado de cientos de personas o compañías que controla una o dos estaciones y que la la base para que en el futuro el proceso de concentración de la propiedad siga adelante.

PALABRAS CLAVE: RADIO COMERCIAL; PROPIEDAD; CONCENTRACIÓN; MONOPOLIOS.

ABSTRACT

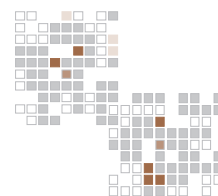
The four largest open commercial radio broadcast groups in Mexico control the ownership of a quarter of the country's stations. However, the degree of concentration of ownership in this branch of the media is less than that reported by various academic studies on the subject. We are faced with a situation in which a few large radio companies coexist alongside hundreds of people or companies that control one or two stations, and which provide the basis for the process of concentration the property to continue in the future.

KEYWORDS: RADIO BROADCAST; OWNERSHIP; CONCENTRATION; MONOPOLY.

RESUMO

Os quatro maiores grupos comerciais de rádio aberto do México controlam a propriedade de um quarto das estações do país. No entanto, o grau de concentração de propriedade nesse ramo da mídia é menor do que o relatado por vários estudos acadêmicos sobre o assunto. Estamos diante de uma situação em que algumas grandes empresas de rádio coexistem ao lado de centenas de pessoas ou empresas que controlam uma ou duas estações e que fornecem a base para que o processo de conclusão da propriedade continue no futuro.

PALAVRAS-CHAVE: RÁDIO COMERCIAL; PROPRIEDADE; CONCENTRAÇÃO; MONOPÓLIO.



1. Introducción

Este ensayo se centra en análisis en la propiedad de los títulos de concesión, que son la pieza central para que pueda operar legalmente una estación de radio abierta, debido a que en México se requiere una licencia emitida por el Instituto Federal de Telecomunicaciones (IFT) para este propósito.

El IFT es un órgano autónomo del gobierno federal que autoriza o niega las concesiones de radio abierta con arreglo en el título cuarto de la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión. En este ordenamiento se establecen cuatro tipos de licencias: para uso social general, comunitario o indígena; para uso público de las diferentes estructuras de gobierno, incluidas las universidades o instituciones de educación superior públicas; las privadas, para comunicaciones privadas y, las comerciales, destinadas a personas o empresas que pretendan ofrecer el servicio de radio abierta con fines de lucro (Secretaría de Comunicaciones y Transportes [SCT], 2014, p. 27-28).

Nuestro análisis está circunscrito a la propiedad de las concesiones de comerciales. El IFT reportó que en 2019 existían 1.373 títulos de concesión para fines comerciales —de un universo de 2.003 licencias— (Instituto Federal de Telecomunicaciones [IFT], 2019, 141), los que sirvieron de base para elaborar la muestra que utilizamos en nuestra investigación.

Pese a sus crecientes problemas, la radio comercial es uno de los medios de comunicación más importantes del país. Su alcance llega al 96% de la población, en el 56% de los hogares hay un aparato de radio y el 8.9% del gasto publicitario total —350 millones de dólares— fue destinado a las estaciones comerciales (IFT, 2019, p. 8).

La concentración de la propiedad en la radio comercial en México ha sido un tema de preocupación recurrente en la literatura académica. Este

fenómeno puede ser analizado desde diferentes ángulos, pero en este ensayo nos referiremos a la concentración del capital que opera en la radio comercial abierta mexicana, que se expresa por medio de la posesión de las acciones de las empresas que, a su vez, poseen los títulos de concesión para operar las estaciones de radio¹.

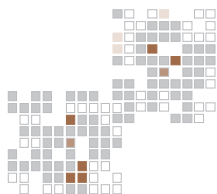
La concentración forma parte de la naturaleza del capital. Es una consecuencia de la operación de la ley general de la acumulación, es la forma natural en la que el capital crece y se reproduce. En este continuo se presentan en realidad dos fenómenos que se entrelazan: la concentración propiamente dicha, es decir el crecimiento de los capitales individuales, y la centralización o sea la suma de los capitales por medio de la fusión o de la absorción de varios (Marx, 1977, p. 777-778). En todo caso, se trata de un proceso vivo, en constante evolución y que se manifiesta —centralmente— en el aumento en la dimensión o escala de los capitales involucrado en actividades productivas.

Este movimiento perpetuo explica la formación de los grandes grupos empresariales que bajo un paraguas común operan decenas y, en ocasiones, centenas de unidades de producción y servicios y que son las fuerzas más poderosas en la economía moderna: los monopolios. Nuestro propósito es, de esta manera, dar cuenta de cuál es la estructura de poder en la radio mexicana, cuáles son las fuerzas que gobiernan su desarrollo y su destino. Determinar, en pocas palabras, la estructura que define la producción, la distribución y el consumo en la radio comercial abierta mexicana.

2. La dificultades para evaluar el fenómeno

Durante décadas ha sido difícil evaluar el grado de concentración de la propiedad de los medios

¹ Excepcionalmente las concesiones algunas estaciones comerciales están a título de personas.



de comunicación en México debido a varias circunstancias: el tradicional hermetismo de los empresarios de los medios, el reducido número de empresas de medios que cotizan en bolsa y la ausencia de registros públicos, entre otros.

En el caso de las estaciones comerciales de radio abierta, para operar se ha requerido –prácticamente desde el origen de esta actividad— de una concesión federal que se emite a favor de un particular o una sociedad anónima. A medida que se fue generalizando el otorgamiento de las concesiones a las sociedades anónimas, que a su vez eran las operadoras de las estaciones de radio, aumentaba la dificultad para establecer quién o quiénes eran los propietarios reales, debido a que no existía ninguna obligación para revelar el nombre de los accionistas y solamente un grupo de radio ha cotizado sus acciones en la bolsa de valores desde hace años: Grupo Radio Centro, desde 1993, además de las emisoras que manejaba Grupo Televisa, empresa que también ha cotizado en bolsa desde 1991.

Estas dificultades originaron que, durante años, diversos estudios intentaran establecer el grado de concentración por medio del número de estaciones que manejaban las diversas cadenas radiofónicas: Romo (1993); Sosa Plata (1997); Sánchez Ruiz (1988); Sosa Plata (2003); Sosa Plata y Rodríguez (2007).

Esta forma de evaluar la concentración puede entrañar altos grados de distorsión, como lo señaló hace casi dos décadas un radiodifusor:

Respecto a la concentración de medios, en México existen empresas que comúnmente son conocidas como cadenas de radio y televisión. Considero oportuno aclarar que estas empresas son comercializadoras a las que se afilian estaciones de radio del país, con fines puramente comerciales; es decir, las cadenas radiofónicas que conocemos todos, no son, necesariamente, quienes detentan todas las concesiones de las emisoras correspondientes otorgadas por la Secretaría de Comunicación

es y Transportes. (Salas Vargas, 2000, p.132).

Más allá del alcance de lo que en términos económico-financieros significa el “control” de una compañía y del enorme significado de la propiedad en una sociedad capitalista, debe de reconocerse que los pioneros de las investigaciones sobre la concentración en la radio, sólo podían contar con un conocimiento aproximado –aunque ciertamente inexacto— del fenómeno de la concentración de la propiedad a través del tamaño de las cadenas radiofónicas. Esta realidad fue reconocida por investigadores como Sosa Plata (1997, 2003) y otros (Sosa Plata y Rodríguez, 2007; Romo, 1993; Arredondo Ramírez y Sánchez Ruiz, 1987; Sánchez Ruiz, 1988) que analizaron el desarrollo de la radio en los últimos años. El alcance de las investigaciones citadas se plasma en la Tabla número 1, en la que se resumen los diversos grados de concentración encontrados por los reportes más significativos.

La ausencia de información que pudiera precisar los términos más reales de la concentración de la propiedad de las estaciones radiofónicas en México, solamente pudo superarse a partir de la creación del Registro Público de Concesiones por parte del IFT y, más específicamente, de la sección conocida como “Estructura accionaria”. En esta parte del registro, las sociedades anónimas que poseen una concesión tienen que detallar la composición de sus accionistas.

Fue en junio 2014, con la aprobación de la nueva Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión (junio de 2014), cuando se establece en su artículo 177 que, en el Registro Público de Concesiones –entre otros elementos— se consignará: “La estructura accionaria de los concesionarios, así como los cambios de control accionario, titularidad u operación de sociedades relacionadas con concesiones en materia de telecomunicaciones y radiodifusión”. (SCT, 2014). De esta manera el Registro Federal de Telecomunicaciones se convirtió en una base de datos sobre los propietarios de las estaciones de radio en el país.

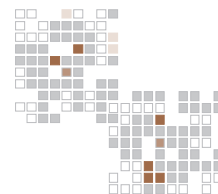


Tabla # 1 Concentración de las estaciones de radio por las cadenas más importantes (Porcentajes)						
Concepto	1979	1984	1988	1997	2002	2003
Las primeras 4 cadenas	38.9%	41.3%	48.9%	48.1%	45.7%	46.8%
Las primeras 5 cadenas	43.4%	47.5%	56.2%	54.6%	52.2%	53.3%

Fuentes: para 1979: Arredondo Ramírez y Sánchez Ruiz, 1987, 151;
para 1984: Sánchez Ruiz, 1988, 43;
para 1988: Sosa Plata, 2003, 25;
para 1997: Sosa Plata 1997, 26;
para 2002: Sosa Plata y Rodríguez, 2007, 270-271;
para 2003: Sosa Plata, 2003, 25.

En diciembre de ese mismo año el IFT concluyó la revisión de títulos de concesión otorgados a las compañías de telecomunicaciones y radiodifusión, procedió a la integración del Registro Público de Concesiones y se habilitó para su uso marzo del mismo año. (IFT, 2014). Con base en la información del Registro Público de Telecomunicaciones elaboramos nuestra propia base de datos para el presente ensayo.

3. Nuestros hallazgos

Nuestro trabajo se enfocó en sistematizar la información de mil 279 constancias de inscripción del Registro Público de Concesiones, en las que se detallan la estructura accionaria de las empresas que poseen licencias comerciales para ofrecer el servicio de la radio abierta y que son propietarias de los activos que conforman las estaciones. (IFT, 2016). La enorme mayoría de estos documentos corresponden al año 2019.

El criterio que se utilizó fue asignar un concesión a un grupo o dueño solamente si contábamos con la información correspondiente de cada cédula. Por esa razón, existen 39 concesiones –3% del total— que no se asignaron a ninguna persona o sociedad anónima, pero creemos que esto no afecta sustancialmente los resultados de nuestra investigación.

La información recabada fue contrastada con varias fuentes de grupos radiofónicos, ensayos académicos e información de prensa, para conformar vínculos familiares entre las diversas personas que aparecían en la muestra y, también con algunas sociedades anónimas, que aparecían como accionistas de las estaciones de radio. Los resultados sistematizados se resumen en la Tabla número 2.

La base se conformó con el nombre comercial con el que se identifica a un grupo de emisoras de radio, las siglas de identificación de cada estación, ciudad y estado donde opera, el nombre del concesionario acompañado del de la familia que controla las estaciones.

El primer acercamiento a la información nos permite establecer que, existe una menor concentración relativa de la propiedad de la que se había establecido en estudios anteriores, especialmente cuando se toma como parámetro de comparación a los accionistas de las empresas que detentan las concesiones y no la pertenencia a una cadena, como se había venido haciendo hasta ahora. Así, en 2019, los primeros cuatro grupos con más estaciones en su poder acumulan el 24.7% de todas las emisoras y si ampliamos la estimación a los primeros cinco grupos, su control llega al 27.4 por ciento.

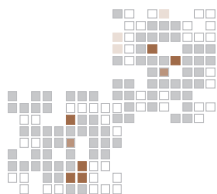


Tabla # 2

Concentración de la propiedad de las concesiones de radio comercial en México^{1/}, 2019

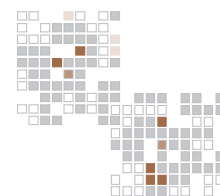
(Número y porcentaje)		
Propietario	Concesiones	Porcentaje
Grupo Radiorama	181	14.2%
- Pérez de Anda	43	3.4%
- Pérez de Anda – Sanabria	31	2.4%
- Pérez de Anda – Pereda	8	0.6%
- Pereda	45	3.5%
- Pereda – Sanabria	47	3.7%
- Sanabria	6	0.5%
- Pérez de Anda - Sanabria - Pereda	1	0.1%
Ligados a Radiorama	7	0.5%
- Pérez de Anda-Ferrández	2	0.2%
- Pereda-Velasco	2	0.2%
- Pereda-Justo	1	0.1%
- Pérez de Anda-México Radial	1	0.1%
- Pérez de Anda-Villa	1	0.1%
ACIR – Ibarra	57	4.5%
MM Radio - González	40	3.1%
Grupo Fórmula – Azcárraga Madero	39	3.1%
Grupo Radio Centro - Aguirre	34	2.7%
MVS Radio – Vargas	33	2.6%
Quiñonez Armendáriz	28	2.2%
México Radio - OEM – Vázquez Ramos	22	1.7%
Grupo Acustik Radio	22	1.7%
Imagen Radio – Vázquez Aldir	20	1.6%
Grupo Televisa – Azcárraga Jean ^{2/}	18	1.4%
Mega Radio – Boone Menchaca	15	1.2%
Capital Media - Macisse	15	1.2%
Radio Núcleo – Siman Estefan	15	1.2%
Otros-Varios accionistas	15	1.2%
RASA – Laris Rodríguez	14	1.1%
Grupo Radiofónico ZER – Rodríguez Zermeño	13	1.0%
Uniradio – Astiazarán	12	0.9%
Media Group Radio – Belmonte	12	0.9%
Organización Radiofónica Tamaulipeca – Cárdenas	10	0.8%
Grupo Radio Digital – Valanci	10	0.8%
María Adriana Aguirre Gómez	10	0.8%
Dos grupos de 9 emisoras	18	1.4%
Tres grupos de 8 emisoras	24	1.9%
Nueve grupos de 7 emisoras	63	4.9%
Cinco grupos de 6 emisoras	30	2.3%
Once grupos de 5 emisoras	55	4.3%
Dieciséis grupos de 4 emisoras	64	5.0%
Veinte grupos de 3 emisoras	60	4.7%
Cincuenta grupos de 2 emisoras	100	7.8%
184 concesionarios de 1 emisora	184	14.4%
N. D.	39	3.0%
TOTAL	1,279	100.0%

Fuente: elaboración propia con información del Registro Público de Concesiones (IFT, 2016).

1/ Se trata únicamente de concesiones comerciales.

2/ Las estaciones se han vendido a Corporativo Coral de la familia Alemán.

Nota: los parciales pueden no coincidir con el total debido al redondeo.



La segunda tendencia clara es que todavía está presente una importante fragmentación de la propiedad, lo que se manifiesta en que la quinta parte de las estaciones de radio están repartidas entre propietarios que detentan solamente la propiedad de una o dos emisoras.

Al mismo tiempo, y en sentido opuesto, también resalta que se han fraguado importantes monopolios radiofónicos. De este grupo daremos cuenta enseguida.

4. Los grupos de la radio

Si nos atenemos al criterio de la posesión de concesiones de estaciones radiodifusoras comerciales, Radiorama es el consorcio más importante del país. No se trata de una empresa controladora de las acciones de varias estaciones. Más bien es un paraguas comercial común de los intereses de las familias Pereda López y Pérez de Anda y, en un lugar menor, de la familia Sanabria. En su conjunto las tres familias mencionadas controlan, por medio de diversas formas de asociación 180 estaciones (véase el Gráfico número 1).

Las emisoras propiedad de este grupo están

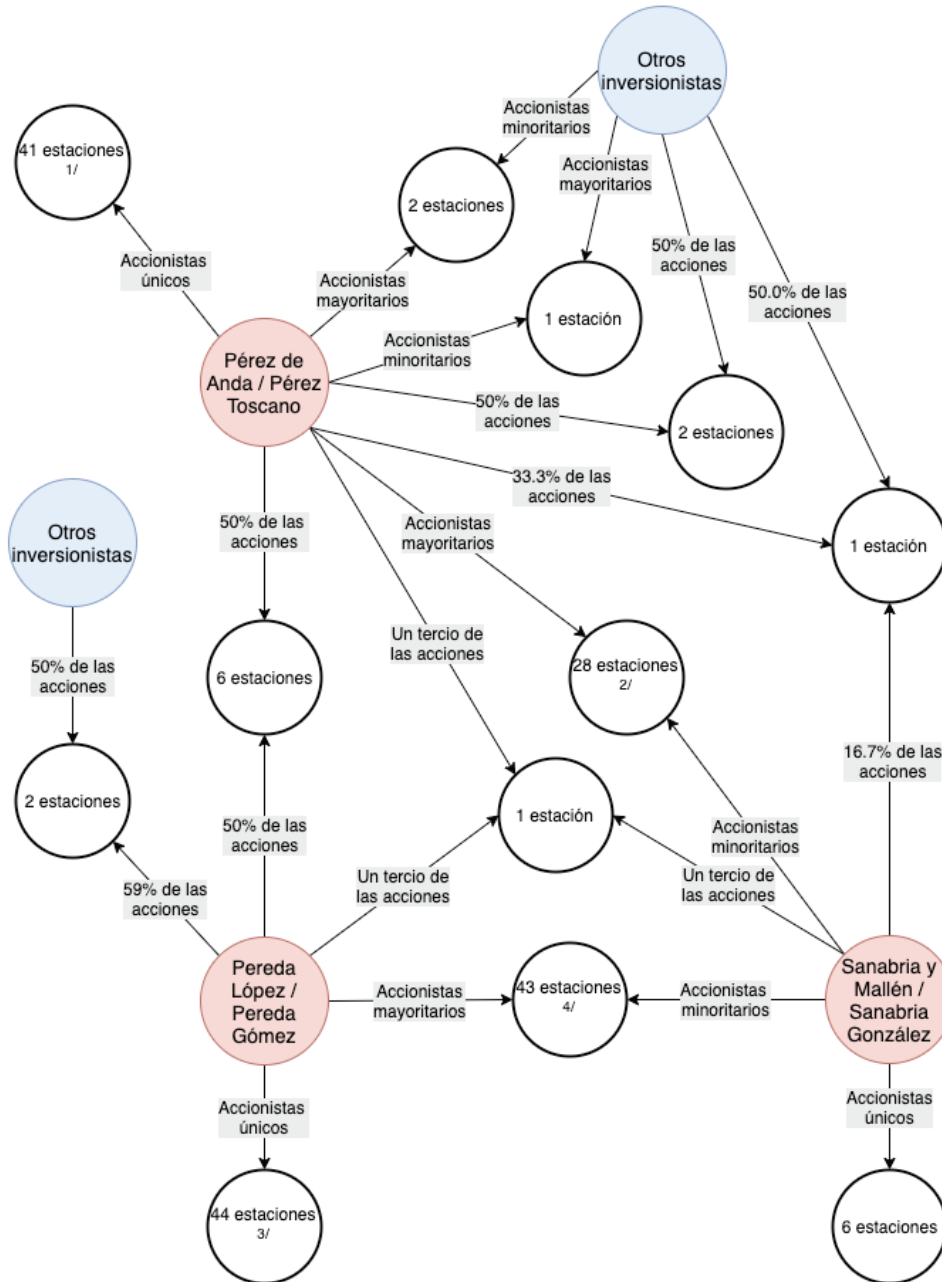
dispersas en casi todas las entidades federativas del país, aunque no tiene una fuerza decisiva en la Ciudad de México y no existe otra agrupación tan poderosa como esta a la fecha. Existen otras 7 estaciones en las que Pereda y Pérez de Anda poseen una parte minoritaria de las acciones o el 50% de las mismas, y en las que comparten la propiedad junto con grupos de familias radiodifusoras locales.

La segunda agrupación más importante es Grupo ACIR que posee 57 estaciones, lo que corresponde al 4.5% del total de las emisoras de radio comerciales que operan en México.

ACIR fue fundado Francisco Ibarra López, pero ahora está lejos de su época de esplendor y, en cambio, todo indica que en los últimos años se ha ido desprendiendo de algunas estaciones, pues en 2003 reportaba que poseía 89 frecuencias (Grupo ACIR Comunicaciones, 2004, 5), en la actualidad es posible que solamente controle 75. El IFT ha documentado que, entre 2014 y 2019, ACIR vendió 14 estaciones a otros grupos (IFT, 2020, 32).



Gráfico # 1
Organización del control accionario de
las estaciones del Grupo Radiorama, 2019



1/ Incluye una estación con una participación de 5% de otro accionista.

2/ Incluye 7 estaciones en que otros accionistas participan con una porción que oscila entre el 4.8% y el 10% de las acciones.

3/ Incluye dos estaciones con una participación de 0.001% de las acciones.

4/ Incluye 11 estaciones en que otros accionistas participan con una porción que oscila entre el 4.99% y el 6.00% de las acciones.

Fuente: elaborado con información de Instituto Federal de Telecomunicaciones, 2016.



En la actualidad las radiodifusoras de ACIR operan en 18 entidades de la República Mexicana y si bien cada estación está en posesión de una razón social propia, el principal accionista –directa o indirectamente de estas— es Radio ACIR que a su vez controla Radio Integral, la propietaria de las sociedades que operan las estaciones. La estructura del control accionario de las estaciones del Grupo ACIR puede apreciarse con mayor claridad en el Gráfico # 2.

Detrás de los dos consorcios más importantes, se encuentran algunas agrupaciones que poseen entre 30 y 40 estaciones de radio: MM Radio, Grupo Fórmula, Grupo Radio Centro y MVS Radio.

La división de radio del Grupo Multimedios (MM Radio) es la tercera agrupación más importante. Las 40 radiodifusoras de este consorcio operan en 9 entidades federativas diferentes, la mayoría ubicadas en el norte del país. El centro de acción del consorcio –incluyendo la división radio— está radicado en Monterrey.

Las familias González Sánchez y González Albuerno son las controladoras de las estaciones de radio del Grupo Multimedios por medio de cuatro compañías subcontroladoras de acciones: La Voz de Linares, Multimedios Radio, Radio Informativa y Radio Triunfos. Multimedios es en la actualidad un grupo de medios de comunicación diversificado, que opera en la televisión abierta (canales Multimedios y Milenio) y en los diarios impresos (Milenio).

Grupo Fórmula es, por su parte, el cuarto agrupamiento más importante debido a que posee el control de 39 emisoras de radio en 20 entidades federativas, aunque sobresale por la influencia de sus cinco emisoras –especialmente en materia de noticias— en la capital del país.

Su estructura corporativa es simple pues todas las empresas que operan las estaciones son con-

troladas por medio de la firma Radio Fórmula National Radio Network –que detenta la gran mayoría de las acciones— y participaciones muy pequeñas de Jaime Azcárraga Romandía y Valeria Andrea Azcárraga Romandía, dos hijos de Rogerio Azcárraga Madero, fundador del grupo. Radio Fórmula National Radio Network es una tenedora o holding de los intereses de los Azcárraga Madero y Azcárraga Romandía.

Grupo Fórmula opera también un canal de televisión de paga (Telefórmula), un portal de internet (Fórmula Online) y PM Street (mobiliario urbano multifuncional) (Grupo Fórmula, 2020). Además, la familia Azcárraga Madero mantiene el control de la productora musical Orfeón.

Uno de los actores con más fuerza en la radio de la Ciudad de México es Grupo Radio Centro, fundado por Francisco Aguirre Jiménez. En la actualidad el consorcio sigue controlado por algunos de sus hijos.

Radio Centro posee 34 estaciones repartidas en 12 entidades del país, por medio de la tenencia accionaria directa del propio grupo en cada una de las sociedades que operan las estaciones y de la subtenedoras Desarrollos Empresariales y Radiodifusión Red, en las que el grupo posee el 99.99% de sus acciones (Grupo Radio Centro, 2018, 50).

La familia Aguirre Gómez mantiene el control del 32.90% las acciones de Grupo Radio Centro por medio de una sociedad (Controladora GRC) y uno de los hijos del fundador, Francisco Aguirre Gómez, otro 36.32% de la misma, el resto de las acciones están en poder de las personas que invierte a través de la bolsa de valores. En la actualidad, además de las estaciones de radio, Grupo Radio Centro opera también un canal de televisión abierta que tiene su sede en la ciudad de México (La Octava).

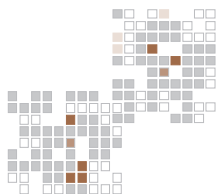
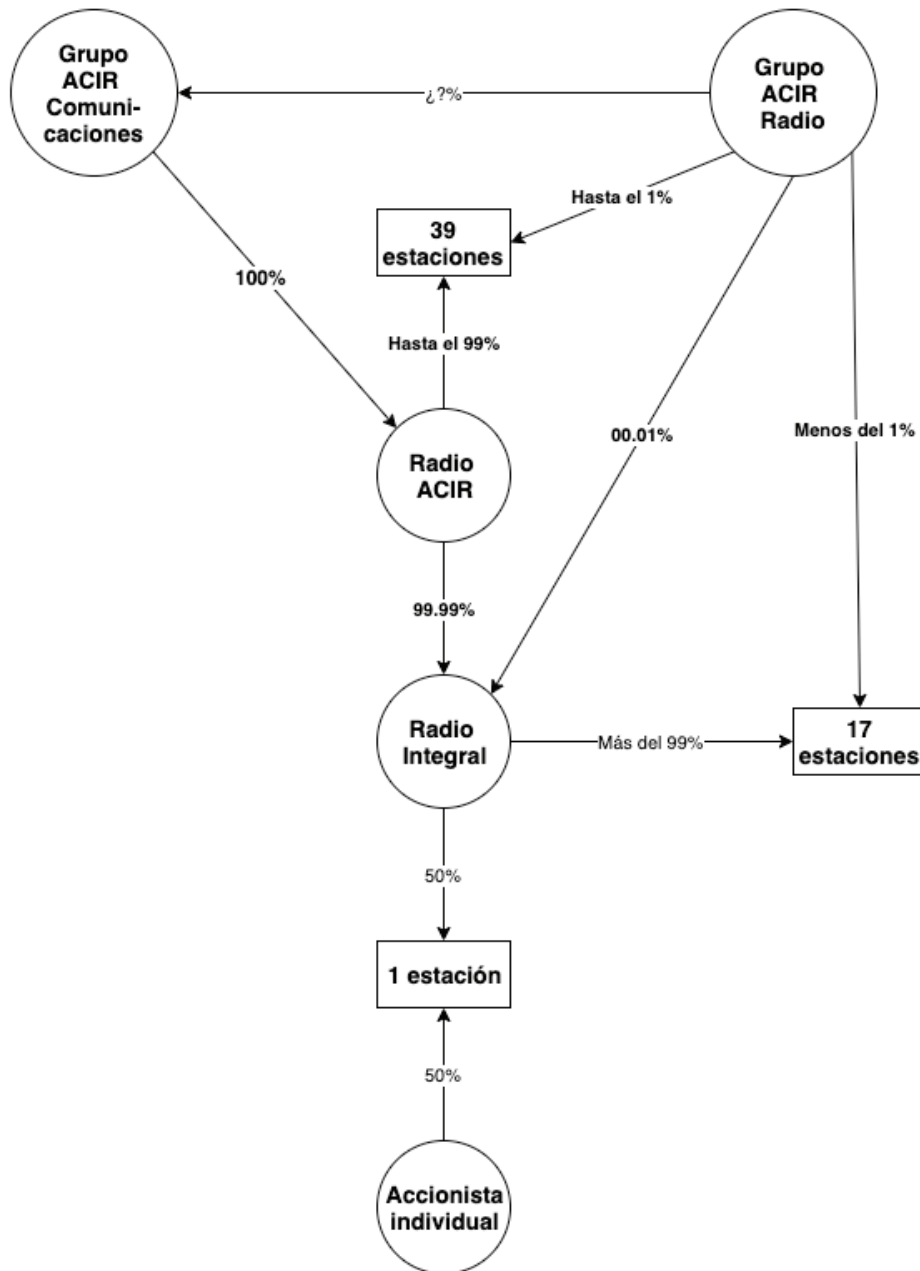


Gráfico # 2
Organización del control accionario de
las estaciones del Grupo ACIR, 2019



Fuente: elaborado con información de Instituto Federal de Telecomunicaciones, 2016 y Grupo ACIR Comunicaciones, 2004, 142.



Más adelante daremos cuenta del caso de María Adriana Aguirre Gómez que, además de ser parte del grupo de control de Radio Centro aparece como accionista mayoritaria en 10 emisoras más.

La familia Vargas, por su parte, es la principal fuerza en MVS Comunicaciones, que incluye a su división MVS Radio, la sombrilla que cobija a 33 estaciones de radio diseminadas en 14 entidades del país.

La gran mayoría de las radiodifusoras están concesionadas a Stereorey de México (29) y las otras 4 a nombre de otras 3 sociedades anónimas. A su vez, el principal accionista de Stereorey de México y de las otras sociedades es Grupo MVS Capital. El consorcio MVS Comunicaciones, además de las estaciones de radio también opera un servicio de televisión satelital (Dish México), una canal de televisión de paga (MVStv) y una cadena de restaurantes (CMR) (MVS Comunicaciones, 2020).

En síntesis, dentro de este tercer segmento se agrupan a las familias González, Azcárraga Madero, Aguirre y Vargas que en conjunto mantienen la propiedad de 146 estaciones de radio.

En otro segmento se encuentran los consorcios o familias que poseen entre 20 y hasta 29 estaciones de radio. Entre ellos sobresale la familia Quiñonez Armendáriz, específicamente Amalia Guadalupe Quiñonez Armendáriz², Ángela Fernández Quiñonez y Alicia Fernández Quiñonez que, en triunvirato, tienen el control accionario de 39 radiodifusoras. De esta forma, las emisoras de esta familia no están agrupadas formalmente bajo un consorcio común y además, están afiliadas a diversas cadenas del país.

Las familias Vázquez Raña-Vázquez Ramos tienen el control de los títulos accionarios de 22 estaciones por medio de las empresas Centro de Información Nacional de Estudios Tepeyac y

México Radio. La matriarca de la familia, Francisca Ramos Ramos posee una porción minoritaria de títulos en la mayoría de las estaciones. El fundador del grupo fue Mario Vázquez Raña (falleció en 2015). En la actualidad suma también 43 periódicos que se agrupan en la Organización Editorial Mexicana (OEM), empresas de transporte, de producción de papel y un canal de televisión abierta en la ciudad de Durango (Organización Editorial Mexicana, 2020).

En 2017, las autoridades realizaron una subasta de estaciones de radio que abrió la puerta a nuevos capitales para incursionar en la actividad radiofónica como el Grupo Acustik Radio, que tiene a sus cargo 22 estaciones. La nueva agrupación es controlada por las familias Gutiérrez Lavín y Fernández Goya (Sosa Plata, 2020). Las estaciones que operan bajo la bandera comercial común de Grupo Acustik están tituladas a nombre de Akustik Media, Escápite al Paraíso y Centrado Corporativo.

Otro miembro de la familia Vázquez Raña, Olegario, desarrolló otro grupo de medios –Grupo Imagen Multimedia— que posee una división radio: Imagen Radio. Por medio de las sociedades Imagen Medios de Comunicación e Imagen Holdings la familia posee la mayoría de las acciones de 20 radiodifusoras. El Grupo Imagen opera también una cadena de estaciones de televisión abierta, el periódico *Excelsior* y varios sitios de internet. Las operaciones en medios de comunicación son sólo una parte de los negocios de Olegario Vázquez Raña, pues a través del Grupo Empresarial Ángeles también tiene intereses en el turismo, los servicios privados de salud y los servicios financieros (Grupo Empresarial Ángeles, 2014).

Por último, dentro de la segmentación de la propiedad, existen consorcios que poseen entre 10 y 19 estaciones radiofónicas. El más destacado era Grupo Televisa que, mediante su división radio, era propietaria de 18 estaciones en todo el

² Todo indica que fue la esposa de Jaime Fernández Armendáriz, político y empresario ligado al PRI.

país y una fuerza importante en la capital (5 emisoras). El fundador del grupo, Emilio Azcárraga Vidaurreta fue el forjador de la radio comercial el México, sin embargo Televisa vendió en 2001 vendió el 50% de las acciones de su negocio de radio (conocido como Sistema Radiópolis) al grupo español Promotora de Informaciones, PRISA (Grupo Televisa, 2002) y en julio de 2020 finiquitó la venta del resto del capital a Corporativo Coral, un consorcio que controlan las familias Alemán Velasco y Alemán Magnani (Grupo Televisa, 2020).

Dentro de este último segmento —entre 10 y 19 emisoras— sobresalen también los siguientes grupos:

- **Megaradio:** la figura más relevante es José Luis Boone quien falleció en 2019. En catorce sociedades que controlan un número igual de estaciones de radio figura como el más importante inversionista, superando el 99.9% de las acciones y en una estación más la concesión está directamente a su nombre. Otros miembros de la familia Boone Menchaca —Daniel, Pedro y Ricardo— tiene la concesión cuatro estaciones más, pero no los incluimos dentro del grupo de Megaradio.

- **Capital Media:** los Maccise son un grupo de empresarios originarios del estado de México. Aparecen bajo su poder 15 estaciones radio, en 12 de ellas la concesión está a nombre de Radiodifusoras Capital, sociedad que a su vez es controlada mayoritariamente (99.99%) por Capital Media Broadcasting, el brazo radiofónico del consorcio familiar: Capital Media, que además de la radio, está involucrado en la edición de periódicos y revistas y en la producción de sitios web (Capital-Media, 2020). Adicionalmente mantiene la mitad de las acciones de otras dos empresas que controlan tres concesión es más. En los últimos meses se ha especulado la posibilidad de que la familia Maccise esté retirando su inversión en medios.

- **Radio Núcleo:** nombre comercial con el

que operan estaciones ubicadas en los estados de Chiapas y Tabasco (sureste del país). Cada concesión es propiedad de una respectiva sociedad anónima. En todas ellas aparecen como principales accionistas Francisco y Jorge Amín Siman Estefan (40% de los títulos para cada uno de ellos).

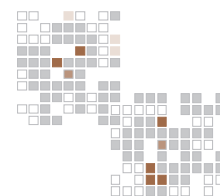
- **RASA:** así se conocía la vieja cadena creada por José Laris Iturbide quien falleció en 2009 y bajo los bienes de su sucesión se encuentran 4 estaciones de radio en las que junto con los bienes de la sucesión de la que fue su esposa (Josefina Rodríguez Méndez) tienen la mayoría de las acciones, el 50% en 3 más, el 48.6% en una estación y 2 emisoras a título personal. Otras tres emisoras están controladas por otros miembros de la familia Laris.

- **Grupo Radiofónico Zer:** compuesto por 13 estaciones. Las concesiones de ocho estaciones están directamente a nombre de Arnoldo Rodríguez Zermeño, el fundador del grupo y una más a nombre de Rodrigo Rodríguez Reyes, su hijo. Otras 5 estaciones están tituladas a un igual número de razones sociales en las que Rodríguez Zermeño detentaba entre el 50% y el 99% del capital de la misma y el resto está en manos de su esposa, Josefina Reyes Sahagún.

- **Uniradio:** las 12 estaciones que opera el grupo están a nombre de otras tantas razones sociales. En el caso de nueve de ellas, los accionistas son cinco hijos del fundador del grupo, todos de apellido Astiazarán Orcí y en tres caos más, la enorme mayoría de las acciones están tituladas a nombre de Unimedios (entre 97% y 99% del total) y el resto entre los cinco hermanos Astiazarán Orcí ya citados.

- **Media Group Radio:** bajo este nombre comercial operan 11 estaciones concesionadas a la sociedad Media FM, en esta última Jorge Belmonte Rosales —antiguo cableoperador— es el principal accionista, que detenta el 98% de las acciones totales.

- **Organización Radiofónica Tamaulipeca**



(ORT): es la estructura comercial que opera 10 estaciones concesionadas a ocho razones sociales distintas que tienen, bajo común denominador, a dos accionistas: Enrique Cárdenas del Avellano como inversionista principal y a Bertha Laura del Avellano Noriega, en segundo lugar.

- Grupo Radio Digital: En la actualidad las estaciones de la familia Valanci —una de ellas ubicada en la Ciudad de México— operan con el nombre comercial de Grupo Radio Digital. En las sociedades anónimas que controlan 9 concesiones aparece Simón Valanci Buzali como principal inversionista —con más del 90% de las acciones bajo su control— y una concesión más está a nombre de Sofía Valanci Penagos, hija de este último.

- María Adriana Aguirre Gómez: se trata de un caso especial dentro del panorama de los dueños de la radio comercial mexicana debido a que, además de ser accionista de Grupo Radio Centro, es la inversionista mayoritaria en 9 sociedades anónimas que poseen otras tantas concesiones radiofónicas y en una más, posee la mitad de la firma.

Estas son las características de los más importantes grupos de propietarios de estaciones de radio comercial en México, no obstante, existe todavía un amplio margen para que estos consorcios puedan engrosar a costa de la importante cantidad de empresarios que operan una o dos estaciones de radio alrededor de la República y que en conjunto representan casi la quinta parte de todas las concesiones comerciales otorgadas en el país.

La situación económica puede presionar para que algunos empresarios abandonen la actividad y se desprendan de sus concesiones o de que lleguen a acuerdos para unir fuerzas y crear grupos con mayor presencia regional, aunque esta última no parece ser una estrategia muy socorrida por los empresarios radiofónicos del país.

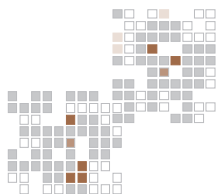
Pero no puede pasarse por alto la posibilidad de que los monopolios más importantes, los más poderosos, aprovechen la situación para engullir a empresas más modestas y, de esta forma, incrementar su dominio y poder dentro de la radio comercial mexicana.

5. Conclusiones

La concentración de la propiedad en la radio comercial mexicana es menos intensa de lo que se creía y de lo que habían reportado los estudios académicos durante varios años. Durante décadas se contó con información inexacta de los propietarios de la radio comercial y un conocimiento distorsionado de la concentración de la propiedad, debido a que solamente se contaba con información sobre las cadenas radiofónicas y sus estaciones afiliadas y no sobre los reales dueños de las mismas.

De acuerdo con los resultados del análisis de la propiedad en las estaciones de radio comercial, se puede establecer que existe una menor concentración relativa de la propiedad de la que se había establecido en estudios anteriores. No enfrentamos a un proceso contradictorio en el que si bien existe una importante fragmentación de la propiedad en la radio comercial abierta, al mismo tiempo, nos encontramos muy lejos de una situación de libre competencia, pues en realidad también han madurado importantes monopolios en esta actividad.

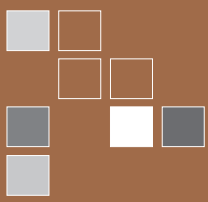
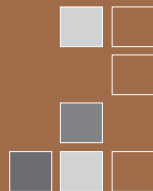
Dado que el proceso de concentración seguirá adelante y que la centralización se puede agudizar como consecuencia de la actual situación económica en la radiodifusión comercial —que puede alentar a que algunos grupos grandes o mayores engullan a los más pequeños— se abre un espacio en la investigación académica para dar cuenta de ese proceso y de las principales tendencias que adquirirá la estructura de los monopolios de la radio comercial mexicana en el futuro próximo.



Referencias

- ARREDONDO RAMÍREZ, Pablo; SÁNCHEZ RUIZ, Enrique. *Comunicación social poder y democracia en México*. 2ª ed. Guadalajara: Universidad de Guadalajara, 1987.
- CAPITALMEDIA. *Capital Media*. Disponible en: <<http://www.capitalmedia.mx/>>. Acceso: 9 jun. 2020.
- GRUPO ACIR COMUNICACIONES. *Reporte Anual que se presenta de acuerdo con las disposiciones de carácter general aplicables a las Emisoras de valores y a otros participantes del mercado por el año terminado el 31 de diciembre de 2003*. S.l.: s.n, 2004.
- GRUPO FÓRMULA, 2020. Mercado y Logros. *Grupo Fórmula*. Disponible en: <https://www.radioformula.com.mx/corporativo-2/>. Acceso: 10 julio 2020.
- GRUPO EMPRESARIAL ÁNGELES. Sectores. *GEA*. Disponible en: <<https://www.grupoempresarialangeles.com/#>>. Acceso: 17 julio 2020.
- GRUPO TELEvisa. Informe anual que se presenta de acuerdo con la circular 11-33 de la Comisión Nacional Bancaria y de Valores, por el año terminado el 31 de diciembre de 2001. México: Grupo Televisa, 2002.
- GRUPO TELEvisa. Televisa concluye la venta de su participación en Sistema Radiópolis. *Televisa Relación con Inversionistas*. Disponible en: <<http://www.televisair.com/~media/Files/T/Televisa-IR/PR/200702-tv-press-release-esp.pdf>>. Acceso: 10 jul. 2020.
- GRUPO RADIO CENTRO. *Reporte anual*. S.l.: s.n., 2018.
- [IFT] INSTITUTO FEDERAL DE TELECOMUNICACIONES. *El Instituto Federal de Telecomunicaciones concluye la revisión de los títulos de concesión vigentes y crea el Registro Público de Concesiones de Servicios de Telecomunicaciones y Radiodifusión*. Disponible en: <<http://www.ift.org.mx/sites/default/files/comunicacion-y-medios/comunicados-ift/comunicado-ift-titulos-de-concesion-2014-1.pdf>>. Acceso: 6 dic. 2014.
- [IFT] INSTITUTO FEDERAL DE TELECOMUNICACIONES. Estructura accionaria. *Instituto Federal de Telecomunicaciones | Registro Público de Concesiones*. Disponible en: <<http://ucswb.ift.org.mx/vrhc/>>. Acceso: 6 non. 2016.
- [IFT] INSTITUTO FEDERAL DE TELECOMUNICACIONES. *Anuario Estadístico 2019*. S.l.: Instituto Federal de Telecomunicaciones, 2019. Disponible en: <http://www.ift.org.mx/sites/default/files/contenidogeneral/estadisticas/anuario2019_4.pdf>.
- [IFT] INSTITUTO FEDERAL DE TELECOMUNICACIONES. *Estudio de diagnóstico del servicio de radiodifusión sonora en México*. Instituto Federal de Telecomunicaciones, México, 2020. Disponible en: <<http://www.ift.org.mx/sites/default/files/contenidogeneral/competencia-economica/estudiodediagnosticodelservicioderadiodifusionsonora-completo.pdf>>.
- MARX, Karl. *El Capital*. 5ª ed. México: Siglo XXI Editores, 1977. Volumen 1.
- MVS COMUNICACIONES. Acerca de nosotros. *MVS Comunicaciones*. Disponible en: <<https://mvs.com/general.acercade>>. Acceso: 28 junio 2020.
- ORGANIZACIÓN EDITORIAL MEXICANA. OEM - Divisiones de negocio. *Organización Editorial Mexicana*. Disponible en: <<https://www.oem.com.mx/oem/divisiones-negocio.html>>. Acceso: 28 jun. 2020.
- ROMO, Cristina. *Ondas, canales y mensajes. Un perfil de la Radio en México*. 1ª reimp. Guadalajara: Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente (ITESO), 1993.
- SÁNCHEZ RUIZ, Enrique. Los medios de difusión masiva y la centralización en México. *Mexican Studies/Estudios Mexicanos*, Berkeley, vol. 4, no. 1, pp. 25-54, 1988.
- [SCT] SECRETARÍA DE COMUNICACIONES Y TRANSPORTES. Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión. *Diario Oficial de la Federación*. Vespertina. México, 14 julio 2014. pp. 2-95. Disponible en: <https://www.dof.gob.mx/nota_to_imagen_fs.php?codnota=5352323&fecha=14/07/2014&cod_diario=259422>.
- SALAS VARGAS, Guillermo. La industria de la radiodifusión ante el reto de la globalización. In: _____. *Los medios públicos de comunicación en el marco de la reforma del Estado en México*. 2ª ed. México: Cámara de Diputados, 2000. pp. 129-133.
- SOSA PLATA, Gabriel. Grupos, cadenas y alianzas estratégicas en la radio. *Revista Mexicana de Comunicación*, México, no. 45, pp. 24-28, sep-oct, 1997.
- SOSA PLATA, Gabriel. Radio: apertura política, mismos oligopolios. Crisol de expresiones. *Revista Mexicana de Comunicación*, vol. 16, no. 83, pp. 23-31, sep-oct, 2003.
- SOSA PLATA, Gabriel. Los nuevos empresarios de la radio. *Sin Embargo*. Disponible en: <<https://www.sinembargo.mx/12-12-2017/3361826>>. Acceso: 9 jul. 2020.
- SOSA PLATA, Gabriel. y RODRÍGUEZ, Perla Oliva. La radio en México. In: MERAYO PÉREZ, Arturo (coord.). *La radio en Iberoamérica. Evolución, diagnóstico y perspectiva*. Sevilla: Comunicación Social Ediciones y Publicaciones, 2007, pp. 245-287.





O IMPEACHMENT DE DILMA NO G1 E NO NEXO: DA VOCAÇÃO À PADRONIZAÇÃO DO JORNALISMO

THE IMPEACHMENT OF DILMA ON G1 AND NEXO: FROM VOCATION TO
STANDARDIZATION OF JOURNALISM

LA DESTITUCIÓN DE DILMA EN G1 Y NEXO: DE LA VOCACIÓN A LA
PADRONIZACIÓN DEL PERIODISMO

Beatriz Becker

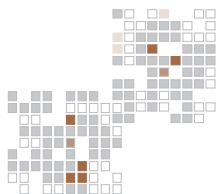
■ Pós-Doutora pela Goldsmiths University of London e pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo. Professora Associada do PPGCOM/ECO/UFRJ e do Departamento de Expressão e Linguagens da Escola de Comunicação da UFRJ. Autora de *Televisão e Telejornalismo: Transições* (2016); *Pensando e Fazendo o Jornalismo Audiovisual* (2012); *A Linguagem do Telejornal* (2005) e coautora de *Pantanal: A Reinvenção da Telenovela*.

■ E-mail: beatrizbecker@uol.com.br

Igor Waltz

■ Doutorando do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal do Rio de Janeiro (PPGCOM-UFRJ), bolsista CAPES, jornalista e membro do Grupo de Pesquisa Mídia, Jornalismo Audiovisual e Educação (MJAE).

■ E-mail: igor.waltz2@gmail.com



RESUMO

As práticas jornalísticas sofrem intensas reconfigurações diante da paisagem digital. Mas o jornalismo continua a se constituir como lugar privilegiado de enunciação da verdade sobre a experiência social, tanto nas mídias tradicionais quanto nas startups. A partir de uma análise comparativa da cobertura jornalística do impeachment da presidente Dilma Rousseff na Câmara dos Deputados pelo G1 e pelo Nexo Jornal, amparada em contribuições de estudos de Enquadramento e da Análise do Discurso, este estudo aponta que não há rupturas significativas nas estruturas narrativas das notícias sobre relevantes acontecimentos políticos e há um acirramento da relação entre regimes e efeitos verdade nos modelos discursivos jornalísticos na atualidade.

PALAVRAS-CHAVE: DISCURSO JORNALÍSTICO; IMPEACHMENT DE DILMA ROUSSEFF; DESAFIOS DO JORNALISMO; STARTUPS.

ABSTRACT

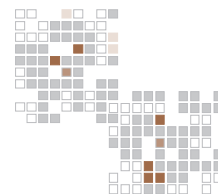
Journalistic practices suffer intense reconfigurations in the digital landscape. Nevertheless, journalism continues to be a privileged place of enunciation of the truth about social experience, both in traditional media and in startups. From a comparative analysis of the coverage of the impeachment of President Dilma Rousseff in the Chamber of Deputies by the G1 and Nexo Jornal, supported by contributions from Framework Studies and Discourse Analysis, this study points out that there are no significant ruptures in the narrative structures of the news about relevant political events. There is also a deepening of the relationship between regimes of truth and truth effects in today's discursive models of journalism.

KEYWORDS: KEYWORDS: JOURNALISTIC DISCOURSE; IMPEACHMENT OF DILMA ROUSSEFF; CHALLENGES OF JOURNALISM; STARTUPS.

RESUMEN

Las prácticas periodísticas sufren intensas reconfiguraciones ante el paisaje digital. Pero el periodismo sigue constituyendo un lugar privilegiado de enunciación de la verdad sobre la experiencia social, tanto en los medios tradicionales y en las startups. A partir de un análisis comparativo de la cobertura periodística del destitución de presidenta Dilma Rousseff en la Cámara de Diputados por el G1 y el Nexo Jornal, amparada en contribuciones de estudios de Encuadramiento y del Análisis del Discurso, este estudio apunta que no hay rupturas significativas en las estructuras narrativas de las noticias sobre relevantes acontecimientos políticos y un agravamiento de la relación entre regímenes y efectos de verdad en los modelos discursivos periodísticos en la actualidad.

PALABRAS CLAVE: DISCURSO JORNALÍSTICO; DESTITUCIÓN DE DILMA ROUSSEFF; DESAFÍOS DEL PERIODISMO; STARTUPS.



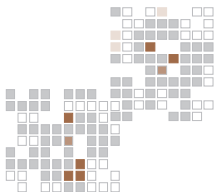
1. Repensando o Jornalismo Contemporâneo

O poder da imprensa de massa cresceu no século XX, amparado na máxima de que o jornalismo era fundamental para a democracia, fornecendo aos cidadãos informações confiáveis (KOVACH e ROSENSTIEL, 2004). Entretanto, a ideia de que a imprensa decide que tipo de notícia o público deve saber e o que o cidadão precisa e quer para poder se autogovernar não mais define bem o papel social do jornalismo no século XXI. Na mutante paisagem digital, a maior participação das audiências e o aumento de suas formas de acesso à informação noticiosa desafiam cada vez mais teorias normativas que definiram o jornalismo, como bastião da liberdade, instrumento de vigilância e de monitoramento dos poderes institucionais, cão de guarda, representação do interesse público e/ou quarto poder. Hoje, o jornalismo deve ser investigado e compreendido como uma das muitas formas de produção de conhecimento em uma ecologia informacional expandida na atualidade e como uma atividade cada vez menos especializada, uma vez que a produção de conteúdos é realizada por diferentes indivíduos e instituições e direcionada a espaços culturais e nichos específicos (PETERS; BROERSMA, 2017; REICH; GODLER, 2017).

Neste contexto, a imprensa perde o poder de representar a opinião pública e a onipotência dos jornalistas torna-se um mito (NEVEAU, 2006). O jornalismo tem uma forte simbiose com o campo político e desfruta de uma expressiva autonomia, mas os recursos dos jornalistas são insuficientes para intervir na lógica do mercado. O incremento dos imperativos comerciais nos grupos de mídia fragiliza a autonomia do trabalho jornalístico. A busca da rentabilidade máxima redefine a prática jornalística, são concedidas prioridade a determinadas editorias para maximizar as audiências com fortes conteúdos emocionais, anedóticos e

sensacionalistas, *soft news* e publicações sobre saúde, lazer e consumo. O Público-alvo passa a ser definido por estilo de vida ou de consumo e a sua conquista produz padronização e estetização das mensagens, engendradas na busca do emocional e do sensacional e orientadas para a busca da felicidade privada. Jornalistas e não jornalistas estabelecem cada vez mais um envolvimento personalizado e afetivo com as notícias (DEUZE; WITSCHGE, 2017). Assim, a autoridade do jornalista como autor das histórias do cotidiano é diluída e ele se torna um amigo ou conselheiro das audiências.

O papel dos jornalistas na produção de conteúdo informativo ainda é desafiado pelos algoritmos, os quais “cruzam as preferências individuais dos usuários e reduzem o espaço para a diversidade de pontos de vista e a alteridade” (BARSOTTI; AGUIAR, 2017, p. 7). Porém, se o jornalista não detém mais o poder exclusivo de decidir o que é informação noticiosa, sua atividade ainda está bastante envolvida na verificação dos fatos. Ele precisa checar se um conteúdo noticioso é confiável e deve fornecer às audiências as condições para que interpretem e analisem as informações, convertendo-se em uma espécie de moderador de discussões para um público que não exerce apenas o papel de consumidor, mas atua também como produtor de conteúdo informativo (KOVACH; ROSENSTIEL, 2004), especialmente frente a superabundância de informações e a intensificação das *fake news*. A motivação de caráter social que pressupõe a oferta de informações confiáveis aos cidadãos, colaborando para o exercício da cidadania e a democracia, ainda existe na atividade jornalística. Mas, o Jornalismo perde a sua centralidade em decorrência da mercantilização dos processos de comunicação midiáticos e de modelos de negócio que priorizam a rentabilidade em detrimento do conteúdo. Interesses econômicos e políticos intervêm cada vez mais



nos enquadramentos e na credibilidade de notícias, refratado em métricas e na precariedade das condições de trabalho dos jornalistas.

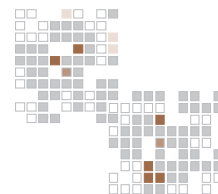
Curran, Fenton e Des Freedman (2012) argumentam que há um mito do poder da internet de rejuvenescer a democracia e promover maior entendimento e diálogo entre os povos, sugerindo que esta é uma perspectiva por demais centrada no poder tecnológico. De fato, as redes sociais, os dispositivos técnicos e as múltiplas plataformas fazem emergir uma nova economia da informação que se recoloca no lugar de grandes indústrias tradicionais. Porém, os níveis de competitividade das grandes corporações e das *startups*, aqui compreendidas como empreendimentos nascentes e inovadores vinculados tanto ao individualismo econômico quanto à busca por autonomia para produzir relatos jornalísticos (BECKER; WALTZ, 2017), são diferentes e desiguais. As tecnologias digitais reduzem os custos de distribuição e permitem produzir com baixos custos serviços e produtos destinados a nichos de mercado não atendidos no mercado global. A internet afeta a coleta de dados, a interação entre produtores e consumidores, a configuração do mercado, o volume e a velocidade das operações financeiras globais e a natureza dos negócios de comunicação, mas também faz emergir grandes corporações (Idem).

Contudo, pensar o papel social do jornalismo na atualidade e, especialmente o porquê de suas estruturas discursivas sofrem poucas mudanças no ambiente convergente, exige mais do que focalizar o desenvolvimento de tecnologias digitais e seus efeitos na produção e consumo de notícias. Os discursos das mídias tradicionais, das organizações independentes e das audiências são distintos e coexistem no cenário midiático contemporâneo. Porém, as suas enunciações sobre histórias da realidade cotidiana ou as suas formas de organização textual e de produção

de significações de experiências da vida social, baseadas na premissa do relato da verdade¹ dos fatos, nem sempre contribuem para abordagens mais diversas e plurais dos acontecimentos. Os estudos de diferentes formas de consumo e acesso às notícias, bem como os de características de conteúdos e formatos jornalísticos distribuídos na rede ou ainda aqueles que privilegiam a investigação das rotinas produtivas não solucionam tensões imbricadas no jornalismo como lugar privilegiado de enunciação da verdade. Tampouco a superação pela academia da compreensão dos critérios de noticiabilidade, exclusivamente, como elementos pelos quais a empresa jornalística controla e administra a quantidade e o tipo de acontecimento que será noticiado (SILVA, 2014a), serve de auxílio para entender porque os relatos jornalísticos e suas estruturas discursivas não sofrem alterações significativas na atualidade. Estudos de jornalismo têm investigado e sistematizado critérios que os jornalistas utilizam para identificar se um evento é noticiável ou não, mas carecem de um corpo de princípios integrados e articulados que poderiam conferir a essas investigações possibilidades de se tornarem teorias e de tornar concepções sobre a seleção de notícias menos engessadas (FRANCISCATO, 2014; SILVA, 2014b).

A observação das escolhas dos usuários e de atuações de diferentes comunidades interpretativas permitem avaliar de que modo as notícias e o jornalismo preenchem a expectativa dos cidadãos, oferecem pistas para compreender as relações estabelecidas entre as notícias e as pessoas,

1 A verdade é aqui entendida não como uma meta a ser alcançada ou reflexo da realidade objetiva, seguindo a concepção vulgar do positivismo, mas como uma apropriação simbólica da realidade. Esta perspectiva reconhece a dimensão subjetiva da práxis jornalística.



e, conseqüentemente, o valor do jornalismo para a sociedade na atualidade. Esses estudos demandam aos pesquisadores pensar as finalidades do jornalismo a partir dos hábitos de leitura dos cidadãos, uma vez que há um hiato cada vez maior entre as notícias que interessam às empresas produtoras de conteúdo e as notícias que despertam o interesse dos leitores (BENETTI; REGINATO, 2017; BOCZKOWSKI; MITCHELSTEIN, 2013). Entretanto, uma compreensão mais ampla das complexidades e contradições do jornalismo contemporâneo e dos modos como as suas estruturas discursivas se organizam só pode ser apreendida, por meio de uma abordagem interdisciplinar. O jornalismo não é um campo isolado das demais práticas socioeconômicas, políticas e culturais e a sua posição social nunca é completamente uniforme em lugar nenhum, muda no tempo e no espaço (ZELIZER, 2004; GROTH, 2011).

Nesse sentido, precisamos de um novo olhar para o jornalismo na era digital, observando menos a sua relevância social como um fenômeno estável e prestando atenção às suas transformações, aos novos atores sociais, novas práticas e impactos da produção noticiosa em contextos variáveis (DEUZE, WITSCHGE, 2017). Há necessidade ainda de uma renovação de parâmetros teórico-metodológicos nas pesquisas em jornalismo, embora nem sempre seja possível trabalhar com o cruzamento de distintas abordagens e dimensões da atividade jornalística nas investigações que tomam o jornalismo como objeto de estudo. Cientes de que olhamos parte do problema, nos resta menos risco e mais consistência para tentarmos avançar, considerando que as reavaliações do campo e da profissão podem contribuir para os seus aperfeiçoamentos (GROTH, 2011). Afinal, tentar pensar e colaborar para a reformulação desses debates não significa dispor de boas respostas, mas entender que melhores perguntas podem ser feitas (NEVEAU, 2006).

Em um momento que os modos de produção,

distribuição e consumo de informações jornalísticas sofrem expressivas reconfigurações, indagamos por que não há, necessariamente, rupturas nos modelos discursivos de construção dos acontecimentos ou nos modos como a estrutura narrativa das notícias se organiza, tanto nos veículos tradicionais quanto nas *startups* na atualidade. Para responder a esta questão realizamos uma análise comparativa da cobertura jornalística do *impeachment* da presidente Dilma Rousseff na Câmara dos Deputados produzida por dois veículos nativos dos meios digitais: o *G1*², representando a mídia tradicional, e o *Nexo Jornal*³, reconhecida e premiada *startup* jornalística. Assim, buscamos identificar semelhanças e distanciamentos entre as maneiras da mídia tradicional e de *startups* jornalísticas construir esse relevante acontecimento político na história do Brasil contemporâneo.

2. Enquadramentos e construção de sentidos do *impeachment* de Dilma Rousseff no *Nexo* e no *G1*

O processo do *impeachment* de Dilma Rousseff foi iniciado em dezembro de 2015, pouco menos de um ano do segundo mandato da presidente, com base em supostos desrespeitos à lei orçamentária, “pedaladas fiscais”. Porém, o clima político também foi influenciado pela Operação Lava Jato, conjunto de investigações da Polícia Federal e do Ministério Público que apurou casos de corrupção e lavagem de dinheiro. A presidente,

2 O portal G1 é a maior holding de mídia da América Latina e uma das 20 maiores do mundo e agrega conteúdos de outros veículos jornalísticos do mesmo grupo. Disponível em: <http://g1.globo.com/economia/midia-e-marketing/noticia/2016/09/g1-completa-10-anos.html>. Acesso em 18 nov. 2017.

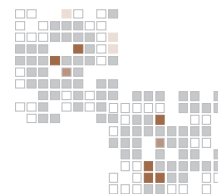
3 O *Nexo Jornal* revela preocupação em explicar e contextualizar os fatos e estabelecer em seus relatos conexões entre diferentes fatores inter-relacionados na conflagração dos acontecimentos. Disponível em: <https://www.nexojornal.com.br/expresso/2017/10/09/Qual-o-significado-do-pr%C3%A0mio-recebido-pelo-Nexo-para-o-jornalismo-no-Brasil>. Acesso em 15 jan. 2018.

afastada em definitivo em agosto de 2016, foi a segunda mandatária impedida no país desde a retomada da democracia. Apesar do cenário de excepcionalidade, veículos hegemônicos de mídia trataram o caso como um evento ordinário na política nacional. Para Rizzoto *et. al.* (2017), os relatos jornalísticos reduziram o evento a uma mera disputa maniqueísta entre dois polos e não ofereceram interpretações mais aprofundadas ao público. Vizeu *et. al.* (2018), por sua vez, argumentam que a mídia de massa ajudou a legitimar a cassação da presidente, fazendo reverberar enquadramentos e opiniões contrárias à manutenção de Dilma no poder. Coelho e Oliveira (2018) ressaltam ainda que a cobertura midiática invocou disputa de sentidos acerca do processo de *impeachment* nas redes sociais e suscitou leituras emocionais, especialmente manifestações raivosas e reativas. Inferimos, entretanto, se as *startups* jornalísticas promoveram enquadramentos mais diversos e leituras mais plurais do *impeachment* de Dilma Rousseff, ou privilegiaram as mesmas estruturas textuais e significações sobre este importante acontecimento político, por meio de uma análise comparativa das enunciações sobre esse acontecimento construídas pelo G1 e pelo Nexo Jornal. A coleta das matérias foi realizada por meio da busca pelas palavras-chave “Dilma”, “*impeachment*” e “Câmara” nos sites dos dois veículos, entre 10 a 24 de abril de 2016 - sete dias antes e sete dias após a votação para abertura do processo, em 17 de abril. Para analisar esse material jornalístico sobre o *impeachment* de ambos os veículos, propomos a convergência de duas ferramentas metodológicas: o *Framing Analysis* (Análise de Enquadramento) e a Análise do Discurso (AD), buscado desvelar tensões e inter-relações entre os campos jornalístico, midiático e político.

A partir das contribuições de Goffman (2012), a Análise do Enquadramento tem sido empregada nas ciências sociais como um instrumento

de análise das interações sociais e dos modos como os indivíduos e as organizações constroem marcos interpretativos que conferem sentido à realidade social. Na produção, circulação e apropriações dos discursos jornalísticos, os quadros operam por meio de expedientes de seleção, exclusão e ênfase de determinados aspectos e informações sobre os acontecimentos sociais (ENTMAN, 1993; PORTO, 2004; ROTHBERG, 2010). O Enquadramento aproxima-se da Análise do Discurso (AD), pois permite desvelar nos textos como se manifestam a construção dos sentidos, identidades e valores, bem como identificar as vozes presentes e ausentes no texto. A AD leva em consideração o caráter dialético dos discursos e os sentidos das enunciações resultam de vínculos e interações socioculturais entre quem produz e interpreta as mensagens (PINTO, 1999). Esta troca discursiva, como sublinha Charaudeau (2010), se dá em um contexto de co-intencionalidade, restrito às condições da situação comunicativa. O reconhecimento dessas restrições conforma um “acordo tácito” prévio entre os sujeitos envolvidos no ato de comunicação, uma vez que todo discurso depende de uma série de condições específicas que geram um quadro de referência comum entre os interlocutores. As características discursivas decorrentes de uma determinada situação de comunicação estão envolvidas no conceito de contrato de comunicação, cunhado por Charaudeau (2010), que estabelece um forte paralelo com a Análise de Enquadramento proposta por Goffman (2012) e Entman (1991). Esses autores também compreendem a situação de comunicação (ou situação interativa) como um palco que conforma a ação dos sujeitos dentro de limites temporais, espaciais e hierárquicos.

Inspirados nesses marcos teórico-metodológicos, sobretudo nas contribuições de Pinto (1999), Charaudeau (2010) e Entman (1993), foram elaboradas e aplicadas cinco categorias na análise dos modos como a abertura do processo de im-



peachment de Dilma Rousseff na Câmara dos Deputados foi construída no *Nexo Jornal* e no *Portal G1*. São elas:

1. *Tamanho da Amostra*, que nos oferece possibilidade de dimensionar a relevância da cobertura e seu destaque no fluxo noticioso, examinando o volume de material produzido e a variedade de formatos noticiosos empregados;

2. *Estrutura Textual, Códigos de Linguagem e Suporte*, que viabiliza a identificação de características dos textos verbais, radiofônicos, audiovisuais ou multimídia;

3. *Descrição e Designação*, que torna possível inferir não apenas o tratamento dado aos textos estudados, mas também as motivações das enunciações;

4. *Vozes do Discurso e Relações do Sujeito Enunciador e Interlocutores*, que indica as relações que se estabelecem no texto entre sujeitos sociais e

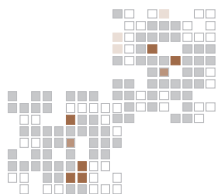
como se constituem por meio do discurso; e

5. *Modos de Dizer e Produção de Sentidos*, que nos auxilia a desvelar relações estabelecidas nos discursos com outros textos (*Intertextualidade*), escolhas de vocabulário, que tendem a rotular acontecimentos e pessoas, gerando determinados ajuizamentos, críticas e qualificações (*Categorização, avaliação moral e atribuição de valores*) e linguagens, formatos e abordagens dos acontecimentos que geram rupturas e continuidades nos relatos jornalísticos (*Disrupções e conservações*). A partir da aplicação destas cinco categorias, identificamos aproximações e distanciamentos de enquadramentos e de estratégias discursivas entre o G1 e o *Nexo Jornal*.

A síntese da análise da cobertura jornalística realizada pelo G1 e pelo *Nexo Jornal* é apresentada abaixo no Quadro 1.

Quadro 1. Características das coberturas do G1 e do *Nexo*

Categorias	<i>G1</i>	<i>Nexo</i>
Tamanho da Amostra (10 a 24 de abril de 2016)	Total de 605 matérias, 209 da própria equipe do <i>G1</i> e de agências de notícias, a maioria na editoria Política. Veiculados 27 conteúdos na seção Vídeos; 165 nas páginas dos telejornais da <i>TV Globo</i> e <i>Globonews</i> ; 204 nas edições regionais do <i>G1</i> .	Total de 60 matérias, 46 na seção Expresso; 3 em Gráficos, 2 em Entrevistas, 2 em Especial (reportagens mais longas e multimídia), 1 em Vídeos e 1 em Interativo.
Estrutura Textual, Códigos de Linguagem e Suporte	Hiperlinks ligando reportagens produzidas pelo veículo e materiais institucionais complementares; emprego de imagens fixas e em movimento de baixa qualidade, produzidas com celular; sinergia com outras empresas do Grupo Globo e reaproveitamento de fotografias e vídeos em várias matérias. Tímido uso de recursos interativos e infografias.	Hiperlinks ligando matérias produzidas pelo veículo e por outros meios (<i>Folha, Estadão, UOL</i> , etc.); emprego de vídeos e forte presença de infográficos para ilustrar informações numéricas; fotografias produzidas por fotógrafos de agências de notícias, com alta qualidade, retratando personagens da cena política em atitudes indiferentes à câmera.



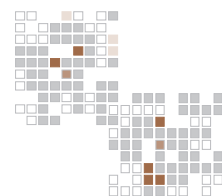
Descrição e Designação	Ênfase na posição de narrador privilegiado dos acontecimentos. Cobertura em tempo real no Congresso e nos estados. Relato descritivo e pouco crítico.	Ênfase na contextualização e explicação dos acontecimentos. Procura responder presumidos questionamentos e perguntas do público.
Vozes do Discurso e Relações do Sujeito Enunciador e Interlocutores	Distanciamento do leitor. Espaço equilibrado entre políticos e manifestantes pró e contra o <i>impeachment</i> , mas com ênfase na violência e nos transtornos causados por movimentos sindicais e sociais apoiadores de Dilma. Nenhuma concessão à voz dos cidadãos.	Interpelação direta do leitor, por meio do pronome de tratamento você. Tom professoral e didático. Espaço para especialistas acadêmicos (cientistas políticos, estatísticos, economistas e sociólogos). Pouca concessão à voz do cidadão.
Modos de Dizer Produção de Sentidos	Cobertura pouco inovadora em relação a formatos, conteúdos e linguagens. Tratamento do acontecimento semelhante aos demais veículos do mesmo grupo empresarial. Cobertura factual, pouco interpretativa e com grande volume de material “redundante”.	Enfatiza a contextualização do acontecimento. Investe em um relato jornalístico amparado na produção acadêmica; na visualização de dados; e na construção de um discurso de proximidade e intimidade com o público. Mas há ausência da voz do cidadão. A pouca apuração de informações novas e a dependência da cobertura de grandes veículos contribui para reprodução de enquadramentos e discursos.

Fonte: autoria própria

As características de ambos os veículos e de suas narrativas evidenciaram diferenças quantitativas e qualitativas, mas também revelaram muitas aproximações. Este estudo permitiu evidenciar posicionamentos que promovem categorizações e avaliações morais. Um exemplo foi a forma como o vazamento de um áudio do então vice-Presidente Michel Temer, antes da votação, no qual ele discursa como se o *impeachment* já tivesse sido aprovado. O *G1* tratou o acontecimento como uma “gafe” ou “descuido” minimizando questionamentos éticos ou até mesmo possíveis denúncias de “conspiração”. O *Nexo* não tratou esta atitude de Temer como uma gafe, mas não conferiu destaque a este fato. As enunciações do

G1 reproduziram abordagens do acontecimento semelhantes aos demais meios que formam o maior grupo empresarial de mídia tradicional do país. Houve pouca inovação na exploração de potencialidades de recursos interativos e infografias. A convergência produtiva do *G1* gerou um grande volume de material sobre o *impeachment*, quase dez vezes maior do que o *Nexo*, mas direcionado à cobertura factual e com informações redundantes.

O *Nexo* investiu em notícias mais contextualizadas e na explicação dos acontecimentos na contramão de discursos passionais e polarizados que circulavam nas redes, porém, expressou tanto inovações quanto conservações em suas estra-



tégias discursivas. Tal *startup* buscou promover reflexões sobre o acontecimento com a construção de relatos jornalísticos que incorporam contribuições de especialistas, mas seu conteúdo noticioso foi baseado em fontes, reportagens e entrevistas de outros veículos jornalísticos de grandes organizações midiáticas do país.

A ausência de vozes de cidadãos, em grande parte da cobertura do Nexo, nos permite considerar que as inovações propostas pelo jornal digital esbarraram em algumas limitações e repercutiram enquadramentos e discursos produzidos pela mídia hegemônica. O Nexo tem maior potência e flexibilidade para experimentar formatos e códigos mais inovadores justamente por ser uma *startup*. Entretanto, o estudo realizado indicou que esses recursos são mais empregados na busca da reaproximação com públicos dispersos na rede do que em práticas e estruturas discursivas jornalísticas disruptivas.

Certos códigos jornalísticos são partilhados por aqueles que produzem a notícia, tanto na mídia tradicional, representada pelo G1, quanto pelas organizações independentes, exemplificadas pelo Nexo Jornal. Esta pesquisa, porém, evidencia a cristalização de determinados procedimentos discursivos e a ausência de diversidade de vozes sociais nos relatos jornalísticos de ambos os sites. Os textos analisados seguem uma fórmula específica, como se fossem resultados puros da constatação da realidade. A partir desta investigação, foi possível verificar que um problema da prática discursiva do jornalismo na atualidade é o padrão da organização textual. A maneira convencional e identificada como sendo a forma narrativa “correta” de revelar a verdade, tanto por quem produz quanto por quem consome a notícia. Este modelo que constitui a si o lugar da enunciação da verdade é uma estratégia que busca o reconhecimento por parte do público da verdade pretendida pelo jornalista. No entanto, no contexto da pós-verdade, marcado por signi-

ficativo descrédito nas instituições tradicionais, como os sistemas político e midiático e por uma valorização maior de crenças, opiniões e vínculos emocionais com notícias do que dos fatos, esta estrutura narrativa tanto é incorporada na produção de informações falsas para angariar confiabilidade quanto desperta rejeições em enunciações jornalísticas circunscritas ao jornalismo declaratório (BECKER; GOES, 2020). Contudo, por meio de um conjunto de técnicas jornalísticas, o tratamento dos fatos em formações discursivas padronizadas tende a se intensificar na abordagem de acontecimentos políticos.

Hoje, diante do desenvolvimento e dos usos de tecnologias digitais, o jornalismo disputa sua posição de historiador do presente com outras vozes nas redes. Porém, os meios de comunicação tendem a produzir abordagens conservadoras e/ou maniqueístas e a pretensão do jornalismo de ser um discurso mais verdadeiro que outros se manifesta de maneira ainda mais expressiva com o intuito de manter a sua centralidade. Esta análise dos relatos jornalísticos do G1 e do Nexo Jornal sobre o *impeachment* de Dilma Rousseff evidencia que as coberturas jornalísticas de ambos os veículos estudados buscaram mais efeitos de verdade do que a verdade em seus relatos jornalísticos sobre este acontecimento. O valor de verdade se relaciona à evidência e o efeito de verdade à convicção que emerge da subjetividade do sujeito em sua relação com o mundo, a partir de textos portadores de julgamentos, criando adesões e normas de reconhecimento do mundo (CHARAUDEAU, 2010). A passagem da crença para o saber exige comprovação, por meio de sistemas de aferição da verdade ou de sistemas de valores de verdade (Idem)⁴. No entanto, ainda

4 A relação do jornalismo com a transformação da realidade implica um processo contínuo de busca e cruzamento de informações contraditórias e de perspectivas distintas no relato dos fatos sociais, para além da aplicação de um conjunto de técnicas de saber dizer e comentar o mundo utilizadas para construir um dizer “verdadeiro”.

que provas e testemunhos tenham sido utilizadas pelo *G1* e pelo *Nexo Jornal* para atribuir valores de verdade às suas práticas discursivas, este estudo aponta que há um acirramento da relação dos regimes de verdade e dos efeitos de verdade nas interações entre o jornalismo e o público na atualidade.

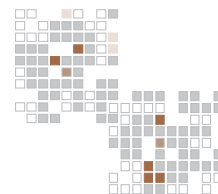
3. Considerações Finais

O jornalismo procura revelar aspectos da realidade que outras formas não conseguem tornar visíveis, é um lugar de partilha e de reverberação de valores e saberes, uma prática que influencia e é influenciada pela sociedade, um sistema que possui regras próprias, linguagem específica e se constitui como lugar de disputas de sentidos. Embora a veracidade das notícias possa ser reconhecida somente a partir da interpretação, a verdade associada à credibilidade ou à confiança que a audiência deposita nos produtos jornalísticos, resulta em grande medida da vontade e das habilidades dos jornalistas de lidarem com recursos de linguagem próprios do campo e com os códigos culturais que traduzem suas premissas.

A vocação do jornalismo sempre foi justificada por tornar público o que seria desconhecido, fomentando a cidadania e democracia. Entretanto, o jornalismo sempre se definiu também por uma lógica comercial, em uma economia neoliberal de concorrência com outras fontes desse tipo de saber e não como uma ação filantrópica, uma vez que os relatos jornalísticos se referem a acontecimentos do espaço público político e civil e nem sempre estão isentos de posições ideológicas. Contudo, essa contradição da prática discursiva jornalística é ainda mais acentuada na atualidade. A concorrência de mercado se torna cada vez mais intensa e o imperativo de captação do público faz com que a imprensa recorra à sedução das audiências de maneira ainda mais evidente, o que nem sempre atende às exigências da credibilidade que cabe ao jornalismo no serviço que

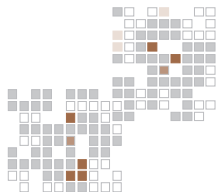
presta à sociedade. Assim, há um desequilíbrio entre o valor verdade e o efeito de verdade no discurso jornalístico que tende a se sobrepor a sua própria natureza e desafia a legitimação desse saber específico. A política é tratada como se os fatos falassem por si, sugerindo imparcialidade, mas os discursos jornalísticos contemporâneos investem cada vez mais na conversação intimista, o que nem sempre resulta em uma contextualização dos conflitos e contradições da vida social e em uma aproximação efetiva do mundo real. Além disso, muitas opiniões e argumentações se repetem, especialmente das autoridades em detrimento de vozes populares.

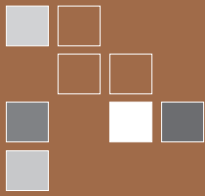
Impõe-se ao discurso jornalístico contemporâneo, empenho em formulações e conteúdos abertos às críticas e ao diálogo entre produção e recepção, como uma resistência à degradação do valor imaterial do jornalismo. Este estudo sinaliza que não vivemos uma crise da representação do discurso jornalístico na atualidade, porém mais uma mudança na história do exercício da profissão e da disciplina. A análise aqui sistematizada demonstra que o desenvolvimento e uso de tecnologias digitais não garantem que os textos jornalísticos sejam operados como resistência às forças conservadoras e contribuam para mudanças sociais. A autoridade do jornalismo não é gerada, exclusivamente, no interior desse campo de conhecimento, imbricada em relações e interesses econômicos e políticos que há, pelo menos, mais de cem anos intervêm em suas estruturas narrativas. No entanto, em diferentes momentos históricos, a relevância social do jornalismo se manifesta apenas quando os discursos jornalísticos abrem novos horizontes na leitura da vida cotidiana e da política e promovem a inclusão de vozes de atores sociais diversos. De outro modo, relatos jornalísticos da mídia tradicional ou das *startups* não contribuem para a transformação social e servem à estagnação e depreciação do papel social do jornalismo.



Referências

- BARSOTTI, Adriana; AGUIAR, Leonel Azevedo de. A invisibilidade da home page e a mudança nos modos de leituras das notícias. In: Encontro Anual da Compós, 26, 2017, São Paulo. *Anais do Encontro Anual da Compós*, 2017. Disponível em: <http://www.compos.org.br/data/arquivos_2017/trabalhos_arquivo_FIZ9B2A7J51LFFPME-PUG_26_5465_18_02_2017_18_44_07.pdf>. Acesso em 4 fev. 2018.
- BECKER, B. GOES, F. Fake News: uma definição possível entre a reflexão crítica e a experiência jornalística. *Âncora, Revista Latino-americana de Jornalismo*, vol.7, n.7, 2020. Disponível em: <<https://periodicos.ufpb.br/ojs2/index.php/ancora/article/view/47565/31395>>. Acesso em 13 mar. 2021.
- BENETTI, Marcia; REGINATO, Gisele. As finalidades do jornalismo para os leitores: estudo da audiência dos jornais: Folha, Globo, Estádio. In: Encontro Anual da Compós, 26, 2017, São Paulo. *Anais do Encontro Anual da Compós*, 2017. Disponível em: <http://www.compos.org.br/data/arquivos_2017/trabalhos_arquivo_N3X1LJHCH6R-LAXRUFUIU_26_5340_13_02_2017_12_28_41.pdf>. Acesso em 25 jan, 2018.
- BOCZKOWSKI, P. J.; MITSCHELSTEIN, E. *The News Gap*. Cambridge: MIT Press Books, 2013.
- CHARADEAU, Patrick. *Discurso das Mídias*. São Paulo: Contexto, 2010. 2a.ed.
- COELHO, Maria das Graças Pinto; OLIVEIRA, Geilson Fernandes. Impeachment, emoções e conflitos: a emergência da raiva nos comentários da página da revista Veja no Facebook. In *Âncora - Revista Latino-Americana de Jornalismo*, v. 5, p. 127-144, 2018. Disponível em <<http://www.periodicos.ufpb.br/ojs/index.php/ancora/article/view/42866>>. Acesso em 10 jan. 2019.
- CURRAN, James. Reinterpreting the internet. In: JAMES, C.; NATALIE, F.; FREEDMAN (orgs.). *Misunderstanding the internet*. Nova Iorque: Routledge, 2012.
- DEUZE, Mark; WITSCHGE, Tamara. What journalism becomes. In: PETERS, Chris; BROERSMA, Marcel. *Rethinking Journalism Again*. Nova Iorque: Routledge, 2017, p.115-130.
- ENTMAN, Robert M. Framing: Toward clarification of a fractured paradigm. In: *Journal of Communication*. Hoboken: Wiley [USA], v.43, n.4, p.51-58, 1993.
- FRANCISCATO, Carlos Eduardo. Limites teóricos e metodológicos nos estudos sobre noticiabilidade. In: SILVA, G.; SILVA, M. P.; FERNANDES, M.L. (orgs). *Crítérios de Noticiabilidade: Problemas conceituais e aplicações*. Florianópolis: Insular, 2014, p. 85-113.
- GOFFMAN, Erving. *Os quadros da experiência social: Uma perspectiva de análise*. Petrópolis: Vozes, 2012.
- GROTH, Otto. *Poder Cultural Desconhecido: Fundamentos da Ciência dos Jornais*. Petrópolis, RJ: Vozes, 2011.
- KOVACK, Tom; ROSENSTIEL, B. *Os Elementos do Jornalismo*. São Paulo: Geração Editorial, 2004.
- NEVEU, Erick. *Sociologia do Jornalismo*. São Paulo: Edições Loyola, 2006.
- PETERS, Chris; BROERSMA, Marcel. *Rethinking Journalism Again*. Nova Iorque: Routledge, 2017.
- PINTO, Milton José. *Comunicação e discurso: Introdução à análise do discurso*. São Paulo: Hacker, 1999.
- PORTO, Mauro P. Enquadramentos da mídia e política. In: RUBIM, Antonio Albino Canelas (org.) *Comunicação e política: Conceitos e abordagens*. São Paulo: Unesp; Salvador: Edufba, 2004.
- REICH, Zevi; GODLER, Igal. The disruption of journalists expertise. In: PETERS, Chris; BROERSMA, Marcel (orgs). *Rethinking Journalism Again*. Nova Iorque: Routledge, 2017, p. 64-80.
- RIZZOTTO, C.; PRUDENCIO, K. SAMPAIO, R. C. Tudo normal: a despolitização no enquadramento multimodal da cobertura do impeachment de Dilma Rousseff. In *Revista Comunicação e Sociedade*, v. 39, n. 3, p. 111-130, 2017. Disponível em <<https://www.metodista.br/revistas/revistas-ims/index.php/CSO/article/view/7843/6103>>. Acesso em 10 jan. 2019.
- ROTHBERG, Danilo. O conceito de enquadramento e sua contribuição à crítica de mídia. In.: CHRISTOFOLETTI, Rogério (org.). *Vitrine e vidraça: Crítica de mídia e qualidade no jornalismo*. Coviilhã: LabCom, 2010.
- SILVA, Gislene. Para pensar os critérios de noticiabilidade. In: SILVA, G.; SILVA, M. P.; FERNANDES, M.L. (orgs). *Crítérios de Noticiabilidade. Problemas conceituais e aplicações*. Florianópolis: Insular, 2014a, p.51-69.
- SILVA, Marcos Paulo da. Seleção noticiosa, critérios de noticiabilidade e valore-notícia. In: SILVA, G.; SILVA, M. P.; FERNANDES, M.L. (orgs). *Crítérios de Noticiabilidade. Problemas conceituais e aplicações*. Florianópolis: Insular, 2014b, p. 71- 83.
- VIZEU, Alfredo; ROCHA, Heitor Costa Lima da; CARDOSO, Lais Cristine Ferreira. O impeachment do jornalismo: clima de opinião e manipulação ideológica no golpe contra Dilma Rousseff. In *Âncora - Revista Latino-Americana de Jornalismo*, v. 5, p. 127-144, 2018. Disponível em <<http://www.periodicos.ufpb.br/ojs/index.php/ancora/article/view/42862>>. Acesso em 10 jan. 2019.
- ZELIZER, B. *Taking Journalism Seriously*. News and the Academy. Thousand Oaks, California: Sage Publications, 2004.





A AMÉRICA LATINA NA COBERTURA NOTICIOSA: UMA ANÁLISE DA EDITORIA MUNDO DOS PORTAIS FOLHA DE S. PAULO E O GLOBO

NEWS COVERAGE ON LATIN AMERICA: AN ANALYSIS OF THE WORLD SECTION IN THE NEWS SITES FOLHA DE S. PAULO AND O GLOBO

AMERICA LATINA EN EL CUBRIMIENTO PERIODÍSTICO: UN ANÁLISIS DE LA EDITORIA MUNDO DE LOS PORTALES FOLHA DE S. PAULO E O GLOBO

Camilla Quesada Tavares

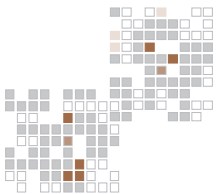
■ Docente da Universidade Federal do Maranhão (UFMA). Doutora em Comunicação pela Universidade Federal Fluminense (UFF). Seus trabalhos mais importantes são: Tavares (2020) e Albuquerque e Tavares (2021).

■ E-mail: camilla.tavares@ufma.br

Marina Michelis de Lima Fernandes

■ Doutoranda no Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro (PUC-Rio).

■ E-mail: marinamichelisfernandes@gmail.com



RESUMO

Este trabalho se propõe a analisar especificamente as notícias que abordam a América Latina na cobertura internacional de dois portais de notícias brasileiros, verificando as características presentes na editoria mundo da Folha de S. Paulo e d'O Globo. A finalidade é compreender como os países latino-americanos aparecem nos periódicos brasileiros. Por meio da análise quantitativa de 1.996 notícias, publicadas entre abril e julho de 2018, verificamos que o número de notícias que abordavam algum país da América Latina foi bem inferior ao total das publicações da editoria de ambos os portais. Constatou-se, ainda, a forte presença de outros países, como os Estados Unidos, por exemplo, que apareceu em mais da metade das notícias coletadas no período.

PALAVRAS-CHAVE: PORTAIS NOTICIOSOS; JORNALISMO INTERNACIONAL; AMÉRICA LATINA; TEMATIZAÇÃO.

ABSTRACT

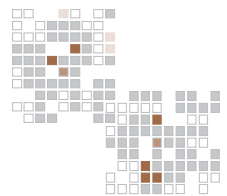
This paper aims to analyze the news addressing Latin America in the international coverage collected from two Brazilian news sites, Folha de S. Paulo and O Globo. For that purpose, we have analyzed the collected material by examining the characteristics which inform the world section in those news sites. The main objective is to understand how Latin American countries are presented by Brazilian journalistic sites. As a result, we found that the number of publications addressing Latin American countries was quite inferior in contrast to the total amount of news posted within the World section, in both sites. That conclusion derived from the quantitative analysis of 1,996 news, collected between April and July 2018. The data analysis also showed a strong appearance rate related to other countries, such as the United States, which were mentioned in more than 50% of the collected material.

KEYWORDS: NEWS PORTALS; INTERNATIONAL JOURNALISM; LATIN AMERICA; THEMATIZATION.

RESUMEN

Este artículo investiga las noticias acerca de países latinoamericanos en el cubrimiento periódico internacional de dos portales brasileños, Folha de S. Paulo y O Globo. Para este propósito el material colectado fue analizado siguiendo los rasgos que daban forma a la sección internacional de aquellos sitios. El fin primordial es comprender cómo los países latinoamericanos son presentados en portales noticiosos brasileños. Una de las mayores descubiertas fue la que la cantidad de publicaciones sobre los países latinoamericanos es más pequeña que el sumatorio total de noticias en los dos portales. Esta conclusión derivó del análisis cuantitativo de 1.996 noticias, colectadas entre Abril y Julio de 2018. El análisis de las informaciones demostró todavía una tasa alta de menciones a otros países, cómo los Estados Unidos de América, recurrente en más de el 50% del material colectado.

PALAVRAS-CLAVE: PORTALES PERIODÍSTICOS; PERIODISMO INTERNACIONAL; AMÉRICA LATINA; TEMATIZACION.



1. Introdução

Este artigo faz uma análise das notícias sobre a América Latina publicadas na editoria mundo de dois veículos jornalísticos brasileiros: Folha de S. Paulo e O Globo. O objetivo é compreender de que maneira essas notícias são apresentadas e qual é o espaço ocupado especificamente pelos países latino-americanos na seção destinada aos acontecimentos globais. Os poucos trabalhos que se dedicaram a compreender o lugar da América Latina na mídia brasileira apontam para um silenciamento desses países. Ou seja, eles aparecem pouco, e quando são pautados, são enquadrados por um viés negativo (Barbosa, 2005; Tavares; Fernandes, 2019). Gutiérrez (2014) complementa que a América Latina seria “*una zona de invisibilidad histórica, desatendida por la historia pero clave para la comprensión de esta región*” (Gutiérrez, 2014, p.208). Outro ponto que vale mencionar são os escassos estudos sobre a cobertura internacional realizada pelos veículos brasileiros.

Partindo da ideia de que o jornalismo é “a janela para o mundo” (Lippmann, 2008) para grande parte da população, investigar como é feita a cobertura da editoria mundo pode nos sinalizar de que maneira parte dos brasileiros é informada sobre a geopolítica internacional. Em acordo com Bomfim (2012), o jornalismo atua como ferramenta de construção social da realidade, na medida em que circula formas de representações simbólicas e relevantes para os indivíduos.

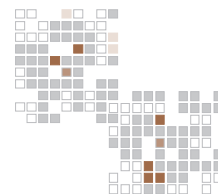
Hoje, os acontecimentos são acompanhados em tempo real, característica bastante evidente que é proporcionada pela internet e pelo fenômeno de midiaticização da sociedade (Hjarvard, 2014). Segundo Adghirni e Moraes (2007), o jornalismo se adapta às funções da rede, que exigem novas configurações ao veicular o conteúdo informativo, influenciando em aspectos como periodicidade e até mesmo na produção. Basicamente, o que as autoras relacionam é a questão da temporalidade entre o jornal de papel e o jornal digital,

indicando que a informação permanente e em tempo real reconfigura as práticas do campo jornalístico. Em razão disso, este trabalho alia as discussões sobre jornalismo online, seus valores-notícia e a cobertura internacional dos portais, com enfoque na América Latina. Tanto a Folha de S. Paulo quanto O Globo são jornais tradicionais brasileiros que aderiram ao meio online. Considerou-se, portanto, a expressividade dos dois jornais no Brasil, por conta da alta circulação, bem como por se tratar de mídias impressas tradicionais que se adaptaram ao digital.

Tendo em vista este contexto, a pergunta que norteia essa pesquisa é: *qual a representatividade dos países da América Latina na cobertura da editoria mundo e como eles são pautados?* A partir da problemática e da literatura que embasa o trabalho, parte-se da seguinte hipótese: H1) o jornalismo praticado pela grande mídia brasileira não se dedica à cobertura dos acontecimentos da América Latina, salvo casos específicos, onde se evidenciam situações de violência e desastres de ordem política, por exemplo, o que reforça um padrão negativo sobre os países dessa região.

Para alcançar o objetivo proposto e testar a hipótese, coletamos todas as matérias publicadas diariamente na editoria ‘mundo’ dos portais supracitados entre abril e julho de 2018. As notícias foram compostas em ciclos quinzenais, totalizando 60 dias. Isso resultou num banco de dados agrupado por 1.996 notícias referentes aos dois portais. Para alcançar os resultados desejados, a metodologia utilizada foi a de análise quantitativa de conteúdo (Krippendorff, 1989; Cervi, 2017), apoiada por um livro de códigos elaborado em pesquisa maior realizada em parceria entre a Universidade Estadual de Ponta Grossa e a Universidade Federal do Maranhão (UFMA)¹.

¹ A pesquisa que deu origem a este trabalho é “O consumo de notícias nos portais dos principais jornais latino-americanos: os interesses da audiência e os impactos no processo de produção de conteúdo jornalístico”, desenvolvida entre 2017 e 2018.



O trabalho divide-se da seguinte maneira: no tópico a seguir, discutiremos sobre o jornalismo internacional, baseado em suas especificidades e seu processo de produção no Brasil, dando ênfase para a América Latina; no capítulo 3, explicamos as teorias que serviram como base para esta pesquisa; o quarto capítulo traz detalhes do procedimento metodológico e, na sequência, a leitura dos dados e discussão dos resultados da análise. Por fim, apresentam-se as conclusões.

2. Por que estudar a cobertura da América Latina nos veículos jornalísticos brasileiros: imaginário social e esquecimento cultural

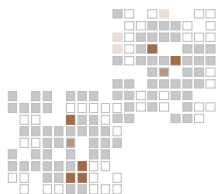
Diversos autores pontuam e reconhecem a influência que os meios de comunicação têm na maneira como “vemos” o mundo (Lippman, 2008; Alsina, 2009; McCombs, 2010). Para Thompson (1998, p. 38), a mídia criou uma “mundanidade mediada”, ou seja, nossa compreensão do mundo, em parte, tornou-se dependente da mediação dos meios de comunicação. Isso eleva a necessidade de repensar o papel das mídias online na formação da opinião pública, que já não é mais analisada em perspectiva funcionalista, cuja recepção é conformada ou massificada, mas sim como um fato complexo e relacional. Considerando o cenário das sociedades contemporâneas, com a internet, os jornais tradicionais aderiram a uma nova lógica de produção - específica do meio online (TAVARES; MASSUCHIN, 2017). Essa transferência das atividades para a ambiência digital reconfigura e adiciona complexidade aos fenômenos da cadeia informativa em todos os seus âmbitos interativos: produção, formato de conteúdo, circulação e recepção.

Ao mesmo tempo que enfrentamos uma disjunção do tempo e espaço (Thompson, 1998), que permite que tenhamos acesso a eventos simultâneos em diferentes localidades geográficas, a mídia tende a limitar-se na oferta informativa

ao fazer uma cobertura pouco plural dos acontecimentos (Araujo, 2008). Detendo-se especificamente à cobertura internacional - foco de interesse deste artigo -, percebe-se que há um declínio generalizado no volume de notícias sobre o exterior (Agnez, 2015). Por se trabalhar com uma quantia expressiva de temáticas, o que é pautado nas páginas internacionais se apresenta como um acontecimento amplamente diferente, mas nem sempre resultante do trabalho *in loco* do profissional que o publica (Bomfim, 2012). Neste quesito, as agências de notícias têm um papel fundamental, já que elas são responsáveis por suprir a alta demanda de material a ser veiculado (Aguiar, 2008; Agnez, 2015).

Se os veículos jornalísticos utilizam conteúdos produzidos em agências para pautar a editoria internacional, pressupõe-se que as temáticas pautadas sejam plurais, ou seja, que abarquem diferentes países. No entanto, o que se observa é que os Estados Unidos predominam na cobertura, pelo menos no que diz respeito à Folha de S. Paulo e O Estado de S. Paulo (Agnez, 2015). Apesar do inegável aumento da presença de países latinoamericanos na cobertura desses veículos nos últimos 25 anos, esse percentual permanece baixo quando comparado a países tidos como desenvolvidos (Agnez, 2015).

Ainda que os estudos sobre comunicação na América Latina sejam recentes, datados das décadas de 1970 (fase crítica) e 1980 (viés culturalista), segundo França e Simões (2017), é fundamental colocá-los em atividade e atualização, posto que eles apresentam as especificidades da região latino-americana. A relevância de produzir estudos sobre ela se justifica pelo fato de que os fenômenos da comunicação expressam diferentes configurações - em acordo com as especificidades de cada cultura. Logo, os processos históricos latino-americanos são complexos e merecem um olhar direcionado. Segundo Barbosa (2005), os próprios brasileiros se esquecem



que também são latino-americanos: “dizer que o jornalismo de grande imprensa não tem olhos para a América Latina implica dizer que não tem olhos também para o Brasil” (Barbosa, 2005, p.14).

Sobre isso, Santos e Costa (2017), em um estudo sobre a *Televisión del Sur* (Telesur), demonstram a dificuldade de integração da América Latina sob o viés da comunicação social, o que reforça a necessidade já relata de compreensão do cenário midiático da região. A saída é que “para a América Latina não ser condenada à solidão é preciso desenvolver e estudar os movimentos sociais latino-americanos, incluindo seus processos de comunicação” (Barbosa, 2005, p. 7). Em perspectiva plural e representativa, a América Latina e suas formações sociais (negra, indígena, mestiça) não estão presentes nos noticiários e, quando estão, são sub-representadas, pautadas a partir de temáticas como narcotráfico, por exemplo (Barbosa, 2005).

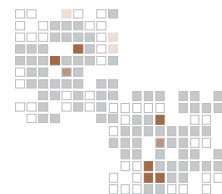
Com a internet e a extensão da conexão em nível global, eleva-se a necessidade de novas leituras relacionadas às características imaginárias da geopolítica e suas significações discursivas estabelecidas em nível midiático e jornalístico, tendo em vista que “as teorias geopolíticas estão presas ao seu tempo e aos valores da época em que são produzidas” (Steinberger, 2005, p. 96). Dessa forma, a mídia e seus produtos discursivos, ao se estabelecerem como fontes disseminadoras de significados sociais, ao mesmo tempo em que confirmam a existência de uma geopolítica midiática, também redefinem e atualizam novas formas de representação simbólico-social. Entende-se que essa configuração contribui para que territórios geopolíticos historicamente dominantes sejam reafirmados, como acontece com os Estados Unidos e países eurocêntricos, por exemplo.

Sendo assim, os discursos que circulam no espaço público internacional podem, em alguns

casos, estabelecer uma sobrevalorização geopolítica que é alçada por valores sociais circulantes fora do espaço midiático. Isso porque a ontologia da atividade jornalística é resultante de uma série de combinações geridas no tecido social. Os discursos geopolíticos e os imaginários culturais agenciados pela instituição midiática são, em boa medida, pequenas participações dentro de uma cadeia simbólica complexa. O resultado disso é que, em contato com essa estrutura agenciada e representativa, países politicamente hegemônicos ganham mais destaque na cobertura em detrimento dos “periféricos”, sendo que estes eventualmente estarão mais susceptíveis a serem retratados a partir de generalizações (Steinberger, 2005). Esses estereótipos se reforçam dentro do universo informativo porque, evidentemente, nem todos os acontecimentos que são pautados na editoria internacional estão disponíveis para a experiência subjetiva do indivíduo, isto é, via experimentação direta, estando suscetíveis, portanto, a uma formação de agenda pré-orientada por elementos externos ao jornalismo (Bomfim, 2012).

Steinberger (2005) complementa ainda que é a partir da exteriorização dos acontecimentos internacionais que a identidade dos territórios é reconhecida. Isso importa ao pensar nas implicações que os enunciados midiáticos podem adicionar aos contextos sociais, trabalhando possivelmente para o reforço de determinados estereótipos, bem como para o processamento de uma ‘autoimagem’ deturpada. Essa situação se faz presente quando pensamos no conteúdo informativo dos portais brasileiros, que conforme se verá mais adiante, contribuem mais para o esquecimento da região do que para a sua valorização e unificação enquanto potência econômica e cultural.

A enunciação dos acontecimentos nos leva muitas vezes a crer que somos o que somos em virtude de um discurso que nos sujeita. Lemb-



rando que o ato de formulação, inclusive dos discursos geopolíticos, participa também de uma rede social altamente intrincada por associações consentidas coletivamente. Dentro dessa perspectiva, é quando se impõe uma prática material e agenciadora sobre o acontecimento que se forma o discurso, contribuindo para que ele exista na sociedade sob uma perspectiva política. Com isso, o jornalista se orienta e tratará o acontecimento através de uma rede de significações imaginárias formuladas e atualizadas por intermédio das instituições sociais, entre as quais o jornalismo é também peça integrante. Pois, devido ao poder de elaboração dos fatos travestido de objetividade e técnica, “é com base no imaginário jornalístico que o imaginário geopolítico também se institui” (Steinberger, 2005 p. 144).

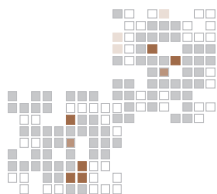
Partindo do entendimento parcialmente verdadeiro de Lippmann (2008) de que os meios de comunicação criam “as imagens em nossa cabeça”, compreender como eles pautam a América Latina nos indica como boa parte dos brasileiros está sendo informada. Como a agenda da mídia tende a se transferir para a agenda do público (McCombs, 2010), o discurso veiculado nos canais informativos é um dos guias para o entendimento do que acontece “lá fora”. Obviamente, sabe-se hoje que é importante levar em consideração a individualidade psíquica dos indivíduos que compõem o quadro da recepção e que, portanto, a formação política do imaginário se dá por intermédio de uma série de fatores complexos e inter-relacionados no campo social. Porém, se há pouco da América Latina na cobertura jornalística, talvez pouco se reconheça sobre ela. Essa baixa presença pode ser compreendida em virtude de ela não estar inserida nos “óculos” dos produtores de notícia e tampouco daqueles que recebem as notícias (Barbosa, 2005).

Estudar a América Latina justifica-se, principalmente, pela atualidade e urgência da compreensão dos processos jornalísticos que lhe

tornam minoria dentre as notícias da editoria mundo nos jornais, inclusive no Brasil, que é também um país latino-americano. Além disso, é importante circular pesquisas sobre o tema devido ao seu caráter relativamente recente, bem como por tratar-se de um panorama ainda em construção - não totalmente consolidado. Na Europa e nos Estados Unidos, as teorias referentes à Comunicação Social serviram como fonte primária (e talvez única durante séculos) para as pesquisas que eram produzidas nos outros países do mundo. Na América Latina, os cursos superiores da área de Comunicação surgiram mais tarde se comparados aos outros localizados em países fora do hemisfério, datando a década de 30 - sob forte influência do cânone anglo-saxônico. Desta forma, os debates sobre a comunicação com olhar voltado para a nossa região são ainda recentes, conforme aponta Barbosa (2005).

3. Procedimentos metodológicos e apresentação dos resultados

A ideia do trabalho, alinhada com a teoria de base, é entender quais e de que forma países da América Latina são pautados nas notícias de dois importantes veículos informativos brasileiros. Os dois jornais escolhidos para o estudo referem-se a mídias tradicionais que migraram para o meio digital, onde se dispõem de uma editoria específica para as notícias internacionais. Optou-se pela Folha de S. Paulo e O Globo por serem publicações antigas, resguardando certo grau de distinção em relação aos nativos digitais (García-Perdomo, 2012). Os dados da pesquisa quantitativa foram coletados diariamente, num período que compreende o início do mês de abril até o final do mês de julho de 2018. A proposta foi a de adicionar as notícias na seguinte ordem: duas primeiras semanas de abril; duas últimas de maio; duas primeiras de junho e as duas últimas de julho. Desse modo, os dados coletados resultaram em uma amostra composta. Além de



oferecer uma quantia representativa dos estratos a serem estudados, essa amostragem serve para que os resultados tenham uma menor margem de erro, tendo em vista a existência de uma agenda midiática. Como nossa intenção é medir quais países aparecem na editoria mundo e como eles são representados, um evento marcante implicaria em um resultado distorcido. Para tanto, a amostra composta em intervalos de quinze dias se deu pela necessidade de alcançar um resultado transparente, evitando focar em um período específico demais.

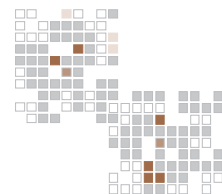
O acompanhamento das notícias permitiu uma coleta em ciclos quinzenais, compondo um banco de dados extenso, totalizando 1.996 matérias. Dessas, 1.156 foram publicadas no portal O Globo e 840 na Folha de S. Paulo. O número de notícias que abordavam algum país da América Latina foi bem inferior ao total das publicações da editoria de ambos os portais. Na Folha, das 840 notícias, 242 traziam algum país da região; n'O Globo essa discrepância é ainda maior: das 1.156 publicações, apenas 288 referiam-se a países latino-americanos. Portanto, o nosso *corpus* de análise neste artigo é composto por 530 matérias, o que representa 26,5% do total das matérias coletadas.

O método de pesquisa utilizado foi o quantitativo de análise de conteúdo (Krippendorff, 1989), que oferece um panorama sobre o objeto estudado, além de permitir observar tendências e padronizações (Cervi, 2017)². Para este artigo, trabalhamos com as seguintes variáveis: 1) **tema**: partidos políticos/campanha eleitoral, relações diplomáticas e políticas institucionais, economia, políticas públicas, infraestrutura urbana, meio

ambiente e desastres naturais, segurança pública e internacional, desvio normativo e ético moral, acidentes, variedades/cultura, imigração/fluxos migratórios e greve/protestos. Nesta variável só era considerada uma possibilidade, onde partidos políticos/campanha eleitoral tratava diretamente de eleições e partidos políticos. Relações diplomáticas e políticas institucionais envolviam notícias de política, relação entre autoridades, figuras políticas e membros da justiça. Economia tratava de crise econômica, bolsa de valores, geração de emprego etc. Políticas públicas eram sobre políticas sociais, bolsas, distribuição de renda, políticas específicas para etnias, grupos culturais e homossexuais. Infraestrutura urbana referia-se a notícias sobre obras de desenvolvimento urbano/crescimento industrial. Meio-ambiente e desastres naturais incluíam manutenção, preservação ou devastação ambiental. Segurança pública e internacional tratam de violência institucional e de Estado, também sobre crescimento de índices de violência e casos isolados. Desvio normativo e ético-moral são temas que envolvem valores sociais e sobre a criação ou violação de regras. Acidentes são os problemas de percurso, casos que ganham visibilidade pela característica “acidental”. Variedades/cultura envolviam estrelas do entretenimento, da mídia de massa ou relacionados a produções culturais. Imigração e fluxos migratórios envolviam matérias sobre políticas migratórias e medidas de contenção de entrada de imigrantes, também decisões legislativas sobre imigração. Finalmente, a variável greve/protesto era sobre a luta de direitos ou grupos específicos que reivindicam algo; 2) **gênero**, se era informativo ou opinativo; 3) **relação das matérias com os Estados Unidos**³, uma variável de

2 Para testar os instrumentos analíticos, foram coletadas as notícias da editoria mundo dos portais O Globo e Folha de S. Paulo do dia 1 a 15 de abril, como parte da pesquisa exploratória. Após a coleta teste, o livro de códigos foi atualizado e serviu como base para a coleta dos dados apresentados neste artigo. O livro é composto por 16 variáveis. A coleta foi realizada pela segunda autora deste trabalho.

3 Esta variável foi incluída após a coleta teste, quando se constatou a forte presença dos Estados Unidos na cobertura jornalística dos veículos selecionados, que corrobora com achados anteriores (Agnez, 2015).

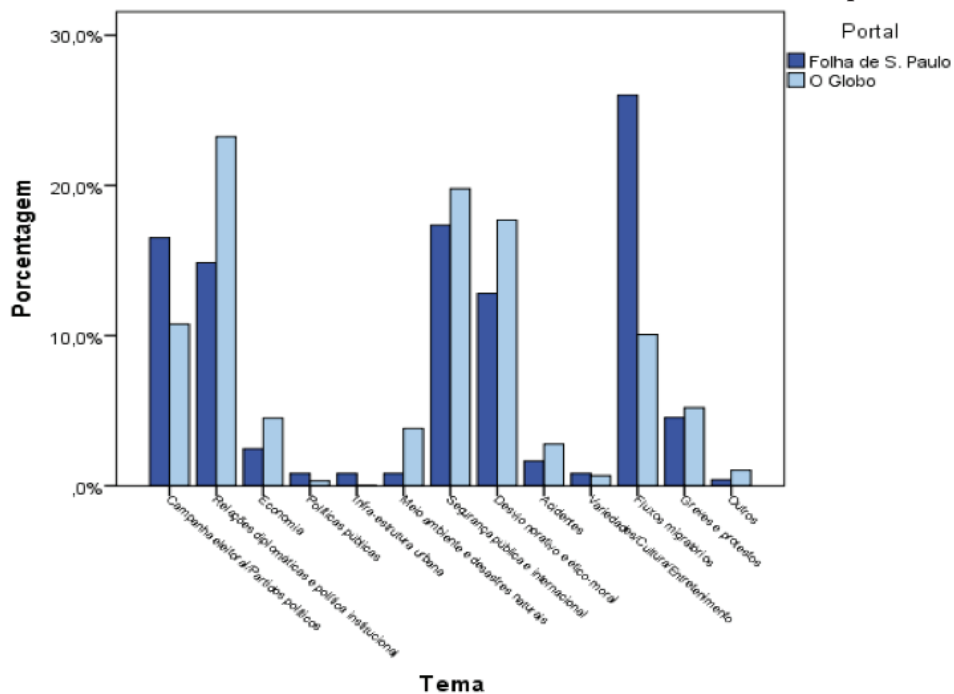


presença ou ausência cuja intenção medir o nível de influência do país na escolha das notícias; 4) **valor-notícia**, que foram divididos em: poder de elite (conflitos de natureza política), celebridade, entretenimento, surpresa, fatos negativos, fatos positivos, violação dos direitos humanos, relevância jornalística e agenda da comunicação. A categoria poder de elite incluía chamadas de notícias que tratavam disputas de poder ou o poder propriamente dito, envolvendo agentes do legislativo e do judiciário. Celebidades envolviam astros da música, do cinema, do esporte e pessoas públicas em geral. Entretenimento referia-se a notícias que não são substanciais ao debate público, ou seja, aquelas predominantemente sob a ótica do interesse humano. Surpresa era sobre casos que fugiam do comum, como algo surpreendente ou inesperado. Fatos negativos eram aqueles que ganhavam espaço por ser algo ruim. Fatos positivos são acontecimentos noticiados por ser algo bom. Violação dos direitos humanos englobava aquilo que envolve direitos fundamentais. Relevância jornalística envolvia chamadas de assuntos que viram notícias porque

são percebidas como relevantes para o público do portal ou a nível mundial (em casos mais graves). Agenda da comunicação fala da programação do próprio veículo, ou seja, que tratam dos próprios meios de comunicação. Nesta variável, a notícia pode agregar mais de um valor-notícia. Os dados foram trabalhados com o auxílio do *software Statistical Package for the Social Sciences* (SPSS).

Como dissemos anteriormente, pouco menos de 30% das matérias se referiam a algum país da América Latina. Depois do Brasil, os três que mais aparecem na cobertura foram Venezuela (em 66 matérias da Folha e 110 d'O Globo), México (20 na Folha e 33 n'O Globo) e Nicarágua (19 na Folha e 45 n'O Globo). A título de comparação, só os Estados Unidos apareceram em 344 matérias da Folha de S. Paulo e 368 d'O Globo no mesmo período⁴. Considerando apenas as notícias em que apareciam países latino-americanos, ou seja, 530 matérias, a primeira variável a ser apresentada diz respeito aos temas. O gráfico 1, a seguir, traz os resultados divididos de acordo com o portal.

Gráfico 1. Tema das notícias sobre a América Latina de acordo com o portal



Fonte: Autoras (2019)

4 Para saber mais sobre os países que foram identificados na cobertura noticiosa dos dois jornais, bem como ter um panorama sobre a cobertura realizada, ver Tavares e Fernandes (2019).



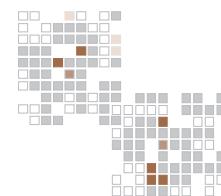
O gráfico mostra que quando a América Latina é noticiada, a informação na Folha de S. Paulo que mais apareceu foi sobre os temas 'fluxos imigratórios', 'segurança pública e internacional' e 'campanha eleitoral e partidos políticos'. Já no O Globo, os temas das notícias sobre a região foram 'relações diplomáticas e políticas institucionais', 'segurança pública e internacional' e 'desvio normativo e ético-moral'. No geral, a diferença entre os dois portais sobre os temas, não chega a ser tão grande, com exceção de 'fluxos imigratórios', bastante superior em porcentagem na Folha de S. Paulo (68,5%). Os resultados se mostram parecidos porque algumas temáticas figuram na agenda prévia dos veículos de comunicação. Um exemplo disso seria campanha política, já que 2018 foi ano eleitoral na Colômbia, na Venezue-

la e no Peru. A presença de matérias relacionadas à segurança, diplomacia e desvio normativo (que era categoria para assuntos que abordavam questões de direito, deveres e condutas humanas), evidencia aquilo que Barbosa (2005) chama por "América Latina oficial". Para o autor, há duas américas-latinas: "América Latina Oficial" e "América Latina Popular". A primeira, ligada às classes dominantes da elite, contraposta à popular (camponesa, indígena e negra), compõe parte da "nação" sobre a qual os meios de comunicação mais se referem.

Dando sequência, para saber se há relação entre os temas e portais, a tabela seguinte indica o cruzamento entre as categorias a partir do teste Qui-quadrado, de modo a apresentar se existe diferença significativa entre eles.

Tabela 1. Cruzamento entre tema e portais de notícias sobre a América Latina

Tema	Portal				Total
	Folha de S. Paulo		O Globo		
	%	Rp	%	Rp	
Campanha eleitoral e partidos políticos	56,3	1,3	43,7	-1,2	100%
Relações diplomáticas e política institucional	35,0	-1,6	65,0	1,5	100%
Economia	31,6	-0,9	68,4	0,8	100%
Políticas públicas	66,7	0,5	33,3	-0,5	100%
Infraestrutura urbana	100	1,1	0,0	-1,0	100%
Meio ambiente e desastres naturais	15,4	-1,6	84,6	1,5	100%
Segurança pública e internacional	42,4	-0,5	57,6	0,4	100%
Desvio normativo e ético moral	37,8	-1,1	62,2	1,0	100%
Acidentes	33,3	-0,6	66,7	0,6	100%
Variedades/cultura/entretenimento	50,0	0,1	50,0	-0,1	100%
Fluxos imigratórios	68,5	3,2	31,5	-3,0	100%
Greves e protestos	42,3	-0,3	57,7	0,2	100%
Outros	25,0	-0,6	75,0	0,6	100%
Total	45,7		54,3%		100%



Podemos observar com os dados apresentados que embora haja relação significativa entre os temas das notícias sobre a América Latina de acordo com os portais (sig 0,000), os resíduos demonstram que a variação foi muito pequena, chegando próxima da distribuição esperada. Deste modo, apenas ‘fluxos migratórios’ foi o tema que apresentou alguma tendência de cobertura – o resíduo positivo (3,2) indica que ele tem forte proximidade com a Folha de S. Paulo. Naturalmente, o tema foi de suma importância no período de coleta, pois acentuava-se uma crise migratória na Venezuela, país que participa de um elo fronteiro com o Brasil, precisamente no Estado de Roraima.

O próximo dado é sobre o gênero das matérias. Em trabalho anterior (Tavares; Fernandes, 2019) identificou-se que a esmagadora maioria dos textos publicados no período eram informativos, tanto na Folha quanto no O Globo. Será que isso se manteria quando observado apenas nas matérias que envolvem países latino-americanos? Seguindo o resultado anterior, aqui também encontramos conteúdos informativos em maioria, chegando a 98,7% das matérias da Folha e 95,1% no O Globo. Quando testamos a relação entre a variável gênero e os portais, verificamos que há uma relação de proximidade do gênero opinativo no O Globo, conforme mostra a tabela 2.

Tabela 2. Gênero das matérias sobre a AL de acordo com o portal

Gênero	Portal				Total
	Folha de S. Paulo		O Globo		
	%	Rp	%	Rp	
Informativo	46,6	0,3	53,4	-0,3	100%
Opinativo	17,6	-1,7	82,4	1,6	100%
Total	45,7		54,3		100%

Qui-quadrado 8,238 | sig 0,016

Fonte: Autoras (2019)

O teste Qui-quadrado mostra que existe relação entre as variáveis, porém não existe nenhuma ligação forte entre as categorias, já que os resíduos ficam dentro do limite crítico. Isso significa que a relação entre as matérias observadas e as esperadas está muito próxima entre os portais. Portanto, o teste se mostra significativo, mas não há grandes diferenças do gênero das notícias sobre a América Latina entre Folha e O Globo. De qualquer modo, o gênero informativo como predominante sugere que o foco da produção jornalística está centralizado mais no conteúdo factual e nas reportagens, oferecendo pouco subsídio para elaborações mais particulares e interpretativas. Existe a possibilidade de esse comportamen-

to estar atrelado ao meio digital, que demanda uma cobertura noticiosa com maior agilidade, cobrando dos jornais uma atualização condizente, também, com a rapidez do fluxo de acontecimentos em nível global. Outra questão a ser considerada é a origem do material, que pode ser resultado de uma cobertura noticiosa de agência de notícia internacional (Aguiar, 2008; Tavares e Fernandes, 2019).

O penúltimo dado apresentado – verificação de tendência dos portais em abordar mais notícias sobre a América Latina a partir da relação com os Estados Unidos – indica que existe relação significativa entre as variáveis, conforme podemos ver na tabela 3.

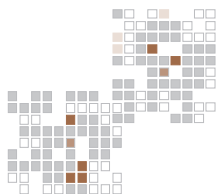


Tabela 3. Matérias sobre a AL que tinham relação com os EUA

Relação com EUA	Portal				Total
	Folha de S. Paulo		O Globo		
	%	Rp	%	Rp	
Não	41,1	-1,3	58,9	1,2	100%
Sim	58,8	2,3	41,2	-2,1	100%
Total	45,75		54,3		100%

Qui-quadrado 12,776 | Sig 0,000

Fonte: Autoras (2019)

Essa variável foi criada com o objetivo de analisar quais eram as chances dos países da América Latina aparecerem na cobertura midiática associados aos Estados Unidos. A necessidade de verificação desta possibilidade esteve atrelada às indicações da literatura, que afirmam ser este o país mais relevante da agenda jornalística internacional. O resultado do teste mostra que as notícias sobre a América Latina na Folha de S. Paulo tiveram uma tendência a ter relação com os Estados Unidos (2,3). Já no portal O Globo, quando os países latino-americanos eram noticiados, a possibilidade de ter relação com os Estados Unidos era menor (-2,1). Vale lembrar também que essa variável foi criada levando em conta que foi observado em trabalho anterior um alto volume de notícias que citavam os Estados Unidos, número muito superior quando comparado a outros países. Apesar de países como Argentina, Venezuela e Paraguai aparecerem mais na cobertura internacional hoje do que há duas décadas (Agnéz, 2015), a centralidade ainda está nos Estados Unidos.

Mesmo quando a notícia se refere a algum país latino-americano, boa parte dos textos tem alguma relação com o principal país da América do Norte. Esse resultado sugere que um dos critérios levados em conta pelos jornalistas na

seleção do que pautar está relacionado com a posição geopolítica daquele país (Galtung; Ruge, 1999; Steinberger, 2005). Isso tem a ver com o processo histórico e político dos países latino-americanos, que por conta de interesses econômicos, tornaram-se “apêndices da política norte-americana” (Barbosa, 2005). Em consonância com o tópico teórico deste trabalho, essa relação de proximidade apontada configura-se mais do que uma questão de influência econômica “meramente dada”. Há uma estrutura simbólica e interacional agenciada durante décadas que, de muitas maneiras, enfatizou o que o Barbosa (2005) denomina por “americanização pela sedução”, onde certos valores geopolíticos norte-americanos se afirmam. Não se pode deixar de reconhecer, nesse caso, que uma série de significados foram compartilhados e a instituição jornalística, como parte integrante deste processo, também se orienta por valores e sentidos socialmente atribuídos.

Por fim, verificamos quais eram os valores-notícia das matérias sobre a América Latina. O intuito era explorar quais os critérios utilizados para a escolha dos acontecimentos, cujo objetivo era compreender se esses fatos eram muito diferentes (Bomfim, 2012) a ponto de justificar sua publicação.

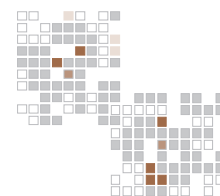


Tabela 4. Valores-notícia sobre as matérias da AL de acordo com o portal

Valor-notícia	Portal	
	Folha de S. Paulo	O Globo
Poder de elite/Conflitos políticos	73,6%	80,2%
Celebridade	0,4%	1,0%
Entretenimento	1,2%	0,7%
Surpresa	1,2%	2,4%
Fatos negativos	63,2%	75,7%
Fatos positivos	15,7%	14,9%
Violação de direitos humanos	38,0%	30,2%
Relevância jornalística	94,6%	96,2%
Agenda de comunicação	0,4%	0,7%
Total	288,3%	302%

Fonte: Autoras (2019)

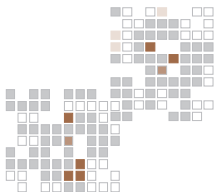
A tabela 4 indica que nos dois portais, Folha de S. Paulo e O Globo, a grande maioria das notícias tinha poder de elite (73,6% e 80,2%, respectivamente), fatos negativos (63,2% e 75,7%, respectivamente) e relevância jornalística, presente em mais de 90% do conteúdo publicado. Dessa forma, comprovamos a hipótese de que havia sim um apelo negativo sobre a América Latina na cobertura jornalística dos portais, tal como identificou Barbosa (2005) em outros momentos.

Outra questão é que a categoria “poder de elite” nos indica que a região é noticiada por conta do fato envolver a disputa pelo poder, pessoas importantes, personagens políticos, que fazem parte do executivo, legislativo ou do judiciário, demonstrando o peso que a geopolítica possui, pelo menos neste contexto (Steinberger, 2005). Fica, portanto, ainda mais evidente nesta seção que a “América Latina oficial” é predominante na formação da agenda noticiosa dos portais jornalísticos brasileiros⁵.

Quanto ao valor-notícia “relevância”, quase todas as matérias tinham essa característica, considerando que é praticamente um pré-requisito para o jornalismo. O caráter informativo e factual, heranças dos valores-notícia anglo-saxão, é apenas um dos fatores que explicam o apagamento cultural e a hipervalorização dos acontecimentos negativos. Tal situação remonta a elementos formadores da história da região do continente americano, abarcando aspectos sociais, culturais, políticos e até mesmo econômicos. Pode-se dizer, por fim, que as principais descobertas em relação à América Latina foi de que ela aparecia com temas associados à política diplomática, imigração, campanha eleitoral, desvios éticos e em situações de violência. A agenda midiática da editoria de internacional foi pautada, portanto, por assuntos políticos, migratórios e envolvendo violência. Isso significa que o mundo construído (Lippman, 2008; McCombs, 2010) pelos dois veículos estudados estabelece uma componente de influência

comercial e até cultural. Um exemplo foram os países da África lusófona, em que existem empresas brasileiras atuando. Mas essa mesma explicação serve para justificar a presença norte-americana nos jornais, já que os Estados Unidos têm relações comerciais a nível global de bastante peso.

5 As autoras deste trabalho entrevistaram as editoras responsáveis por cada uma das editorias de ambos os veículos na época, mas por questões de espaço esses dados não puderam ser incluídos na análise aqui apresentada. No entanto, elas explicaram que o que faz um país ser mais presente do que outro na cobertura internacional são os critérios de proximidade com o Brasil. Essa proximidade pode ser



no ato do leitor de relacionar os países latino-americanos a fatos negativos, reforçando associações de consentimento coletivo - que circulam também fora do espaço noticioso (Galtung; Ruge, 1999).

Conforme os resultados aqui apresentados foi possível compreender aspectos das notícias sobre a América Latina na cobertura internacional dos dois principais portais informativos brasileiros. Na sequência, apresentamos nossas considerações finais sobre a análise deste trabalho.

4. Considerações Finais

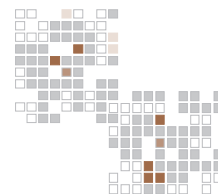
O presente trabalho se propôs a realizar uma análise das notícias sobre a América Latina publicadas na editoria mundo de dois dos principais portais informativos brasileiros, Folha de S. Paulo e O Globo, procurando responder o seguinte questionamento: *qual a representatividade dos países da América Latina na cobertura da editoria mundo e como eles são pautados?* O objetivo foi compreender de que maneira essas notícias eram apresentadas, identificando o espaço ocupado especificamente pelos países latino-americanos na seção destinada à cobertura internacional. Trabalhamos a hipótese de que países da América Latina apareciam pouco e negativamente, mesmo tendo como objeto de investigação dois portais de origem brasileira e, consequentemente, latino-americanos.

O primeiro ponto que merece destaque é o baixo número de matérias que envolviam países da região. Do total de notícias coletadas, a América Latina era pautada de alguma forma em menos de 30%. Destes, a maioria tinha alguma relação com os Estados Unidos, demonstrando a centralidade deste país na cobertura realizada pelos referidos veículos. Os resultados possibilitam identificar quais tipos de conteúdo entraram na editoria 'mundo' ao pautar acontecimentos da América Latina e, também, traçar o padrão de cobertura entre os portais. Assim, fica bastante perceptível

que existe um forte apelo negativo nas matérias, que também continham relevância jornalística e poder de elite. Em resumidas palavras, além dos países latino-americanos atingirem menos da metade do universo de notícias analisado nesta pesquisa, eles também estiveram atrelados a fatos negativos e oficiais, estando pautados geralmente por temas normativos, institucionais, político-partidários e diplomáticos. Embora esses sejam temas de apelo noticioso, estabeleceu-se um quadro restrito de temas que tornavam a América Latina noticiável na editoria mundo dos referidos jornais brasileiros.

Nossa problematização decorre de que a internet é hoje uma plataforma que adquire cada vez mais familiaridade de uso entre o público-leitor, e estaria possibilitando uma maior pluralidade na cobertura jornalística. No entanto, os dados apresentados neste trabalho reafirmam os achados de outros pesquisadores ao mostrar que países latino-americanos ainda aparecem pouco, pelo menos na editoria 'mundo'. Como seus temas são muito difusos, pode ser que haja mais notícias sobre os países vizinhos em outras editorias. Mas considerando que a página de internacional é a responsável formal por abordar os acontecimentos do mundo, ainda temos muito a avançar na cobertura da América Latina.

Fica claro, portanto, que diversos acontecimentos de relevância cultural não passam pelos filtros editoriais do jornalismo internacional. Neste primeiro esforço investigativo, direcionado precisamente para dois veículos das instituições jornalísticas brasileira, pudemos perceber a lógica dos seus mecanismos de seleção noticiosa, que reproduzem e aparelham o esquecimento da América Latina - um fato silencioso e que não pode necessariamente ser explicado apenas pelo funcionamento dos jornais em si. Apesar de apresentar um importante desfecho investigativo, sugere-se que futuras análises busquem o entendimento dessas relações não apenas no seu caráter explíci-



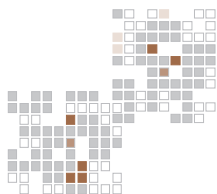
to, mas, principalmente, naquilo que vai além das modulações jornalísticas, abarcando processos subjacentes ligados à essa condição. Por se tratar de um esforço teórico-metodológico, esta pesquisa limitou-se em analisar a produção noticiosa dos jornais, o que serve como um observatório relevante no que diz respeito ao ordenamento e descrição analítica de mecanismos elementares referentes à presença da América Latina na cobertura internacional dos veículos brasileiros.

Em níveis proporcionais, a situação dos países da região quase não é abordada nos referidos

portais, que integram geopoliticamente a América Latina. A interpretação dos dados nos mostra, portanto, que a hipótese principal do trabalho está confirmada. A ideia de que importantes acontecimentos da América Latina ganham lugar na editoria quando estão em situações críticas, como corrupção e imigração ilegal, por exemplo, se mostrou bastante evidente. Isso, de fato, poderia colaborar para a validação de um imaginário popular negativo em relação aos latino-americanos.

Referências

- ADGHIRNI, Zélia Leal; MORAES, Francilaine de. Instantaneidade e memória na pesquisa sobre jornalismo online. In: LAGO, Claudia; BENETTI, Marcia. *Metodologia de pesquisa em jornalismo*. Rio de Janeiro: Vozes, 2007. p. 237-250.
- AGNEZ, Luciane Fassarerlla. O jornalismo internacional entre mudanças e permanências. *Estudos em Jornalismo e Mídia*, v. 12, n. 2, p. 314-328, 2015.
- AGUIAR, Pedro. *Jornalismo internacional em redes*. Rio de Janeiro: Secretaria Especial de Comunicação Social, 2008.
- ALBUQUERQUE, Afonso; TAVARES, Camilla Quesada. Corporatism, fractionalization and state interventionism: the development of communication studies in Brazil. *Publizistik*, v. 66, p. 121-138, 2021.
- ALSINA, Miguel. *A construção da notícia*. Petrópolis: Vozes, 2009.
- ARAUJO, Rafael de Paula Aguiar. Mídia eletrônica de massa e política. *Mediações*, Londrina, v. 13, n. 1-2, p.169-19, 2008.
- BARBOSA, Alexandre. *A solidão da América Latina na grande imprensa brasileira*. 2005. 229 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Ciências da Comunicação, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2005.
- BOMFIM, Ivan. Construindo realidades: uma perspectiva de interação entre Jornalismo e Relações Internacionais. *Comunicação & Inovação*, v. 13, n. 25, p. 29-36, 2012.
- CERVI, Emerson Urizzi. *Métodos quantitativos nas ciências sociais: uma abordagem alternativa ao feiticismo dos números e ao debate com qualitativistas*. Curitiba: CPOP, 2017.
- FRANÇA, Vera V.; SIMÕES, Paula G. *Curso básico de Teorias da Comunicação*. Belo Horizonte: Autêntica, 2016.
- GALTUNG, Johan; RUGE, Mari Holmboe. A estrutura de noticiário estrangeiro: A apresentação das crises do Congo, Cuba e Chipre em quatro jornais estrangeiros. In: TRAQUINA, Nelson. *Jornalismo: Questões, teorias e estórias*. Lisboa: Vega Editora, 1999. p. 60-72.
- GUTIÉRREZ, Eduardo. Historia y Comunicación: Recorridos, tensiones y posibilidades del sub- campo de estudios en América Latina. In: *La Contribución de la América Latina al Campo de la Comunicación*, 2013, La Paz. Anais: Alaic, 2014. p. 175 - 215.
- HJARVARD, Stig. *A midiatização da cultura e da sociedade*. São Leopoldo: Editora Unisinos, 2014.
- KRIPPENDORFF, Klaus. Content analysis. In: BAMOUW, Erik et al. (Eds.). *International encyclopedia of communication*. New York, NY: Oxford University Press, 1989.
- LIPPMANN, Walter. *Opinião Pública*. Petrópolis: Vozes, 2008.
- McCOMBS, Maxwell. *Teoria da Agenda*. Petrópolis: Vozes, 2010.
- SANTOS, Pablo Victor Fontes; COSTA, Tuíla Regina Leal Lins Ignácio da. A MÍDIA COMO AGENTE POLÍTICO DE (DES)INTEGRAÇÃO ENTRE PAÍSES: UMA ANÁLISE DO CASO TELESUR: Autonomia e Integração Regional: interlocuções necessárias em uma perspectiva brasileira. In: CONGRESO LATINO-AMERICANO DE CIÊNCIA POLÍTICA, 9, 2017, Rio de Janeiro. *Anais...* Montevideo: Alacip, 2017. p. 1 - 28.



STEINBERGER, Margarethe Born. *Discursos Geopolíticos da Mídia: Jornalismo e imaginário internacional na América Latina*. São Paulo: Educ, 2005.

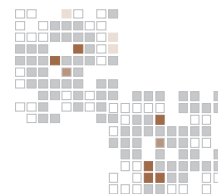
TAVARES, Camilla Quesada. La “expectativa de la audiencia” como valor-noticia: un análisis a partir de la experiencia de los periodistas del diario Gazeta do Povo. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, v. 26, p. 1145-1155, 2020.

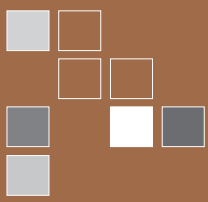
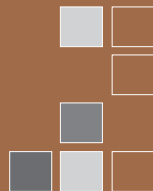
TAVARES, Camilla Quesada; FERNANDES, Marina Michelis de Lima. *Jornalismo internacional no Brasil: um estudo comparativo*

entre a cobertura noticiosa da editoria mundo dos portais Folha de S. Paulo e O Globo. *Fronteiras*, v. 21, n. 3, p. 114-129, 2019.

TAVARES, Camilla Quesada; MASSUCHIN, Michele Goulart. *Interesse do público ou entretenimento: que tipo de informação o leitor procura na internet?* 2017. Disponível em: <<http://www.e-compos.org.br/e-compos/article/view/1338>>. Acesso em: 03 jun. 2018.

THOMPSON, John. *A mídia e a modernidade: uma teoria social da mídia*. 5ª. Ed. Petrópolis: Vozes, 1998.





UM PERCURSO POSSÍVEL DO FOTAJORNALISMO A PARTIR DA GÊNESE DOS SEUS MANUAIS

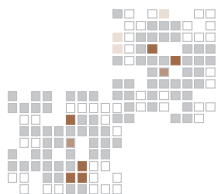
A POSSIBLE PATH OF PHOTO JOURNALISM FROM THE GENESIS OF ITS MANUALS

UNA POSIBLE RUTA DE PERIODISMO FOTOGRÁFICO DESDE LA GÉNESIS DE SUS MANUALES

João Guilherme de Melo Peixoto

■ Docente da Universidade Católica de Pernambuco (Unicap). Doutor em Comunicação Social pela Universidade Federal de Pernambuco. Seus trabalhos mais importantes são: "Entre o que se vê e o que se fala: a metodologia da História Oral na construção das narrativas fotojornalísticas contemporâneas" (2015), "Between Bits And Dollars: Challenges For Financing Contemporary Photojournalism" (2013).

■ E-mail: joaogmpeixoto@gmail.com





RESUMO

O presente trabalho tem por objetivo analisar características relacionadas às reconfigurações no ofício fotojornalístico concernentes às dimensões técnica, de linguagem e deontológica a partir da análise do primeiro manual voltado exclusivamente à atividade: *News Photography*, publicado em 1932 e produzido pelo então chefe da equipe de fotógrafos do antigo periódico nova-iorquino *Mourning Word*, Jack Price.

PALAVRAS-CHAVE: FOTOJORNALISMO; MANUAIS; RECONFIGURAÇÕES; JACK PRICE.

ABSTRACT

This paper aims to analyze characteristics related to the reconfigurations in the photojournalistic craft concerning the technical, language and deontological dimensions from the analysis of the first manual focused exclusively on the activity: *News Photography*, published in 1932 and produced by Jack Price, head of the photographers team in New York newspaper *Mourning Word*.

KEYWORDS: PHOTOJOURNALISM; MANUALS; RECONFIGURATIONS; JACK PRICE.

RESUMEN

Este artículo tiene como objetivo analizar las características relacionadas con las reconfiguraciones en el fotoperiodismo en relación con las dimensiones técnicas, lingüísticas y deontológicas a partir del análisis del primer manual de la actividad: *News Photography*, publicado en 1932 y producido por el entonces jefe del equipo de fotógrafos del ex diario de Nueva York *Mourning Word*, Jack Price.

PALABRAS CLAVE: FOTOPERIODISMO; MANUALES; RECONFIGURACIONES; JACK PRICE.

1. Introdução

As alterações nas cadeias de produção, edição, circulação/consumo e gestão da fotojornalismo na contemporaneidade ultrapassam questões tecnológicas e/ou de mercado. As mudanças nessas engrenagens apontam para remodelações e transmutações significativas, que geram indícios a respeito de novas abordagens e novas tendências para o ofício.

No que concerne a algumas dessas transformações, destacamos, por exemplo o processo de digitalização da atividade, mudança esta decorrente não apenas do desenvolvimento de novos equipamentos e acessórios próprios ao trabalho executado pelo repórter fotográfico, mas também resultado de novos formatos de armazenamento, produção, consumo e financiamento de um produto comunicacional cada vez mais interativo, multimidiático e co-criativo (RITCHIN, 2009). Diante desse cenário, como determinar, por exemplo, que modelos estariam mais bem adaptados aos desafios enfrentados por diferentes perfis redacionais?

Sobre tais reconfigurações, nos questionamos de que forma a atividade fotojornalística e, conseqüentemente, suas cadeias de produção, edição e circulação de conteúdo, vêm absorvendo algumas dessas mudanças, as quais assinalam para “novos contextos” tanto em nível processual (rotinas, gestão de processos) como em nível procedimental (técnico) para a atividade; de que maneira teoria e prática se interconectariam quando se pensa no rearranjo desse ofício e como novas características influenciariam e/ou seriam influenciadas por alterações nas esferas de criação e gestão de conteúdo. Autores como Muniz Neto (1998), Baeza (2007), Silva Júnior (2008) e Munhoz (2016) destacaram em seus respectivos trabalhos que tais questionamentos se configurariam como algumas das principais temáticas a serem exploradas em estudos sobre a área.

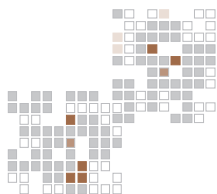
2. Manuais e as dimensões técnica, de linguagem e deontológica do fotojornalismo

Antes mesmo de diagnosticar possíveis soluções para os questionamentos abordados, é importante pensar sobre que indicadores nos permitiriam dialogar com alguns desses processos de transição concernentes à fotografia de imprensa. Visto isso, buscamos estabelecer um processo classificatório para as características direcionadas ao fotojornalismo que se concentrassem em três grandes esferas (ou dimensões): a dimensão técnica, a dimensão da linguagem e a dimensão deontológica. Tal escolha foi norteadada pela necessidade de agrupar particularidades que representassem importantes subatividades articuladas à atividade fotojornalística.

Primeiramente, observamos que os aspectos conectados à dimensão técnica proporcionam uma primeira leitura dos elementos vinculados à prática da fotografia jornalística. Nesse quesito, estariam especificados parâmetros relativos à habilidade do repórter fotográfico para operar equipamentos e respectivos acessórios os quais estariam diretamente imbricados ao seu processo de execução dos trabalhos. Fotometria, controle de velocidade e abertura do diafragma, uso de objetivas e suas principais funcionalidades fazem parte do rol de parâmetros concernentes a esse âmbito.

Todavia, também podem ser correlacionadas como características próprias à dimensão técnica, as atividades atribuídas ao ciclo de produção das notícias, indicadas, na maioria dos casos, por meio da pauta (foto)jornalística (*Assignment*). Definir que parâmetros devem (ou não) ser operacionalizados pelo repórter fotográfico constitui um importante “termômetro” para as etapas de planejamento, execução e mensuração dos resultados obtidos.

Ademais, a construção de um modelo narrativo capaz de incorporar os elementos necessários



para a produção de um discurso visual midiático – enredo, personagens, cenários – também corresponde a um dos fatores de destaque associados à dimensão técnica.

Já a dimensão da linguagem apresenta fatores que buscam estabelecer uma conexão direta com a categorização da produção fotojornalística. Para tal, compreender a disposição dos gêneros pertencentes à atividade, desde seu surgimento, oferece uma abordagem a qual nos permite observar que caracterizações poderiam ser selecionadas como essenciais para os diferentes períodos da história da fotografia de imprensa.

Afirmamos também que tais propostas de classificação perpassam uma aproximação com parâmetros relacionados aos campos da teoria da comunicação, da informação, da produção jornalística e da linguagem fotográfica. Autores como Medina e Leandro (1970), Sojo (1997), Sousa (1997; 2001), Benazi (2010) se apropriaram de alguns dos principais debates orientados a articulação dos campos apresentados acima com o objetivo de produzir categorizações que buscassem dimensionar a complexa rede de desenvolvimento de conteúdo que envolve a prática fotojornalística.

Por fim, destacamos também a dimensão deontológica como um dos pilares fundamentais à compreensão das competências correspondentes à fotografia de imprensa. Todavia, é importante destacar que o debate aqui não está apenas orientado por meio de um olhar alusivo às questões de cunho personalista ou mesmo de ordem jurídico-legal.

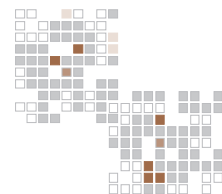
De maneira oposta, nosso objetivo é compreender as relações que envolvem desde o comportamento dos repórteres fotográficos em cena até as principais sanções aplicadas para comportamentos tipificados por lei. Ou ainda, como afirma Bertrand (1999, p. 12), observar que a deontologia está mais diretamente conectada com

uma representação de um conjunto de princípios e regras que, organizadas por profissionais do setor em colaboração com demais usuários, tem por objetivo responder às demandas específicas de diversos grupos da população.

Visto isso, constatamos que, com o objetivo de analisar e buscar informações para as questões apresentadas nos parágrafos anteriores e, por conseguinte, investigar de forma consistente os aspectos (próprios ao fotojornalismo) concatenados às dimensões técnica, da linguagem e deontológica, algumas das referências mais precisas e direcionadas a tal objetivo podem ser encontradas nos manuais e os guias direcionados à profissão.

Formulados inicialmente com o intuito de orientar os profissionais da área apenas sobre questões meramente técnicas (como informações sobre uso de lentes, da escolha de câmeras, entre outras), essas publicações evoluíram e hoje apresentam discussões que envolvem conceituações a respeito da produção de notícias, gêneros e subprodutos da atividade fotojornalística, ética e aspectos sobre a conduta do repórter fotográfico em cena, novos usos para o fotojornalismo (FELIPI, 2008).

Ainda no que se relaciona aos guias destinados ao universo fotojornalístico, enfatizamos que o manual, no seu tempo, cristaliza uma transição de questões de ordem consuetudinária para uma abordagem normativa, ou seja: absorve os movimentos de incorporação, rupturas e tensões de uma época e os equaciona em estruturas, ou dimensões. Consequentemente, afirmamos que, nos manuais e guias fotojornalísticos, há como “extrair”, por meio das regularidades próprias à técnica, a da linguagem e a deontologia, parte do estado da prática vigente aos diversos períodos pelo qual atravessou (e atravessa) o fotojornalismo.



3. Gênese da cultura manualística para a fotografia de notícias: anos 30, Jack Price e a transição de status para a atividade

Em relação ao surgimento de uma cultura manualística direcionada exclusivamente ao universo da fotografia de imprensa, constatou-se que a própria seara jornalística já evidenciava indícios da necessidade de aprofundamento nas questões concernentes a essa atividade. Luce (1891), Shuman (1894), Dana (1895), Given (1907), entre outros autores consagrados de manuais dirigidos a explorar as dimensões técnica, de linguagem e deontológica do jornalismo impresso introduziram em suas publicações pequenos “conselhos” referentes ao âmbito da imagem na imprensa. Tais “sugestões” podem ser classificadas como as primeiras investidas no universo da geração de conteúdo “pedagógico” para aproximar os eixos da teoria e da prática da produção de imagens “de notícia”.

Visto isso, pode-se afirmar que, até o final dos anos 20 do século XX, o panorama voltado para a produção de materiais instrutivos relacionados ao ofício da fotografia de imprensa até o momento não contava com produções de alto impacto, ou seja: desenvolvidas por autores consagrados no ambiente acadêmico/nas esferas redacionais e que apresentassem conteúdo orientado tão somente à atividade. Todavia, essa realidade modificou-se no início dos anos 30, com a definitiva publicação do primeiro manual direcionado às cadeias de produção, edição e impressão de imagens no âmbito do jornalismo impresso. *News Photography*, publicado em 1932 e produzido pelo então chefe da equipe de fotógrafos do antigo periódico nova-iorquino *Mourning Word*, Jack Price, apresenta características que impulsionaram a evolução da fotografia de imprensa tendo em vista os desdobramentos sociais, tecnológicos e logísticos, como também relacionados às questões que envolviam uma integração das práticas textuais e não-textuais nas redações.

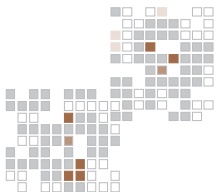
Com relação às questões apresentadas por Price (1932) referentes à “essência” da produção de imagens para a notícia, o autor apontou padrões estruturais que descreveram as características que viriam auxiliar na compreensão das rotinas associadas a essa atividade. Para o autor, atributos como a dramaticidade e a ação apresentavam-se como elementos salustares para a definição das ações concernentes à cadeia de produção de imagens nas redações jornalísticas, “a fotografia de notícia é mais do que uma simples fotografia de um evento. Deve ser oportuna; se não fosse, não seria uma notícia; e a ação deve ser algo inerente. Ela deverá revelar uma alta dramaticidade¹.” (PRICE, 1932, p. 12)

Sobre os princípios que ajudariam a melhor detalhar a produção do discurso visual concebido pelo fotógrafo de imprensa, Price (1932) também aponta para o papel da “sorte” como uma peça fundamental na construção dessa narrativa.

O elemento sorte desempenha um grande papel na obtenção de imagens. O fotógrafo experiente sabe o que procurar e reconhece a imagem imediatamente quando a vê. Um atirador experiente, ele dispara quando a presa tenta se esconder. Ele [o fotógrafo], então, empacota o clímax dramático de uma notícia e traz para a apresentação narrativa a ajuda de um toque pictórico para a visualização que nem mesmo o conto mais realista pode transmitir². (PRICE, 1932, p. 12)

1 Tradução livre para: “The news picture is more than a mere photograph of an event. It must be timely; if it were not it would not be the news; and action must be inherent. It must depict the dramatic high light. (PRICE, 1932, p. 12)

2 Tradução livre para: “The element of luck plays a great part in obtaining pictures. The experienced photographer knows what to look for and recognizes it instantly when he sees it. An experienced marksman, he fires when his quarry breaks cover. He then bags the dramatic climax of a news story and brings to its narrative presentation a pictorial touch an aid to visualization that not even the most realistic tale can convey”. (PRICE, 1932, p. 12)



A respeito das dimensões que caracterizaram a construção do discurso visual voltado para a fotografia de notícias, o primeiro manual produzido exclusivamente para essa atividade já apresentava atributos que relacionavam padrões relacionados às esferas da técnica, de linguagem e da deontologia. Diferentemente das primeiras investidas observadas na incorporação dessas particularidades no século XIX - início do século XX, o guia produzido por Price (1932) refletiu a necessidade de uma abordagem inovadora, que reconhecesse, de forma definitiva, um cenário em expansão.

Sobre à dimensão técnica da fotografia de notícia, mais precisamente no que se refere aos conselhos direcionados à cobertura dos *assignments* (ou: pautas fotográficas), o autor inicia suas ponderações considerando a necessidade do repórter fotográfico estar sempre alerta para a vasta gama de possibilidades de construção do discurso visual da notícia. Para Price, “there is always the feature story with its conspicuous characters³” (p. 18).

Price (1932) elencou fatores que precisavam ser explorados pelos repórteres fotográficos não apenas no momento “do clique”, mas, sobretudo, que deveriam fazer parte das atividades rotineiras executadas por esses profissionais. A primeira delas diz respeito à ideia de pose na produção de fotografias de notícia. Para Price (1932), o uso de imagens posadas (em situações controladas, como a realização de uma pauta institucional) não representaria uma espécie de “afronta” à essência da imagem noticiosa, mas sim um recurso que poderia ser utilizado para aperfeiçoar o resultado final obtido. De acordo com o autor:

Há trabalhos em que o fotógrafo, através do emprego de uma sugestão de bom-caráter, pode muito certamente melhorar a qualidade de suas fotos. (...) As boas-vindas a uma personalidade oficial, a medalha de heroísmo grati-

3 “Há sempre uma reportagem com seus personagens ilustres”. (PRICE, 1932, p. 18)

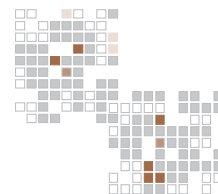
ficante. Nestas cerimônias uma única imagem normalmente cobre o ocorrido. Na apresentação cerimonial, mostrando o doador e o receptor, temos a ação sem pose. O “cinegrafista”, no entanto, pede aos organizadores para posar para ele olhando diretamente para a câmera, apertando as mãos ou em alguma outra atitude amistosa.⁴ (PRICE, 1932, p. 16)

Em relação ao desenvolvimento dos procedimentos/rotinas atreladas à dimensão técnica da fotografia de notícia, Price (1932) levantou, de forma bastante concisa, condutas as quais poderiam prejudicar uma efetiva realização dos trabalhos em campo. Na busca por estabelecer uma conduta mais “ativa” para os fotógrafos de imprensa, o autor sugeriu uma postura mais proativa para com os personagens e as temáticas abordadas, o que evitaria a formação de um profissional subserviente e pouco “questionador”.

Ao cobrir uma pauta, não se desanime no primeiro “não”. Se foi dito que o nosso homem não está no local, verifique ou desacredite a informação você mesmo e espere pelo seu surgimento. Não tome nada como garantido. Quando esperar, não relaxe sua vigilância. Não seja influenciado por amigos do homem que você está caçando. Eles podem deliberadamente enganar você. Não seja o último homem na pauta ou espere até que todas as boas fotos sejam capturadas. Segure uma posição para você onde os fotógrafos estiverem presentes em número. Não seja enganado.⁵ (PRICE, 1932, p. 72)

4 Tradução livre para: “There are assignments where the photographer, by employing good-nature suggestion, can very definitely improve the quality of his pictures. (...) the official welcome of a personality, the medal rewarding heroism. In these ceremonies a single picture usually covers the incident. In the ceremonial presentation, showing the donor and the recipient, we have action without posing. The cameraman, however, asks the principals to pose for him looking directly at the camera, shaking hands or in some other attitude of familiarity.” (PRICE, 1932, p. 16)

5 Tradução livre para: “When covering an assignment, do not collapse at the first “no”. If told that our man is not on the premises, verify



No tocante ao desenvolvimento da dimensão da linguagem da fotografia de notícias, um dos desafios mais urgentes da época consistia em identificar, para os leitores, a gama de possibilidades de produção de conteúdo por meio da apresentação dos gêneros característicos da atividade. Tal posicionamento representou, de forma substancial, uma “profissionalização” na condução do ensino da fotografia de notícia, visto que evidenciou padrões os quais permitiram a consolidação de modelos de normatização da construção do discurso visual da notícia.

Acerca do tema, Price (1932), mesmo representando o primeiro manualista voltado para o universo da fotografia de notícia, já apresentava em seus escritos uma sugestão de classificação dos gêneros próprios à atividade. O autor especificou a seguinte divisão: Notícias sobre embarcações; Notícias sobre a sociedade; Um assassinato misterioso; Destruição na estrada de ferro; Um grande incêndio; Esportes; Um julgamento importante; Notícias Gerais; *Features*; Singularidades naturais e Histórias de Animais.⁶

A priori, pode-se destacar o esforço desenvolvido pelo manualista no intuito de conceituar os gêneros apresentados na publicação, que também representam os próprios capítulos do manual. Sobre as “General News”, Price (1932) destaca

Notícias gerais não são o tipo de jornalismo mais empolgante. Não são calculadas para disparar o entusiasmo ou acender a imaginação como

or discredit the information yourself and await his appearance. Don't take anything for granted. When waiting, don't relax your vigilance. Don't be influenced by friends of the man you are gunning for. They may deliberately mislead you. Don't be the last man on the assignment or wait until all the good pictures have been taken. Where photographers are present in numbers secure a foothold for yourself and hold it. Don't be outwitted”. (PRICE, 1932, p. 72)

6 Tradução livre para: a) Ship News; b) Society News; c) The Murder Mystery; d) A Railroad Wreck; e) A Big Fire; f) Sports; g) An Important Court Trial; h) General News; i) Feature Stories; j) Natural Oddities and Animal Stories

fazem os episódios mais teatrais. No entanto, não deixam de ter interesse, e há sempre o inesperado. A vantagem mais promissora pode se desenvolver em uma experiência marcante. O iniciante deve reconciliar-se com isso e aprender a sua ramificação completamente.⁷ (PRICE, 1932, p. 58)

No conceito apresentado acima, há um destaque para as características que envolvem a ideia de que as “Notícias Gerais” representam o desenvolvimento de um discurso visual noticioso com aspectos pouco “atrativos” para o leitor, estando esse mais conectado a elementos “gerais”.

Já o gênero “Features” é abordado pelo autor por meio da seguinte óptica:

*Feature pode ou não ser uma notícia. Ela pode ser um tópico e não uma notícia. Pode ser o inverso, ou as duas coisas. Mas é de interesse incomum e às vezes importante, e apresenta um lugar visível no jornalismo - geralmente a edição de domingo. Feature Pictures são as que ilustram essas histórias. Às vezes, elas constituem uma história sem texto. O interesse está presente apenas na feature photography. Estas imagens são as mais procuradas quando a notícia é assustadora, embora boas fotos são sempre bem-vindas. Os jornais de domingo estão particularmente interessados sobre elas e oferecer um bom mercado para colonistas e fotógrafos.*⁸ (PRICE, 1932, p. 64)

7 Tradução livre para: “General news is not highly colorful journalism. It is not calculated to fire the enthusiasm or kindle the imagination as do the more theatrical episodes. Nevertheless it is not without interest, and there is always the unexpected. The most unpromising lead may develop into a striking experience. The beginner should reconcile himself to this and learn its ramification thoroughly.” (PRICE, 1932, p. 58)

8 Tradução livre para: “A feature may or may not be a news story. It may be topical and not news. It may be the reverse, or both. But it is of unusual interest and sometimes important, and takes a conspicuous place in journalism - usually the Sunday edition. Feature pictures are those which illustrate such a story. Sometimes they constitute the story without text. Present interest is only in feature photography. These pictures are most wanted when news is scare, though good pic-

Todavia, um dos aspectos mais relevantes nesse pioneiro trabalho desenvolvido por Price (1932) de categorização dos gêneros relacionados à fotografia de imprensa diz respeito à convergência entre as características que regem as dimensões apresentadas acima - técnica e de linguagem. Com isso, pode-se observar a construção de um panorama que articula o desenvolvimento de padrões relativos aos processos de cobertura das pautas (foto)jornalística associado às características específicas de cada um dos gêneros apresentados.

Ao se considerar as dimensões da técnica e de linguagem tratadas acima, vale destacar dois parâmetros relacionados por Price (1932) no tocante a construção do discurso visual da notícia e suas especificações a respeito da dimensão deontológica. No intuito de trazer para sua obra um debate acerca das características próprias à seara da ética e da moral para a condução da atividade fotojornalística, observa-se uma subdivisão temática que assinala para dois elementos:

- a) Apresentação do que poderia ser classificado como um código comportamental para o trabalho dos repórteres fotográficos “em cena”;
- b) Questões relativas à propriedade da imagem.

Acerca da proposta de apresentação de um código comportamental, Price (1932) traduziu a necessidade de se instituir certos “limites” para os mecanismos que seriam utilizados pelos repórteres fotográficos para produção de uma imagem. Todavia, antes de relacionar como esses marcos poderiam ser pensados em consonância com as características e os procedimentos desenvolvidos para as dimensões da técnica e de linguagem,

tures are always welcome. The Sunday papers are particularly keen about them and provide a good market for feature writers and photographers”. (PRICE, 1932, p. 64)

constatou-se a elaboração de recomendações mais genéricas, que abordaram aspectos que se relacionavam a própria construção da “personalidade” do repórter fotográfico.

A personalidade de um fotógrafo determina o seu sucesso ou fracasso. Se ele é ofensivamente agressivo, ameaçador, irreverente ou intrusivo, ele vai despertar resistência e derrotar a si mesmo, como alguém que não se ressentido sendo espancado ou tendo a sua privacidade invadida.⁹. (PRICE, 1932, p. 10)

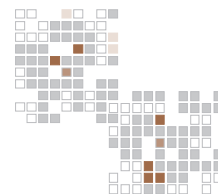
Ainda nesse sentido, Price (1932) adverte:

Não aborde alguém desconhecido para você pelo seu primeiro nome, ou qualquer apelido familiar. Não abuse da dignidade de qualquer pessoa; e lembre-se sempre que você é o representante de um jornal representativo. Não tente a intimidação. Não seja desrespeitoso¹⁰. (PRICE, 1932, p. 70)

Visto isso, observa-se que o autor contribuiu com a consolidação das práticas necessárias para a construção de um código comportamental referente à condução dos trabalhos do repórter fotográfico. Price (1932) aproxima a dimensão deontológica das searas da técnica e de linguagem por meio de uma abordagem que elencou

9 Tradução livre para: “The personality of a photographer determines his success or failure. If he is offensively aggressive, threatening, flippant or intrusive he will arouse resistance and defeat himself, as who does not resent being bludgeoned or having one’s privacy invaded”. (PRICE, 1932, p. 10)

10 Tradução livre para: “Do not address anyone unknown to you by his or her first name, or any familiar nickname. Do not trespass on anyone’s dignity; and remember always that you are the representative of a representative newspaper. Do not attempt intimidation. Do not be disrespectful”. (PRICE, 1932, p. 70)



que “posturas” poderiam/deveriam ser adotadas por esses profissionais nos momentos que envolveriam tanto a produção como a realização da pauta fotográfica.

Ainda sobre as referências concernentes ao comportamento do repórter fotográfico em campo para a cobertura das *Society News*, Price (1932) oferece as seguintes orientações:

Como obter fotografias quando um “mante-nha-se fora da grama” confronta de todos os lados os homens na pauta? O casamento foi ao ar livre. Um fotógrafo escondeu-se em alguns arbustos, e foi prontamente descoberto e expulso. Outro, disfarçado como um garçom, contrabandeou-se em um vagão. Ele também foi levado para fora. Outros, e ainda mais, seguiram. Todos foram despejados. A mãe da noiva estava em desespero. Uma consulta a família foi realizada; o bom senso prevaleceu, para os fotógrafos foi requerido nomear uma comissão de dois para fotografar a cerimônia. Isso foi feito, e cópias foram fornecidas a todos os fotógrafos reunidos¹¹. (PRICE, 1932, p. 32)

No que diz respeito à propriedade das imagens obtidas durante a realização das *assignments*, houve uma tentativa ainda bastante inicial de consolidação de um modelo de condução das atividades. Price (1932) ofereceu poucos subsídios para orientar os repórteres fotográficos e demais profissionais nas redações no que se refere às es-

11 Tradução livre para: “How to get photographs when “keep off the grass” confronted the men on the assignment on all sides? The wedding was an out-doors affair. A photographer concealed himself in some shrubbery, was promptly discovered and thrown out. Another, disguised as a waiter, smuggled himself in a caterer’s wagon. He too was ushered out. Others, and still others followed by this and that ruse. All were evicted. The mother of the bride was in despair. A family consultation was called; common sense prevailed, and the photographers were asked to appoint a committee of two to photograph the ceremony. This was done, and copies supplied to all the assembled photographers. (PRICE, 1932, p. 32)

pecificidades legais quanto à propriedade das fotografias obtidas durante a execução das pautas. Há apenas uma referência no guia que procurou esclarecer tal questão:

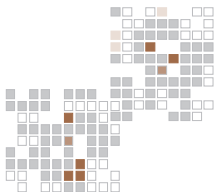
Nunca, sob quaisquer circunstâncias, não importa o quão atraente ou rentável a tentação, libere para os outros uma imagem que você foi contratado para fazer. Você, e as fotografias que você realiza, são de propriedade do interesse de quem você trabalha.¹². (PRICE, 1932, p. 09)

Entretanto, vale salientar que, mesmo não oferecendo uma complexidade evidente no tratamento de algumas das questões que envolviam o direito de imagem e a propriedade intelectual da produção fotográfica obtida, o primeiro manual voltado exclusivamente para a fotografia jornalística já demonstrou que a dimensão deontológica deveria representar uma das áreas de interesse dos profissionais envolvidos com o ensino do jornalismo fotográfico. Ademais, também é importante destacar que esse posicionamento adotado por Price (1932) despertou um maior interesse tanto por parte das empresas jornalísticas como também das instituições de ensino superior para a criação de produtos, rotinas e processos voltados para o cenário da imagem no jornalismo.

4. Conclusões

Podemos afirmar que, a partir da análise do primeiro manual voltado às dinâmicas próprias da fotografia de imprensa, as modificações concernentes às dimensões técnica, de linguagem e deontológica promovem uma leitura sobre a atividade fotojornalística a qual perpassa a

12 Tradução livre para: “Never under any circumstances, no matter how alluring or profitable the temptation, release to others a picture you have been commissioned to make. You, and the the photographs you take, are the property of the interest you serve”. (PRICE, 1932, p. 09)



compreensão da atividade apenas como vetor ilustrativo para as publicações jornalísticas.

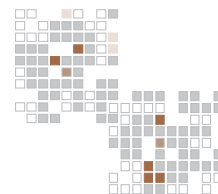
Por meio da análise das regularidades, das rupturas dos eventos textuais e das acumulações de transferência do consuetudinário para o normativo, podemos afirmar que o fotojornalismo é um campo. Porque ele trata de um fenômeno específico. A notícia como um fenômeno social específico, traduzido visualmente. Mesmo com suas imperfeições, que são problemas também do jornalismo, ele tem uma preocupação, um objeto, técnicas, regras e resultantes estéticos, portanto ele pode (e deve) ser definido como um campo. Ademais, no que se relaciona aos manuais, estes precisam da prática para justificá-la como base empírica que fortalece seu lugar de importância, como a prática precisa do manual para ter uma credibilidade ou ter um lugar de referência.

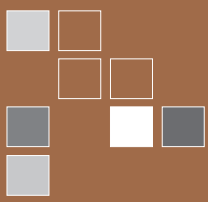
Consequentemente, ao abordarmos a figura do manualista, é possível articular o surgimento de um sujeito-autor o qual incorpora o “espírito do tempo” em publicações específicas: os manuais

de fotojornalismo. Um manual, dentro de um comprometimento pedagógico, ele é um acontecimento. O manual precisa da prática para justificar a prática com base empírica que fortalece seu lugar de importância como a prática precisa do manual para ter uma credibilidade, um lugar de referência para se assegurar como campo. É preciso ter um lugar de referência. Na verdade, tem-se um jogo de interesse mútuo entre um conjunto de práticas e os manualistas. São os manualistas que vão entender um certo conjunto de práticas como sendo regulares, válidos, repetidos, sistematizados, uniformes, e a prática também precisa disso no sentido de ter um respaldo sistematizado para poder se entender enquanto campo, um lugar de disputa. A presença das editoriais de fotografia, a especialização dos profissionais, a normatização de práticas, os preceitos deontológicos, as gramáticas técnicas, a utilização de recursos estéticos, tudo isso perpassa a conjunção de elementos salutares para a consolidação da profissão.

Referências

- BAEZA, Pepe. *Por uns funcion crítica de La fotografia de prensa*. Barcelona: Gustavo Gili, 2007.
- BENAZZI, Lauriano Atílio. *Fotojornalismo: taxinomia e categorização de imagens jornalísticas*. 2010. 99 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Comunicação Social, Universidade Estadual de Londrina, Londrina, 2010.
- BERTRAND, Claude-jean. *A deontologia das mídias*. São Paulo: Editora da Universidade Sagrado Coração, 1999.
- DANA, Charles. *The Art of Newspaper Making: Three Lectures*. New York: D. Appleton and Company, 1895.
- FELIPPI, Ângela; SOSTER, Demétrio de Azeredo; PICCININ, Fabiana (Org.). *Edição de imagens em jornalismo*. Santa Cruz do Sul: EDUNISC, 2008.
- GIVEN, John. *Making a Newspaper*. New York: Henry Holt and Company, 1907.
- LEDO ANDIÓN, Margarida. *Foto-xoc e xornalismo de crise*. A Coruña: Edicións do Castro, 1989.
- LUCE, Robert. *Writing for the press: a manual for editors, reporters, correspondents, and printers*. Boston: The Writer Publishing Strett, 1891.
- MUNHOZ, Paulo César Vialle. *Estabelecendo fronteiras: tratamento e manipulação na prática profissional da fotografia documental jornalística*. 2016. 295 f. Tese (Doutorado) - Curso de Programa de Pós-graduação em Comunicação e Cultura Contemporâneas, Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2016.
- MUNIZ NETO, Alcebiardes. *O fotojornalismo na era digital*. 1v. 238p. Dissertação de Mestrado. UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA – COMUNICAÇÃO. 1999.
- PRICE, Jack. *News Photography*. New York: Round Table Press, 1932.
- RITCHIN, Fred. *After Photography*. WW. Norton & Company, 2009
- SHUMAN, Edwin. *Steps into Journalism: helps and hints for young writers*. Illinois: Correspondence School of Journalism, 1894.
- SILVA JÚNIOR, José Afonso. *Permanência e desvio no fotojornalismo em tempo de convergência digital: elementos para uma discussão preliminar*. XXXI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Natal, 2008.
- SOJO, Carlos Abreu. *Los géneros periodísticos fotográficos*. Barcelona: Barcelona Digital S.L., 1998.
- SOUSA, Jorge Pedro. *Fotojornalismo: introdução à história, às técnicas e à linguagem da fotografia na imprensa*. Biblioteca On-line de de Ciências da Comunicação, 2002. Disponível em <www.bocc.ubi.pt>. Acesso em 10 mar 2015.
- SOUSA, Jorge Pedro. *Uma História Crítica do Fotojornalismo Ocidental*. Porto: Universidade Fernando Pessoa, 1998.





COMUNIDADES ECLESIAIS DE BASE (CEBS) EM MATO GROSSO/BRASIL: COMUNICAÇÃO E PRÁTICAS CULTURAIS

BASE ECCLESIAL COMMUNITIES (CEBS) IN MATO GROSSO/ BRAZIL:
COMMUNICATION AND CULTURAL PRACTICES

COMUNIDADES ECLESIALES DE BASE (CEB) EN MATO GROSSO/ BRASIL:
COMUNICACIÓN Y LAS PRACTICAS CULTURALES

Gibran Luis Lachowski

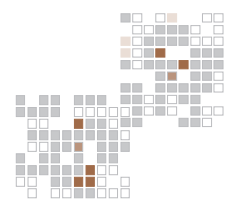
■ Gibran Luis Lachowski é doutorando no Programa de Pós-graduação em Estudos de Cultura Contemporânea da Universidade Federal de Mato Grosso (UFMT). Docente do Departamento de Jornalismo da Universidade do Estado de Mato Grosso (UNEMAT) e mestre em Estudos de Linguagens.

■ E-mail: prof.gibranluis@gmail.com

Yuji Gushiken

■ Yuji Gushiken é docente no Programa de Pós-graduação em Estudos de Cultura Contemporânea da Universidade Federal de Mato Grosso (UFMT). Doutor em Comunicação e Cultura pela Universidade do Rio de Janeiro (UFRJ). Pós-doutor em Comunicação na Universidade Federal do Ceará (UFC). Tem publicado artigos em periódicos e livros no Brasil, Alemanha, EUA, China, México e Chile.

■ E-mail: yug@uol.com.br



RESUMO

No modelo de estudos da comunicação como cultura e na perspectiva da comunicação como ritual, analisa-se neste artigo duas práticas recorrentes nas Comunidades Eclesiais de Base (CEBs) da Igreja Católica no Brasil: culto aos mártires e mística espiritual, observadas em pesquisa de campo no estado de Mato Grosso (2017-2020). Nas CEBs, as práticas culturais mostram uma dimensão comunicacional que conjuga religiosidade e política. A emergência das CEBs nos anos 1960 reflete a luta contra a ditadura militar, quando passaram a se envolver com movimentos sociais pela cidadania e subjetividade, com eles atuando e se confundindo.

PALAVRAS-CHAVE: CEBs; COMUNICAÇÃO RITUAL; COMUNICAÇÃO COMO CULTURA; PRÁTICAS CULTURAIS.

ABSTRACT

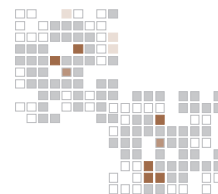
In the model of studies of communication as culture and in the perspective of communication as ritual, this article analyzes two recurrent practices in the Ecclesiastical Base Communities (CEBs) of the Catholic Church in Brazil: cult of martyrs and spiritual mystique, according to field research in the state of Mato Grosso (2017-2020). In CEBs, cultural practices show a communicational dimension that combines religiosity and politics. The emergence of CEBs in the 1960s reflects the fight against the military dictatorship, when they started to dialogue with social movements of citizenship and subjectivity, acting and merging with them.

KEYWORDS: CEBs; COMMUNICATION RITUAL; COMMUNICATION AS CULTURE; CULTURAL PRACTICES.

RESUMEN

En el modelo de estudios de la comunicación como cultura y en la perspectiva de la comunicación como ritual, este artículo analiza dos prácticas recurrentes en las Comunidades Eclesiales de Base (CEB) de la Iglesia Católica en Brasil: el culto a los mártires y la mística espiritual, según investigación de campo en el estado de Mato Grosso (2017-2020). En las CEBs, las prácticas culturales tienen una dimensión comunicativa que combina religiosidad y política. Su aparición en la década de 1960 refleja la lucha contra la dictadura militar, cuando se involucran con movimientos sociales de ciudadanía y subjetividad, actuando y confundándose.

PALABRAS CLAVE: CEB; COMUNICACIÓN RITUAL; COMUNICACIÓN COMO CULTURA; PRÁCTICAS CULTURALES.



1. Tema central e objetivos

As Comunidades Eclesiais de Base (CEBs) da Igreja Católica surgiram nos anos 1960 no Brasil, sob o signo do Cristo libertador e da militância contrária às ditaduras que se instalavam na América Latina. Desde aquela década, e já neste século XXI, mostram resiliência e capacidade criativa, produzindo sua existência de um modo paradoxal: de baixa visibilidade junto à sociedade de modo geral, mas apresentando internamente um sem-número de atividades que dotam seus valores de sentido.

A representação do Cristo libertador corresponde a uma interpretação recorrente nas CEBs quanto a Jesus de Nazaré. Sua vida é tomada como exemplo de enfrentamento às injustiças sociais e marginalização cultural contra pobres, enfermos, mulheres e outras parcelas fragilizadas na sociedade palestina de dois mil anos atrás. Ao mesmo tempo, sua conduta é vista como força divina capaz de estimular a abertura de caminhos para a superação destes males e transformação desta realidade.

Em uma definição recorrente, CEBs são grupos voltados à paróquia (urbana) ou à capela (rural), liderados por leigos e leigas, padres e freiras, identificados pela religião e pela classe social (trabalhadora), que socializa problemas e propostas de solução (Betto, 1985). As CEBs, nestes 60 anos de existência, vêm dialogando com novos sujeitos sociopolíticos e culturais. Hoje estão presentes em 20 países das Américas¹, por meio de uma Articulação Continental e, no Brasil, nos 26 estados e no Distrito Federal.

Historicamente, as CEBs produziram e desenvolveram práticas culturais, promovendo relações de apoio mútuo com distintos movimentos

sociais, evidenciando a constituição de uma interface entre cultura e política. O aspecto político no campo cultural implicou em uma indiscernibilidade entre o que seriam enunciados próprios das CEBs e o que lhes é discursivamente exterior, na medida em que essa exterioridade dos movimentos sociais conecta religiosidade, cidadania e subjetividade.

Nesta segunda década do século XXI, as CEBs manifestam-se através de trabalhos religiosos comunitários, parcerias com pastorais sociais, organismos e diversas iniciativas de apoio a grupos minoritários: indígenas, migrantes, pessoas em situação de rua, mulheres marginalizadas, juventude de periferia e população LGBT+.

Em sua discreta existência diante da sociedade civil, do Estado e dos governos (a partir dos anos 1990), as CEBs se projetam através de práticas culturais que designam sua relação, entre convergente e crítica, com a oficialidade católica. Desenvolvem um “modo de ser Igreja” junto à sociedade em geral e frente às políticas de Estado e de governos. As CEBs têm uma relação complexa com a instituição Igreja Católica, pois integram sua estrutura, mas defendem um modelo de atuação mais progressista.

A vinculação das CEBs com políticas da cidadania e da subjetividade ainda se configura como o lado mais visível dessas comunidades, o que se registra pela articulação com movimentos sociais e culturais, denotando o desenvolvimento de processos pautados pela construção da comunicação em seu modelo dialógico (Gushiken, 2006).

A designação de “Comunidades Eclesiais de Base” atualmente advém de práticas culturais que estruturam o plano simbólico e indicam, ainda que difusamente, o que são estas comunidades e como elas se expressam por meio de tais atividades, embora não apenas (Lachowski; Gushiken, 2019). Romarias em memória de mártires, marchas reivindicatórias, rituais espirituais, rodas de conversa, cafés da manhã em comunidade, rezas

¹ Brasil, México, Estados Unidos, Guatemala, El Salvador, Honduras, Nicarágua, Costa Rica, Panamá, Colômbia, Bolívia, Peru, Equador, Chile, Argentina, Paraguai, Uruguai, Venezuela, República Dominicana e Haiti.

e reuniões de líderes, missas ou cultos para públicos minoritários, leituras bíblicas e danças. Estas são, entre outras, práticas que constituem genericamente as atividades das CEBs, ainda que em cada região do país ganhem contornos próprios.

O objetivo deste trabalho é refletir sobre a dimensão comunicacional das práticas culturais no âmbito das CEBs, no contexto da realidade socio-política brasileira neste início de século XXI, pela observação em campo em quatro municípios do Estado de Mato Grosso, região Centro-Oeste do Brasil: Cuiabá (capital), São Félix do Araguaia (Nordeste do estado), Rondonópolis (Sudeste do estado) e Jangada (Baixada Cuiabana²).

2. CEBs: O que são, o que fazem

A existência das CEBs traduz-se por uma atuação que borra as fronteiras entre Igreja (instituição) e sociedade (mundo), enunciando uma concepção comunicacional que tende aos rituais, ao diálogo e à comunhão em nível comunitário. Esse fazer-existir se dá por meio de práticas culturais que evocam uma espiritualidade no/do cotidiano e que ensejam a transformação da realidade material.

Esse modo de ser considera, também, um terceiro elemento nas narrativas cotidianas, qual seja, “o próximo”, figura associada à parábola do bom samaritano, contada por Cristo para falar da empatia e da alteridade (Lc 10, 25-37). A constituição identitária das CEBs envolve espiritualidade, cultura e religião. Apesar da literatura científica consolidar o surgimento das CEBs no contexto da luta contra a ditadura (1964-1985), suas primeiras inspirações existiriam desde os anos 1940, via catequese popular e mobilização social (Teixeira, 1988), ou ainda no século XIX, pela tradição de religiosos peregrinos do semiárido nordestino (Malvezzi, 2012). Porém, a versão mais remota liga as CEBs ao cristianismo primi-

tivo, praticado pelos discípulos de Jesus logo após sua morte, como se lê em Atos dos Apóstolos (At 2, 42-45).

Nessa leitura, as CEBs não se configuram como movimentos sociais, mas dialogam com estes sujeitos sociopolíticos e culturais pelo menos desde os anos 1960. Este diálogo aparece no contexto do Concílio Vaticano II³ e da Conferência Episcopal de Medellín⁴, que foram importantes impulsionadores de uma concepção de catolicismo mais próximo da realidade popular e da população socialmente marginalizada. Nesse sentido, as CEBs buscam manter-se como “modo de ser Igreja”, pautado no protagonismo de fiéis leigos e leigos e na sintonia com o clero progressista.

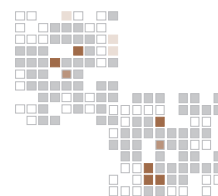
Essa opção atende pelo nome de “espiritualidade libertadora” e corresponde a uma interpretação bíblica que remete à ideia do Cristo libertador enquanto superação de alienações e opressões. Um Cristo situado na Palestina histórica, que não criou religião, foi morto e ressuscitou, performando uma amálgama sócio-histórica e transcendental.

Ao empreenderem esse tipo de espiritualidade, as CEBs cultivam um ambiente que se viabiliza por inúmeras práticas culturais, conjugando elementos de caráter próprio, do catolicismo popular e da religião oficial. Essas práticas compreendem rezas, missas, grupos de leitura bíblica e plenárias de debates. Festas de santo, caminhadas reivindicatórias, encontros e romarias em homenagem a mártires de causas sociais. Ações ecumênicas (entre religiões cristãs, geralmente envolvendo

2 Conjunto de municípios situado no entorno da capital do Estado.

3 Encontros de autoridades eclesiais (1962-1965) feitos no contexto de uma Igreja em forte debate interno que indicaram ser necessário: descentralizar e desclericalizar a prática da fé católica; e estimular a descolonização de um modelo religioso eurocêntrico mediante abertura às várias expressões culturais das comunidades.

4 Reunião de bispos latinos em 1968 na Colômbia, sob entusiasmo do Concílio Vaticano II, que defendeu, a “opção preferencial pelos pobres” e a importância da organização de fiéis em “comunidades de base”.



catolicismo e denominações protestantes) e atividades voltadas ao diálogo inter-religioso (entre religiões cristãs e expressões de outras matrizes, como Umbanda, Candomblé, Budismo e práticas espirituais indígenas).

Gohn (2019, p. 74-80) situa as CEBs até o terceiro ciclo histórico de participação social no Brasil, na década de 1980, caracterizada pela redemocratização, o que as dissolve na gama de sujeitos sociopolíticos e culturais presentes nas lutas populares das décadas posteriores. Vários trabalhos referendam essa visão, no rastro da organização popular, formação cidadã, importância da Teologia da Libertação⁵ e do Concílio Vaticano II (Löwy, 1991; Beozzo, 1993; Barbosa, 2008; Marins, 2015).

Uma abordagem de pesquisa majoritariamente centrada em macronarrativas, reproduzida no campo da comunicação, centra foco em estudos sobre sistemas midiáticos comunitários e industriais. Essa abordagem minimiza ou não capta os fazeres cotidianos das CEBs e fortalece a ideia de que elas passam por um momento histórico de “invisibilidade simbólica”.

Se a visão macronarrativa ancorou as CEBs à simbologia das lutas sociais dos anos 1960, 1970 e 1980 e projeta um imaginário orientado por um exame conjuntural, notamos, em paralelo, um enfoque voltado à produção cultural cotidiana. Alguns exemplos: Domezi (2006) estuda a conformação do catolicismo popular de libertação junto às comunidades de base; Locks (2008) investiga relação entre CEBs e grupos de família;

5 De modo geral, a Teologia da Libertação estuda o ambiente religioso em suas múltiplas ligações com os campos do conhecimento, defende ideias e apresenta metodologias, como outras tantas teologias. Porém, conforme sua especificidade, concerne a uma reflexão teológico-sociológica elaborada com base na realidade da América Latina dos anos 1960/1970, bastante marcada pelas ditaduras militares, pelo imperialismo dos Estados Unidos e pela desigualdade social. Sendo assim, a reflexão da Teologia da Libertação se faz a partir da prática concreta de superação da situação opressiva pelos pobres e por seus parceiros neste duro processo.

Menezes (2010) toma CEBs como organizações horizontais em rede; Souza (2019) etnografa sacralização de lideranças via romarias martiriais.

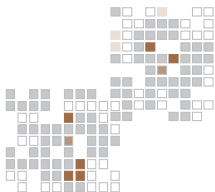
3. Marco teórico-metodológico

Este trabalho parte do modelo de estudos da comunicação como cultura, proposto pelo epistemólogo Venício Artur de Lima (2001). Neste modelo, a comunicação é “definida como significação oposta ao polo da transmissão, isto é, como compartilhamento” e busca a “compreensão (e não a formulação de leis) das representações e práticas culturais” (Lima, 2001, p. 49-50). A dimensão comunitária da vida social torna-se relevante na distensão teórica propriamente comunicacional, posto que os processos simbólicos se relacionam, no caso das CEBs, com práticas culturais.

Assim, pondera-se não como a mídia (de massa ou alternativa) representa as CEBs, mas como as CEBs, através de suas práticas culturais, se representam, dotando o campo comunicacional de práticas culturais como fonte de poder simbólico. A análise de caráter histórico-crítica argumenta a favor de se considerar o próprio campo cultural como dotado de seu potencial de produção de sentido.

Neste modelo, portanto, consideramos os aspectos rituais da comunicação, que se referem, segundo James Carey (1992), a elementos do cotidiano, como conversar, trocar ideias, promover um debate, fazer uma pergunta. Nada que se refira aos modernos meios massivos ou às mídias digitais. Para o autor, os rituais da comunicação se confundem com as práticas de produção de sentido potencializado com e apesar das condições modernizantes da vida contemporânea.

Consideramos o modelo de Carey como uma crítica à cultura enquanto difusão de informações, o que tem sido próprio da abordagem transmissiva e representante (quando não constituinte) da modernidade capitalista estadunidense



(quando não do amplo processo de ocidentalização do mundo). Neste sentido é que a comunicação como ritual argumenta a favor de um modelo calcado em trocas simbólicas, colocando-se contemporaneamente antes e além das abordagens hegemônicas no referido campo de pesquisa.

Neste trabalho, apresentamos as práticas culturais das CEBs como atualizadoras ou constituintes deste modelo comunicacional, na medida em que ele sugere um modo de existência simbólica potente como autoafirmação de um modo de vida. Essa autossuficiência das CEBs converte-se em distância quanto aos sistemas midiáticos de orientação hegemônica. Expressa, assim, uma posição crítica à comunicação como processo modernizador e busca, na maioria das vezes, alternativas com foco em audiências comunitárias, valorizando a artesanaria da mobilização e da articulação.

A opção metodológica neste artigo também se insere na interface de estudos referentes à relação entre CEBs e comunicação no Brasil. É o que podemos depreender do conjunto de trabalhos acadêmicos relativos à comunicação religiosa e à comunicação alternativa, popular e comunitária desenvolvidos desde a década de 1970 no país, como apontam levantamentos de Kunsch (2001) e Otre (2015).

Esses esforços de inventariar e analisar dissertações e teses feitas no contexto de programas de pós-graduação em Comunicação apontam uma perspectiva de pesquisa majoritariamente voltada a investigar a produção sociocultural das classes populares no âmbito midiático e sob contorno sócio-histórico, seja na concepção, reflexão, produção e gestão de meios e processos comunicativos.

Esses levantamentos mostram que os estudos sobre a comunicação das CEBs seguiram a mesma tendência. É neste sentido, portanto, que o enfoque da comunicação como ritual, observado no modelo de estudos da comunicação como cultura (Lima, 2001), pode contribuir epistemo-

logicamente nas investigações sobre comunicação nas Comunidades Eclesiais de Base.

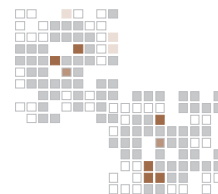
Para a produção deste artigo, recorreremos à pesquisa de campo, lastreada pela descrição e interpretação dos dados produzidos e levantados. Baseamo-nos na observação participante, na medida em que buscamos significados pertinentes a realidades humanas vividas socialmente (Minayo, 2002). Nesta pesquisa de caráter qualitativo, tomamos o trabalho de campo como um “momento relacional e prático de fundamental importância exploratória, de confirmação ou refutação de hipóteses e construção de teorias” (Minayo, 2002, p. 26).

Acrescentamos, por fim, a importância da pesquisa bibliográfica (Fonseca, 2002), suporte ao qual recorreremos durante todo o processo de investigação e redação e a partir do qual aprofundamos o conhecimento quanto às CEBs, no que tange à sua história, identidade e modos de funcionamento, bem como nos aproximamos dos perfis investigativos acerca delas.

Por meio desse arcabouço teórico-metodológico, procedemos à análise comunicacional das práticas culturais das CEBs. Para tanto, ocupamo-nos das atividades desenvolvidas no estado de Mato Grosso, local onde residimos e desenvolvemos as pesquisas sobre as Comunidades Eclesiais de Base.

Em Mato Grosso, as CEBs estão organizadas a partir da divisão administrativa da Conferência Nacional dos Bispos do Brasil (CNBB), ou seja, em uma arquidiocese (Cuiabá) e em sete dioceses (Rondonópolis-Guiratinga; Primavera do Leste-Paranatinga; Barra do Garças; Juína; Sinop; Cáceres; Diamantino). Cada uma dessas unidades engloba vários municípios⁶.

6 Conforme a Equipe de Articulação das CEBs no estado, não há Comunidade Eclesial de Base na diocese de Diamantino. E hoje em dia a prelaia de São Félix do Araguaia integra o Regional Norte 3 da CNBB (junto com Tocantins e parte do Pará), mas em 2017, quando os dados foram coletados na cidade, pertencia ao Regional Oeste 2, que corresponde a Mato Grosso.



A seleção de atividades expostas aqui buscou evidenciar a diversidade dos locais de atuação das CEBs no vasto território de Mato Grosso, onde observamos vários formatos de organização comunitária: romaria martirial, em São Félix do Araguaia; reunião mensal, em Cuiabá; romaria ambiental, em Rondonópolis; e Encontro Anual, em Jangada.

Nesses formatos de organização, concentramo-nos em descrever e analisar duas práticas culturais bastante expressivas nas CEBs: o culto aos mártires e a mística. Observamos essas práticas durante inúmeras atividades, das quais selecionamos as efetuadas em quatro municípios, entre 2017 e 2020. Há alguns anos temos pesquisado a dimensão comunicacional das CEBs em suas práticas culturais, bem como realizado trabalho voluntário na área de comunicação popular.

A observação participante foi o principal procedimento metodológico na coleta de dados. Fizemos uso de caderno de anotações e do registro fotográfico. Também realizamos entrevistas não-estruturadas (pontuais) com participantes das atividades e consultas à internet para complementar esta etapa da pesquisa, sobretudo ao *site* nacional das CEBs e ao perfil do *Facebook* das CEBs da diocese de Rondonópolis-Guiratinga⁷.

No Encontro Regional em São Félix do Araguaia, o acompanhamento ocorreu desde os meses que antecederam sua preparação, por meio de participação em reuniões de planejamento, e também durante o evento, realizado de 7 a 10 de setembro de 2017. Contudo, para este artigo, nos concentramos na romaria martirial, realizada na noite de 9 de setembro de 2017, que foi um dos momentos da programação.

A coleta de dados quanto às atividades ocorri-

das em Cuiabá, Rondonópolis e Jangada repetiu o manejo de procedimentos metodológicos e, para esta publicação, dedicou-se a descrever e interpretar a ocorrência de místicas espirituais. Em Cuiabá, fizemos uma síntese das várias reuniões ampliadas das CEBs, as quais acompanhamos entre 2018 e 2020. No que diz respeito a Rondonópolis e Jangada, centramo-nos no transcurso dos eventos, em setembro e outubro de 2019, especificamente nos momentos de mística.

4. Dimensão comunicacional nas práticas culturais

São diversas as práticas culturais das CEBs, observadas nos seus fazeres comunitários, assim como em reuniões e encontros de maior abrangência, em nível nacional e internacional. Nessas atividades, os participantes promovem momentos de reflexão balizados por análises conjunturais da realidade brasileira e internacional em concomitância com fruição espiritual manifesta pelo acesso e cultivo ao sagrado. Focamos a seguir em duas práticas culturais representativas do fazer das CEBs: o culto aos mártires e a mística.

4.1. Culto aos mártires

O **culto aos mártires** atualiza-se na romaria martirial. Trata-se de uma caminhada, ritualisticamente lenta, realizada nos espaços urbanos ou em estradas e rodovias, com rezas e canções, na qual os membros das CEBs recordam de pessoas que foram mortas por sua atuação em defesa de grupos marginalizados, independentemente da concessão de grau de santidade pela instituição Igreja.

O ambientalista Chico Mendes, a sindicalista Margarida Alves, a política Dorcelina Folador e o indígena Simão Bororo são considerados alguns destes mártires. Líder seringueiro, Chico Mendes foi assassinado em 1988 em Xapuri, Estado do Acre, região Norte do Brasil. A morte da sindicalista rural Margarida Alves, a mando de latifun-

⁷ Endereço do site: <www.cebsdobrasil.com.br>. E endereço no Facebook: <<https://www.facebook.com/cebs.diocesederondonopolis-guiratinga/videos/768334223604899>>. Ambos acessados em: 30 mar. 2021.

diários, ocorreu em 1983 em Alagoa Grande, no Estado da Paraíba, Nordeste do país. Líder sem-terra e prefeita de Novo Mundo, Dorcelina Follador foi morta em 1999 no Estado de Mato Grosso do Sul, região Centro-Oeste. O assassinato de Simão Bororo ocorreu a mando de fazendeiros em 1976 em Mato Grosso, Centro-Oeste, por ele defender a demarcação de terras aos indígenas.

No imaginário jornalístico brasileiro, Mato Grosso integra uma região que desde os anos 1970 fornece matéria-prima a uma demanda mundial por produtos de origem vegetal, em especial a soja, com problemas econômicos, sociais e ambientais decorrentes de tal modelo de desenvolvimento.

A romaria martirial se presta a um exercício de fazer memória, numa constante cultural que estabiliza a condição do ser religioso. Porém, como não se orienta pelo regramento oficial da Igreja, percebe-se uma proximidade maior entre participantes e figuras recordadas na caminhada.

Os mártires são vistos e tratados como pessoas, e não seres inalcançáveis, em parte das vezes contemporâneos de muitos participantes das marchas. Em uma perspectiva ritual, os integrantes das romarias martiriais valem-se do que Meira (2016, p. 33) chama de “estética da fé pelas mãos do povo das CEBs”, que traz no bojo um fazer artístico e poético e é produzida no contexto de um forte sincretismo cultural.

Notamos esta busca pela expressividade nos moldes de uma efervescência comunicacional durante a caminhada ocorrida em setembro de 2017 no município de São Félix do Araguaia (Nordeste do Estado de Mato Grosso), local historicamente caracterizado pelo conflito pela terra. A atividade integrou o 14º Encontro Regional das CEBs, mais recente edição do evento, já que ocorre a cada quatro anos⁸. O encontro contou

com cerca de 700 pessoas e a maioria participou da caminhada.

O bispo emérito da prelazia de São Félix do Araguaia, dom Pedro Casaldáliga, um dos grandes incentivadores da memória martirial de defensores de causas sociopolíticas, culturais e ambientais na América Latina, esteve em alguns momentos do evento, porém não participou da romaria por conta de seu estágio já avançado de Parkinson.

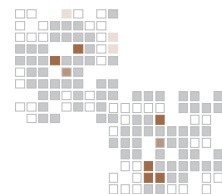
Casaldáliga foi uma das maiores referências religiosas e sociais na região do Araguaia mato-grossense quanto à luta em defesa de posseiros, indígenas, mulheres e da população pobre em geral diante da investida do latifúndio. Tornou-se símbolo de apoio às causas populares na América Latina. Casaldáliga faleceu aos 92 anos em agosto de 2020.

Na romaria martirial em São Félix do Araguaia foi possível observar pessoas usando chapéus de palha nordestinos, cocares indígenas, boinas em verde, vermelho, amarelo e preto, referindo-se ao movimento negro, representado ali pela visualidade do bloco Olodum. Crianças, adolescentes, adultos e idosos. Ladeados, fiéis, padres, freiras, bispos e indígenas. Violões, tambores, pandeiros e chocalhos e microfones amplificados por uma caixa de som. Velas pequenas nas mãos dos participantes, um círio (vela grande) comum em missas solenes, incenso, tochas, túnicas com motivos afro. Leitura bíblica e encenações teatrais.

Essa complexidade ritualística e diversidade cultural subentende várias camadas simbólicas em que a comunicação transparece. No mínimo, envolve o planejamento por parte da equipe organizadora do encontro e a experiência dos integrantes quanto a uma prática cultural-religiosa nos moldes das CEBs.

No caso da preparação da romaria martirial em São Félix do Araguaia, o trabalho concentrou-se em roteirizar a caminhada e garantir a conexão entre o típico tom espiritual destas marchas com

⁸ Houve uma tentativa de antecipar o encontro para 2020, mas isto não foi possível por causa da pandemia de Covid-19.



a temática do encontro regional (“CEBs e os desafios do mundo urbano em Mato Grosso”). Essa tarefa consistiu, por exemplo, em definir o período da marcha (noturno) e os momentos demarcadores de sua realização, bem como garantir o aparato técnico e alegórico capaz de possibilitar a ambiência necessária à atividade, com a disponibilização de carro de som, estandartes com figuras de mártires, músicos e textos escritos para orientar as reflexões.

A romaria foi sinalizada com uma abertura, composta por encenação teatral e leitura bíblica. Em seguida a caminhada transcorreu em meio a várias paradas, para refletir sobre a realidade do país e fazer memória dos mártires referentes às questões indígena, da mulher, da população negra, da terra, da ecologia, dos operários, das crianças e da juventude.

Durante o trajeto havia uma constância entre músicas do cancionário das CEBs – religiosas e típicas de várias regiões do Brasil –, orações tradicionais (como Pai-Nosso e Ave-Maria), leituras e comentários reflexivos (com menções a trechos bíblicos, poéticos e análises de conjuntura). O término da romaria foi às margens do Rio Araguaia, numa faixa de areia semelhante à de praia, com o acendimento de uma fogueira, distribuição de doces e troca de abraços, em sinal de confraternização.

O propósito dessa descrição só tem sentido se for tomada em coexistência com a participação ativa das romeiras e romeiros, por seu envolvimento espiritual e performático. Por isso, na ocorrência própria da marcha, notamos ações planejadas sendo complementadas ou alteradas de improviso, demonstrando um senso de cooperação e criatividade embutido no fazer cultural. Isso pode ser visto, por exemplo, quando iniciava-se um silêncio entre uma música e outra e, rapidamente, um participante entoava uma oração ou uma nova canção, que logo era acompanhada pelos demais.

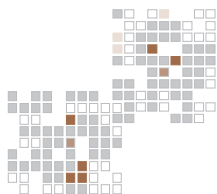
O senso cooperativo mencionado significa também a construção de uma obra que vai se fazendo num processo coletivo. Algo mediado por experiências de vida, práticas religiosas tradicionais, expertise de uma lida mais específica – ligada ao modo de ser das CEBs – e pela vivência exercitada no ato de participação.

Sendo assim, a diversidade de elementos culturais expressa pelos estandartes de mártires, tipos de chapéus, estampas de camisetas, objetos litúrgicos, entre outros, representa não só um trabalho organizativo da equipe de coordenação e uma sintonia de objetivos dos participantes em geral. Significa também uma forma poderosa de exibição pública, na medida em que as pessoas projetam-se com uma potência estética diferente do que exercitam em seu cotidiano e, ainda, do que vivenciam no formato do catolicismo oficial, mais dado à feição litúrgica do que à autonomia das práticas populares.

4.2. Mística

A complexidade ritualística e cultural da mística é vista em inúmeras atividades recorrentes nas CEBs em Mato Grosso, como as reuniões mensais das lideranças da arquidiocese de Cuiabá. Os encontros são realizados nos espaços disponíveis, seja uma sala, um salão, um templo de igreja ou debaixo de uma árvore. Os integrantes colocam-se em círculo, que simbolicamente conota a horizontalidade das relações, acionando, em perspectiva comunicacional, um dispositivo dialógico e afetivo, retroalimentado pela proximidade física e por ações coletivas.

Na parte interna da roda monta-se o que se chama de “altar no chão”, composto de elementos diversos, dispostos pelos participantes. Entre os mais comuns estão tecidos coloridos, cartazes de movimentos populares, imagens de santas e santos, bandeiras de pastorais sociais, bíblia, livros de CEBs, instrumentos musicais, flores, fotos de lideranças políticas e religiosas.



O “altar no chão” dialoga com a “espiritualidade libertadora”, por ser um símbolo de fé posto ao alcance de qualquer pessoa e aberto à contribuição de cada uma. Destituído da sacralidade hierárquica garantida pelos degraus na igreja, este altar se converte num ente constituível, conforme uma ação coletiva. Acaba por ser resultado dos objetos que trazem nas mãos os participantes do encontro. Ao final da atividade o “altar no chão” é desfeito, mostrando uma relação de interdependência entre evento e aparato.

A reunião começa “de fato”, com um momento de **mística**, que poderia, grosso modo, ser chamado de “oração inicial”, não fosse sua complexidade ritualística em grande parte das vezes. De forma geral, essa prática da mística conjuga a introdução do tema da reunião, cantos de animação e meditação, leitura bíblica, abertura de espaço para que as pessoas opinem sobre o texto e fechamento com uma síntese em forma de fala ou nova canção. Esse momento alterna e intercambia instantes de ludicidade, racionalidade, introspecção e evocação espiritual.

Os comentários à leitura bíblica correspondem à “partilha da palavra” e buscam “trazer uma realidade ou uma pessoa” ao encontro do texto proclamado, fazendo deste instante um espaço de cumplicidade. Pululam lembranças de amigas e amigos, histórias pessoais, momentos sociais marcantes, situações dramáticas, assim como a projeção de esperanças e ideais.

Dessa maneira, podemos dizer que a mística é uma prática cultural capaz de manifestar, com densidade, a espiritualidade característica das CEBs. Em compasso com o tom democrático e participativo explicitado pela socialização e pela produção verbal (linguística), esta prática cultural reverbera um estado de interioridade afeito à sociabilidade e ao extralinguístico. Pois gesta-se também no silêncio da meditação, nas palavras apenas sussurradas, nas mentalizações de olhos fechados, na emotividade manifesta nos cantos e

avolumada na produção de gestualidade, geralmente com os braços e as cinturas, mas também com os sorrisos e meneios de aprovação.

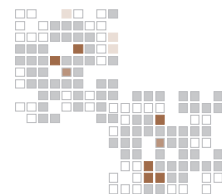
A mística tende a ser bastante plástica no uso de materiais físicos, na mobilização de aparato subjetivo e recursos epistemológicos, podendo ocorrer em diferentes momentos de reunião, bem como nas demais ações das CEBs.

Pode valer-se de um abraço simbólico a cursos d’água, como aconteceu em 29 de setembro de 2019 às margens do Rio Vermelho, na confluência com o Córrego Escondidinho, num acampamento sem-terra, na zona rural de Rondonópolis (Sudeste de Mato Grosso), região marcada pela degradação ambiental. A atividade fez parte da Romaria Franciscana em Defesa do Bioma Cerrado e somou-se à plantação de mudas de árvores e reflexões sobre a conscientização ambiental.

Diferente do que em geral ocorre nas reuniões de lideranças das CEBs na arquidiocese de Cuiabá, a mística realizada na Romaria em Defesa do Cerrado encerrou simbolicamente o evento, ainda que em seguida tenha havido um almoço comunitário e apresentações artísticas. Assim, o “abraço” ao rio/córrego trouxe uma síntese da caminhada, da realidade socioambiental regional e de princípios relativos à sintonia humano-natureza.

O abraço, gesto tanto concreto quanto conotativo na situação referida, desenrolou-se num ambiente físico cercado por águas e mata ciliar, num clima tropical de alta temperatura (acima dos 30°). Nesse sentido, para além de remeter o espírito e a razão a um apelo ecológico, a mística fez-se num ambiente de consciência da realidade e evocativo de subjetividade. O toque corporal, pelo abraço, e o senso de estar no terreno pelo qual se reclamava defesa abriu a possibilidade de uma ampla conectividade sensorial-espacial.

Mencionamos outro exemplo ainda de mística, no intuito de demonstrar a plasticidade desta prática cultural nas CEBs. Agora recorreremos à



formação de um círculo, nos moldes de um caracol, em que pessoas acompanham uma música a partir de um som mecânico, balançam os corpos lateralmente e tocam-se nos ombros, em sinal de cuidado solidário. Foi o que registramos no Encontro Interdiocesano das CEBs Cuiabá-Cáceres, de 18 a 20 de outubro de 2019, realizado no município de Jangada (a 75 quilômetros da capital Cuiabá), cuja maioria da população vive na zona rural.

Essa mística encerrou uma das noites do evento e centrou-se no público jovem, expressando o empenho contínuo das coordenações das CEBs em estimular a renovação de seus participantes. A organização desse momento também foi uma forma de reconhecer o ativismo de alguns grupos de jovens católicos da diocese de Cáceres e da arquidiocese de Cuiabá baseados na “espiritualidade libertadora”. Portanto, a mística trouxe uma intencionalidade objetiva, que ganhou intensidade e produziu sentido na medida em que o conjunto de participantes performou uma abstração.

5. Principais resultados e reflexões finais

As práticas culturais nas CEBs denotam, na interface entre comunicação e cultura, as nuances do que pode ser o campo comunicacional em sua amplitude e complexidade. Os rituais da comunicação, concebidos como equivalentes, análogos ou transcendentais das práticas culturais, ponderam considerar os modos de expressão como processos comunicacionais dos setores populares.

O culto aos mártires, em sua denotação política, cultiva simbolicamente a memória de pessoas que investiram suas vidas na defesa dos direitos civis das populações marginalizadas. As místicas

evidenciam a abertura à inscrição individual no âmbito do coletivo, atualizando uma noção de vida comunitária.

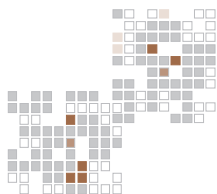
Culto aos mártires e místicas – práticas constituintes das CEBs –, sugerem considerar os modos de expressão performativos, visualmente atualizados no corpo de cada fiel. Comunicação como ritual, portanto, compreende o que se cria no espaço e se repete no tempo, práticas culturais que constituem comunidade.

Nem moderno nem arcaico, estas manifestações culturais que se dotam de construção de sentido sinalizam para a criação de distintos modos de vida que não engrenam na modernidade dos acontecimentos (a ponto de produzir o futuro) e nem asseguram o valor das memórias produzidas (para ter um porto seguro no passado).

Nas CEBs, as práticas culturais evidenciam a expressão possível como criação simbólica no âmbito das culturas populares. Como consequência, constituem também um modo de vida que não restringe sua eficácia simbólica à visibilidade no campo comunicacional.

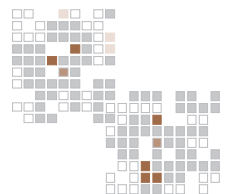
Um funcionamento discreto, subterrâneo, à margem da existência midiática, por isto mesmo eficaz à sua maneira, construção de uma espacialidade e um ritmo próprios, desenvolvendo práticas culturais potencialmente produtoras de sentido e de vinculação social.

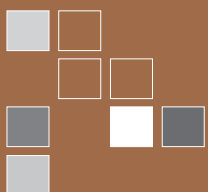
Este é um aspecto da cultura contemporânea como condição de produção de sentido, considerando o amplo campo da Comunicação, que faz das CEBs um foco inventivo gerador de conexões com outros estratos da vida política, o que inclui os diversos movimentos relacionados à promoção da cidadania e à reinvenção da subjetividade.



Referências

- BARBOSA, José Dilson de Almeida. *As Comunidades Eclesiais de Base – CEBs: nas décadas de oitenta e noventa em Cuiabá – Mato Grosso. Espaço popular de construção de cidadania?* 125 f. Dissertação (Mestrado em Educação) – Programa de Pós-graduação em Educação, Universidade Federal de Mato Grosso, Cuiabá, 2008.
- BEOZZO, José Oscar. *A igreja do Brasil: de João XXIII a João Paulo II*. Petrópolis: Vozes, 1993.
- BETTO, Frei. *O que é Comunidade Eclesial de Base*. São Paulo: Brasiliense, 1985.
- CAREY, James William. *Communication as Culture: essays on media and society*. New York: Routledge, 1992.
- DOMEZI, Maria Cecília. *A Devoção nas CEBs: Entre o Catolicismo Tradicional Popular e a Teologia da Libertação*. 329 f. Tese (Doutorado em Ciências da Religião) – Programa de Estudos Pós-Graduados de Ciências da Religião, Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, 2006.
- FONSECA, João. *Metodologia da pesquisa científica*. Fortaleza: UEC, 2002.
- GOHN, Maria da Glória. *Participação e democracia no Brasil: da década de 1960 aos impactos do pós-junho de 2013*. Petrópolis: Vozes, 2019.
- GUSHIKEN, Yuji. A emergência do pensamento latino-americano em Comunicação. *Rev. Comunicação, Mídia e Consumo*, São Paulo, v. 3, n. 8., p.73-91, nov. 2006. Disponível em: <<http://revistacmc.espm.br/index.php/revistacmc/article/view/81>>. Acesso em 20 set. 2020.
- KUNSCH, Waldemar Luiz. A Comunicação Eclesial Católica nos Programas Brasileiros de Pós-Graduação em Comunicação. In: Congresso Brasileiro da Comunicação, 24, 2001. Anais do Congresso Brasileiro da Comunicação. Campo Grande (MS): Uniderp, UCDB e UFMS, 2001, p. 1-14. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2001/papers/NP12KUNSCH.PDF>>. Acesso em: 22 set. 2020.
- LACHOWSKI, Gibran; GUSHIKEN, Yuji. Comunidades Eclesiais de Base (CEBs): política e cultura no projeto social do bem viver: um estudo em Cuiabá-MT. In: VIII CONINTER. *Anais do VIII CONINTER*. Maceió (AL), Unit/AL, 2019. Disponível em: <[https://www.even3.com.br/anais/coninter2019/177735-COMUNIDADES-ECELESAIS-DE-BASE-\(CEBS\)--POLITICA-E-CULTURA-NO-PROJETO-SOCIAL-DO-BEM-VIVER--UM-ESTUDO-EM-CUIABA-MT](https://www.even3.com.br/anais/coninter2019/177735-COMUNIDADES-ECELESAIS-DE-BASE-(CEBS)--POLITICA-E-CULTURA-NO-PROJETO-SOCIAL-DO-BEM-VIVER--UM-ESTUDO-EM-CUIABA-MT)>. Acesso em: 23 set. 2020.
- LIMA, Venício Artur de. *Mídia: teoria e política*. São Paulo: Perseu Abramo, 2001.
- LOCKS, Geraldo Augusto. *Grupos de família: “o modo de ser CEB” em Lages, SC*. 394 f. Tese (Doutorado em Antropologia Social) – Centro de Filosofia e Ciências Humanas, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2008.
- LÖWY, Michel. *Marxismo de Teologia da Libertação*. São Paulo: Cortez, 1991.
- MALVEZZI, Roberto. As CEBs no Semiárido. In: OROFINO, Francisco; COUTINHO, Sergio; RODRIGUES, Solange (Orgs.). *CEBs e os desafios do mundo contemporâneo*. São Paulo: Paulus, 2012. p. 147-162.
- MARINS, José. *Fomos a um Concílio: a surpresa do Vaticano II*. São Paulo: Paulus, 2015.
- MEIRA, Elinaldo. A estética da Fé pelas mãos do Povo das CEBs. *Rev. Vida Pastoral*, São Paulo, v. 58, n. 358, p. 31-36, nov-dez, 2017.
- MENEZES, Daniel Higino Lopes de. *CEBs e Redes de Comunidades: abordagem teológico-pastoral a partir de Faustino Teixeira e do material dos Encontros Intereclesiais das CEBs*. 141 f. Dissertação (Mestrado em Teologia) – Faculdade Jesuíta de Filosofia e Teologia, Belo Horizonte, 2010.
- MINAYO, Maria Cecília de Souza. Ciência, técnica e arte: o desafio da pesquisa social. In: _____. *Pesquisa social: teoria, método e criatividade*. Petrópolis: Vozes, 2002. p. 9-29.
- OTRE, Maria Alie Campagnoli. *A pesquisa acadêmica sobre comunicação popular, alternativa e comunitária no Brasil: análise de dissertações e teses produzidas em Programas de Pós-Graduação em Comunicação entre 1972-2012*. 263 f. Tese (Doutorado em Comunicação) – Faculdade de Comunicação, Universidade Metodista de São Paulo, São Bernardo do Campo, 2015.
- SOUZA, Edmilson Rodrigues de. *A luta se faz caminhando – Sacralização de lideranças camponesas e indígenas assassinadas em contextos de conflito de terra no Brasil*. 238 f. Tese (Doutorado em Antropologia Social) – Instituto de Filosofia e Ciências Humanas, Universidade Estadual de Campinas, Campinas, 2019.
- TEIXEIRA, Faustino Luiz Couto. *A Gênese das CEBs no Brasil: elementos explicativos*. São Paulo: Paulinas, 1988.





A POÉTICA ANTROPOFÁGICA INCOMPREENDIDA: REPRESENTAÇÕES MIDIÁTICAS DO GOSPEL-SECULAR EM BABY DO BRASIL

THE MISUNDERSTOOD ANTHROPOPHAGIC POETICS: MEDIATIC
REPRESENTATIONS OF GOSPEL-SECULAR IN BABY DO BRASIL

LA POÉTICA ANTROPOFÁGICA INCOMPREENDIDA: REPRESENTACIONES
MIDIÁTICAS DEL GOSPEL-SECULAR EN BABY DEL BRASIL

Míriam Cristina Carlos Silva

■ Professora pesquisadora do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura da Universidade de Sorocaba (PPGCOM Uniso). Doutora em Comunicação e Semiótica pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP). Orientadora deste trabalho. Seus trabalhos mais importantes são: *A Pele Palpável da Palavra* (2009) e *Comunicação e cultura antropofágicas: mídia, corpo e paisagem na erótico-poética oswaldiana* (2007).

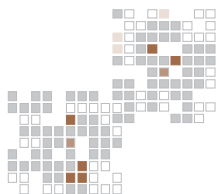
■ E-mail: miriam.silva@prof.uniso.br

Isabella Pichiguelli

■ Pesquisadora do Grupo de Pesquisa em Narrativas Midiáticas (NAMI/Uniso/CNPq). Doutoranda e Mestre em Comunicação e Cultura pela Universidade de Sorocaba (Uniso). Seu trabalho mais importante é: *Para além do gospel e secular* (2019).

■ E-mail: isabellareisps@gmail.com

146



RESUMO

Em uma poética antropofágica, as culturas gospel e secular se entrecruzam nas apresentações da cantora Baby do Brasil. Nas representações midiáticas sobre o fenômeno em narrativas jornalísticas, estudadas por meio de análise de conteúdo, o que se observa, porém, é que apesar da catalogação de diversas formas representativas, agrupamentos significativos apontam para incompreensões da mescla gospel-secular operada por Baby do Brasil. Tais construções simbólicas sinalizam a hegemonia de uma segregação das culturas evangélica e secular, o que pode ser indício do que acontece nos demais campos da esfera pública.

PALAVRAS-CHAVE: GOSPEL E SECULAR; BABY DO BRASIL; REPRESENTAÇÕES MIDIÁTICAS; NARRATIVAS JORNALÍSTICAS; COMUNICAÇÃO E RELIGIÃO.

ABSTRACT

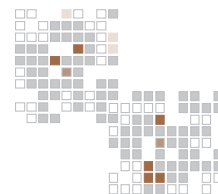
In an anthropophagic poetics, gospel and secular cultures intersects in the presentations of the singer Baby do Brasil. In the media representations about the phenomena in journalistic narratives, studied by content analysis, what are observed, therefore, is that despite the cataloging of various representative forms, significant groupings sign for incomprehension of the gospel-secular mix operated by Baby do Brasil. These symbolic constructions symbolize the hegemony of a segregation of evangelical and secular cultures, what may be an indication that what happens in other fields of the public sphere.

KEYWORDS: GOSPEL AND SECULAR; BABY DO BRASIL; MEDIATIC REPRESENTATIONS; JOURNALISTIC NARRATIVES; COMMUNICATION AND RELIGION.

RESUMEN

En una poética antropofágica, las culturas gospel y secular se entrelazan en las presentaciones de la cantante Baby do Brasil. En las representaciones mediáticas sobre el fenómeno en las narrativas periodísticas, estudiadas a través del análisis de contenido, lo que se observa, sin embargo, es que a pesar de la catalogación de varias formas representativas, agrupaciones significativas apuntan a malentendidos de la mezcla gospel-secular operada por Baby do Brasil. Tales construcciones simbólicas señalan la hegemonía de una segregación de las culturas evangélica y secular, lo que puede ser un indicio de lo que sucede en otros campos de la esfera pública.

PALABRAS CLAVE: GOSPEL Y SECULAR; BABY DO BRASIL; REPRESENTACIONES MIDIÁTICAS; NARRATIVAS PERIODÍSTICAS; COMUNICACIÓN Y RELIGIÓN.



1. Pontos de partida: o gospel e o secular

As reflexões desse artigo possuem origem em indagações elaboradas no Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura da Universidade de Sorocaba – UNISO.

Nossos questionamentos têm gênese na observação dos movimentos midiáticos protagonizados pela cantora Baby do Brasil, especificamente os realizados desde 2012, quando estreou a turnê Baby Sucessos e passou a mesclar linguagens e condutas da cultura gospel a ambientes e práticas não religiosas.

A partir de então, a artista – que já foi conhecida como Baby Consuelo, com o grupo Novos Baianos nos anos 1970 – apresenta em shows seu repertório de música popular brasileira, mas os entremeia com expressões e ações características da cultura e da música gospel, uma vez que, desde o início dos anos 2000, professa a fé evangélica, tendo lançado dois álbuns de canções religiosas, ou seja, CDs gospel.

A cultura gospel, segundo Cunha (2017; 2004), opõe-se à chamada cultura secular, que abarca toda e qualquer manifestação cultural que não possui caráter religioso protestante, ou seja, evangélico.

Essa separação atua centralmente na construção midiática de uma identidade própria dos evangélicos brasileiros na contemporaneidade (apesar da diversidade de igrejas, liturgias e interpretações de textos sagrados), instituídos como nicho de mercado para o qual se destinam produtos e serviços específicos. Além disso, os evangélicos são um grupo atuante e crescente nos diversos campos da esfera pública, a exemplo da política partidária do país e dos espaços de mídia tradicionais ou digitais (Cunha, 2017).

No caso de Baby do Brasil, especialmente a partir da turnê Baby Sucessos, essa separação entre culturas gospel e secular não existe. Na costura entre aspectos considerados sagrados ou profanos, a artista lança mão do humor – como

dispositivo dialógico (Bakhtin, 1997)¹ –, para falar sobre sua fé a públicos não religiosos, seja quando ri em shows e entrevistas, quando empresta a palavra *Matrix* de uma narrativa transmidiática, ou quando cria neologismos como o termo *Popstora* (fusão de Pop com Pastora) para classificar sua própria religiosidade (Pichiguelli, 2017).

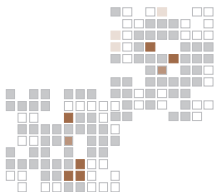
De forma amalgamada, a cantora transita entre o gospel e o secular, fundindo-os. Em seus shows (Rock, 2015; Brasil, 2017), Baby do Brasil dança, rebola, movimentando-se corporalmente, ora expressando sensualidade, ora em gestualidades que remetem a um louvor a Deus; altera letras de canções como em *Menino do Rio*, ao trocar “dragão tatuado no braço” por “Jesus forever tatuado no braço”; fala sobre sua fé, grita “Aleluia!”, ao passo que canta, também em *Menino do Rio*: “eterno flerte, adoro ver-te / menino vadio...”, entre outros exemplos (Pichiguelli; Silva, 2017a).

Diante deste quadro, em que sagrado e profano se misturam, é que surge a inquietação para a pesquisa, pois tais cruzamentos culturais podem ser reconhecidos como desvios nos padrões admitidos como vigentes em nossas dinâmicas sociais, culturais e, conseqüentemente, políticas.

Nessa direção, as atenções se voltam às mediações do que possui caráter religioso nas mídias – no caso deste trabalho, no jornalismo –, pois é viável apreender, dos processos de produção que o envolvem, representações e significações que podem revelar aspectos basilares de nossas tessituras socioculturais (Cunha, 2016).

Assim, a instigação, por partir das midiatisações de Baby do Brasil, de sua religiosidade midiatisada, deve-se à possibilidade de investigar, com respeito ao trânsito entre os aspectos das culturas evangélica e não religiosa, possíveis al-

¹ O princípio da dialogia, segundo Bakhtin (1997), revela que cada enunciado “está voltado não só para o seu objeto, mas também para o discurso do outro acerca desse objeto” (p. 320).



terações quanto às construções simbólicas que se fazem predominantes na sociedade brasileira.

Isso porque a condição de celebridade de Baby do Brasil – com cobertura de impensas das culturas gospel e secular –, permite uma observação ampla das representações em narrativas jornalísticas sobre um fenômeno que, como qualquer outro, não ocorre de forma isolada, mas pode se manifestar em distintos lugares e grupos de pessoas.

2. Entremeios: o gospel-secular

Nossa proposta é, portanto, compreender de que modo a religiosidade manifestada por Baby do Brasil é percebida por impensas destes dois segmentos, ao mesclar características do gospel e da cultura secular.

Para tanto, a fim de dispor de chaves de leitura para averiguar as representações das impensas sobre essa religiosidade de Baby do Brasil, é necessário, antes, olhar para o fenômeno em perspectiva compreensiva (Martino, 2014), que não se direciona ao julgamento, tampouco à aceitação ingênua, mas à percepção da complexidade, capaz de admitir o incoerente e o ilógico, inescapáveis ao humano, de modo que se possa enxergar seus elementos constitutivos, para além dos aspectos objetivos.

Em análise primeira dos aspectos culturais e comunicacionais (Pichiguelli; Silva, 2017a), e logo, constitutivos, presentes nas narrativas tecidas por Baby do Brasil, compreende-se que a própria cantora pode ser considerada, enquanto celebridade nos âmbitos das mídias, uma narrativa midiática, pois à medida que contribuem para a produção da cultura – com “um importante papel de mediação” (Silva; Santos, 2015, p. 1) –, as narrativas também são produções culturais.

Baby do Brasil é, assim, um texto da cultura (Lotman; Uspenskii, 1981, p. 41), uma vez que “a própria existência da cultura pressupõe a construção dum sistema de regras para a tradução da

experiência imediata em texto”. Essa configuração torna possível analisar Baby do Brasil, enquanto narrativa midiática, a partir das vinculações com outros textos culturais ao entorno e seus subtópicos, que a compõem, afinal, cada texto da cultura se organiza através de associações constantes na esfera interna de seus próprios níveis e, também, entre os níveis de demais textos culturais (Lotman, 1978).

De forma interna ou externa, e de modo mais próximo ou distante nestas associações, despontam como essenciais para compreender Baby do Brasil como narrativa, em seu trânsito entre a cultura gospel e a cultura secular:

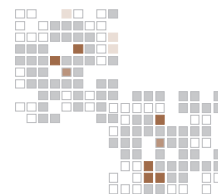
a) linguagem poética da antropofagia (detalhada mais à frente), que mescla elementos culturais distintos e até antagônicos (como são vistas as culturas gospel e secular), existente desde o início da carreira da artista, com o grupo Novos Baianos, que misturava samba com rock, metal com pandeiro, na esteira do movimento Tropicália, que explorou a linguagem antropofágica a partir da década de 1960;

b) experiências de espiritualidade presentes em toda a vida de Baby do Brasil – luta contra o diabo, tentativa de viver a partir da leitura da Bíblia², busca por milagres e por manifestações divinas – algumas relatadas ou midiaticizadas pela artista mesmo antes de declarar sua conversão à fé evangélica pentecostal;

c) presença de um vocabulário, nas canções do repertório secular de Baby do Brasil, semelhante ao usado em músicas gospel;

d) elementos de fé e de espiritualidade que podem ser identificados em diversas canções seculares, como Se Eu Quiser Falar com Deus, de Gilberto Gil, entre outras;

2 Sobre os Novos Baianos, incluindo Baby do Brasil, diz Vargas (2011, p. 468): “os ensinamentos da Bíblia (sempre na interpretação particular que faziam) os aproximavam das preocupações dos jovens da época na tentativa de construção de uma sociedade diferente na qual imperasse a paz e o amor”.



e) movimentos de grupos musicais evangélicos nos anos 1970, antes da explosão da cultura gospel no Brasil nos anos 1990, que buscavam dialogar com as canções seculares em seus processos de composição, inserindo ritmos brasileiros e letras mais poéticas nas músicas cristãs (Cunha, 2004);

f) artistas evangélicos que, na contemporaneidade, rejeitam o selo gospel, em busca de maior liberdade nas explorações musicais e temáticas, a exemplo de Marcos Almeida, João Alexandre, Paulo Nazareth, entre outros.

A antropofagia eclode, desse modo, como elemento chave de análise, pois é por meio de um processo antropófago que Baby do Brasil comunica ao público a sua professada fé evangélica pentecostal, permeada pela cultura gospel, em seu retorno ao repertório de música popular brasileira a partir da turnê Baby Sucessos (2012 – 2015).

Essa compreensão se dá, pois a antropofagia é um modo de trabalhar artisticamente a linguagem, por meio da devoração crítica – e auto-crítica – do diverso. Há a combinação de textos distantes culturalmente, a mestiçagem, através da qual se criam outros elementos culturais, com atuação fundamental do humor (Silva, 2007).

Na perspectiva de Oswald de Andrade (1976), que pode ser considerado pensador da cultura brasileira (Silva, 2007), a metáfora da antropofagia propõe – pela devoração crítica do alheio – um processo de desierarquizações e transformações mútuas.

A antropofagia é uma poética das diferenças (Silva, 2007), nas quais os distintos campos culturais (a exemplo do que se considera alto/baixo, dominante/colonizado, ortodoxo/heterodoxo) são revalorados, mas não completamente descartados, posto que servem de matéria-prima para o novo, que emerge das fusões antropofágicas.

O processo antropofágico pode ser considera-

do comunicacional e ser relacionado à definição de Bakhtin (1987) de carnavalização – que também conta com participação central do humor e segue a lógica das inversões de elementos avessos – e, ainda, ao conceito de Bakhtin (1997) de dialogismo, que, conforme afirmado no início deste artigo, ensina que todo enunciado se constrói não só em relação ao que pretende expressar, mas também aos textos e públicos com o quais interage.

Em todos estes textos e subtextos culturais que se relacionam com a narrativa midiática “Baby do Brasil”, o que se vê são diálogos, costuras que colocam elementos considerados sagrados ou profanos não em distanciamentos, mas em aproximações.

Tais interações indicam que imanência e transcendência “não são aspectos inteiramente distintos, mas dimensões de uma única realidade” (Boff, 2000, p. 6-7). Ainda que diferentes, a vivência do ordinário ou do sacro partem do mesmo lugar: do cotidiano (Pichiguelli; Silva, 2017b) – como é o caso do espaço do palco, em shows, pois este abarca simultaneamente o não religioso e o sagrado, por acolher momentos ritualísticos, nos quais significados são reavivados, renovados, e pela possibilidade de se experimentar um tempo fora do tempo, portanto, transcendente (Elia-de, 1992).

Neste espaço ambivalente do palco – uma vez que abrange tanto o sagrado quanto o profano –, Baby do Brasil transita entre os elementos da cultura gospel, que podem remeter à sacralidade, e os aspectos da cultura secular, que aludem ao não religioso. Neste trânsito, os movimentos para a imanência e para a transcendência embaralham-se. Dessa maneira, a dicotomia – ilustrada pelo indicador de oposição da barra na expressão “gospel/secular” – tende a desaparecer, e é substituída pelo que faz surgir o novo: nem gospel, nem secular, mas “gospel-secular”.

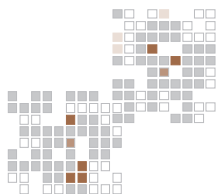
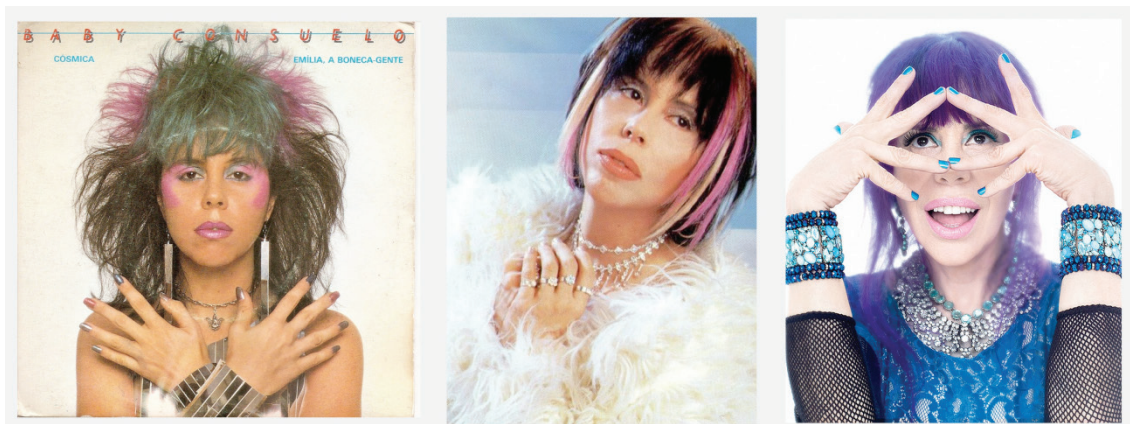


Ilustração 1. Baby do Brasil nas três fases da carreira: secular; gospel; e gospel-secular.



Fonte: Elaboração própria a partir de Fotos de divulgação.

Conforme indicamos em Pichigueli e Silva (2017a), a trajetória musical de Baby do Brasil iniciou nos anos 1970, primeiro com o grupo Novos Baianos e depois em solo, em fase da carreira que denominamos de “secular”; e os anos 2000 marcam sua carreira na fase “gospel”, dedicada à música cristã. Agora, chamamos o atual período da carreira da cantora (iniciada em 2012 com a turnê Baby Sucessos) de fase “gospel-secular”.

O termo gospel-secular representa, assim, a antropofagia, a mestiçagem entre elementos das culturas gospel e secular, a mescla que confunde binarismos e distanciamentos, mas que nem sempre é compreendida, como veremos a seguir.

3. As narrativas jornalísticas: incompreensões

Nas representações jornalísticas a respeito desses movimentos de Baby do Brasil, entretanto, as divisões entre cultura gospel e cultura secular voltam a ter lugar.

As narrativas jornalísticas, como toda narrativa, são formas de mediação dos fenômenos sociais. Através delas, intercambiam-se vivências do dia-a-dia, entrelaçadas em “uma partilha discursiva das possibilidades de compreensão” (Sodrê, 2009, p. 181), de forma a explicitar, criticar e até mesmo transformar aquilo que é experimentado, não só reproduzindo o cotidiano, mas

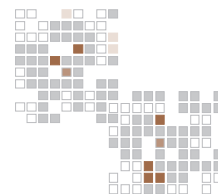
dando-lhe “novos sentidos” (Silva, 2013, p. 10).

A construção da realidade, tal qual traduzida por esses veículos de comunicação, não ocorre de forma natural, tampouco se compõe em isolamento ou é imposta de maneira linear, mas é concebida de modo histórico e social, dialogando constantemente com atores sociais externos ao campo jornalístico, a exemplo de instituições religiosas e de ensino, produtoras que são de significados e conhecimentos (Meditich, 2010).

Por meio das produções jornalísticas, portanto, é possível investigar que pensamentos predominam socialmente em dado período, à medida que o jornalismo repete sistematicamente certos assuntos, ângulos e significações e assim se institui, ele próprio, um acontecimento, ou em outras palavras, “um registro dos valores hegemônicos de uma sociedade em uma época” (Benetti, 2010, p. 162).

Nesse sentido, por meio de análise de conteúdo (Bardin, 2011), identificamos preponderantemente a não assimilação da poética antropofágica de Baby do Brasil, que apresenta um sagrado-profano, amalgamado.

Um total de 91 matérias foram analisadas (publicadas nos portais de notícia www.folha.uol.com.br, www.rollingstone.uol.com.br, www.musica.uol.com.br, www.oglobo.globo.com, www.gospelmais.com.br e www.gospelprime.com.br).



Por possibilidades de cotejos, as publicações analisadas foram selecionadas através de busca guiada pelos seguintes critérios de recorte: a) matérias veiculadas de 11/2005 a 10/2012, período em que Baby do Brasil dedicava-se em maior tempo à música gospel – integrante, portanto, da Fase Gospel da carreira da cantora; b) matérias veiculadas de 11/2012 a 10/2015, período que marca a volta de Baby do Brasil aos palcos seculares e que encontra ápice em sua participação no festival de música Rock in Rio em 2015 – integrante, portanto, da Fase Gospel-Secular da carreira da artista.

Para a seleção do corpus, além dos critérios temporais, foram excluídas matérias em que Baby do Brasil foi apenas citada, como em listas de divulgação de shows, ou nas quais não existia uma representação propriamente dita da cantora, por exemplo: notas de que ela subiu ao palco para cantar uma música em show de outro artista.

Do corpus analisado, observamos que, apesar de diferenças nas representações de imprensas especializadas no universo gospel e de imprensas seculares (não pautadas oficialmente por uma religião), o comum ainda se encontra na cisão entre sagrado e profano. As únicas exceções a este diagnóstico, em 91 publicações, são 4 matérias publicadas em veículos da imprensa secular.

Na análise de conteúdo, as seguintes categorias foram criadas: fase da carreira de Baby do Brasil quando da publicação da matéria; gênero jornalístico; contexto que gerou a matéria; tema principal, colocado em evidência dentro do texto; valores-notícia que geraram e organizaram a publicação; percepção e tratamento do gospel e do secular nas matérias; e representação das narrativas de Baby do Brasil nos textos.

À medida que os textos eram lidos, adicionamos e/ou reformulamos as seguintes categorias de

análise: Conflito Gospel x Secular e Presença do Gospel no Secular (por entender que matérias tratavam os dois temas como diferentes e com distintas nuances de percepção); e ainda: Humor (na forma de escrita do texto ou percebido como característica de Baby do Brasil); e Temas Polêmicos (em razão da incidência de assuntos como sexualidade ou drogas em algumas matérias).

Uma diversidade de abordagens foi revelada, porém, na exploração dos conteúdos, as significações em maioria se nivelam. Aqui, escolhemos apresentar, no intuito de exemplificar o quanto exposto, duas das 91 matérias que compuseram o corpus de pesquisa. Por motivos de espaço, não cabe a esse artigo apresentar a análise de conteúdo completa, que pode ser verificada detalhadamente em Pichiguelli (2019) – com todos os resultados quantitativos por meio de tabelas e gráficos, além de descrições das categorias e subcategorias acompanhadas de excertos ilustrativos.

Desse modo, aqui apresentamos parte dos resultados de pesquisa mais ampla, optando por ressaltar aqueles que interessam à discussão desenvolvida em tópicos anteriores acerca das possibilidades de compreensão de Baby do Brasil enquanto narrativa midiática na fase de sua carreira que denominamos como gospel-secular.

A primeira matéria a se destacar foi veiculada no portal de notícias Música.Uol (imprensa secular). Classificado no gênero jornalístico da Reportagem³³ e em um contexto de repercussão de show, o texto tem o título: “Aos 60, Baby do Brasil ressurgue e afirma: ‘Estou de volta, totalmente matrix’”.

3 Segundo José Marques de Melo, em registro de Lailton Alves da Costa (2010), Reportagem é um “relato ampliado” de algum acontecimento, com “desdobramentos, antecedentes” e descrições “sobre o ‘modo’, o ‘lugar’ e ‘tempo’, além da captação das ‘versões’ dos ‘agentes’ envolvidos (p. 55).

Ilustração 2. Trecho de reportagem do portal Musica.Uol

Mostrando agilidade e muita descontração no palco, Baby brincou com o público ao dizer: “Quando eu recebi o convite do Pedro, ele falou: ‘Mãe, você acha que Deus vai deixar você tocar comigo? Então aperte os cintos’. Eu disse que não sabia que Deus era muito louco. É um prazer maravilhoso estar com vocês e com o menino responsável por essa loucura”.

O momento de maior emoção foi quando Caetano dividiu o palco com Baby para cantar “Menino do Rio” e “Farol da Barra”. “Quando eu fiz 60, você fez 70. Quanto eu tinha 17, você tinha 27. É uma coisa louca, não é? Canto para Deus proteger-te. É o sobrenatural, não é mesmo?”, falou Baby. Mesmo as expressões de Deus que, em muitos momentos, permearam o show, o público não se importou nem um pouco e aplaudia quando Baby lançava suas reflexões.



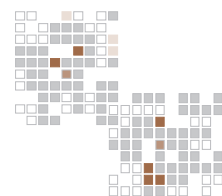
Fonte: Ortiz, 2012.

A partir dos índices de referências estabelecidos na análise de conteúdo (Bardin, 2011), entendemos que os valores-notícia⁴⁴ que guiaram a produção desta reportagem foram os fatores do Inusitado, da Música e das Celebidades, sendo que o tema principal foi a Produção Musical realizada por Baby do Brasil.

⁴⁴ De acordo com Gislene Silva (2005), os valores-notícia orientam “principalmente a seleção primária dos fatos” (p. 95) e permitem “identificar similaridades e diferenciações na seleção ou hierarquização de acontecimentos em diversos veículos da imprensa” (idem, p. 100).

Notada como em local inadequado, a presença do gospel no show secular foi relatada de modo a indicar que o público poderia se incomodar com a inserção, o que não ocorreu. Já a existência de um conflito entre culturas gospel e secular é notada, sem aprofundamento, no trecho: “Perguntada *se tinha saudades* da época dos Novos Baianos e da *transgressão e rebeldia* que marcaram suas atitudes, *Baby se defende*: “Eu não consigo *dividir aquela época com a época de hoje*” (Ortiz, 2012).

As narrativas de Baby do Brasil foram relacionadas ao humor da cantora, que foi notado em



suas falas, como em: “*Baby brincou* com o público ao dizer: ‘Quando eu recebi o convite do Pedro, ele falou: ‘Mãe, você acha que Deus vai deixar você tocar comigo? Então aperte os cintos’” (idem). Entretanto, ainda que a matéria tenha ligado a época da cantora com o grupo Novos Baianos à transgressão e rebeldia, não foram explorados temas polêmicos.

A segunda matéria, também classificada no gênero jornalístico da Reportagem, foi veiculada

pelo portal de notícias Gospelmais (imprensa gospel), em um contexto de agendamento midiático – neste caso, participação de Baby do Brasil no programa de TV Fantástico –, guiada pelos valores-notícia Inusitado, Novidade, Religião, Celebridade e Música, sob o título: “Evangélica, Baby do Brasil anuncia show comemorativo de 60 anos com músicas seculares: ‘Deus deu sinal pra entrar na Babilônia’”.

Ilustração 3. Trecho de reportagem do portal Gospelmais



Jean Wyllys 
@jeanwyllys_real



Baby [Consuelo] do Brasil, seja bem-vinda de volta à "Babilônia"! Queremos você cheia de vida e artista de novo! #Fantástico

Porém, a pastora [Sarah Sheeva](#), filha de Baby do Brasil, demonstrou insatisfação com a notícia, e tratou de postar um texto em sua [página oficial no Facebook](#), comentando indiretamente o fato, e assegurando que não tomará postura parecida: “Alguns assuntos são muito delicados para se comentar, principalmente quando envolvem pessoas que amamos. Aproveitando algumas notícias da mídia, e já respondendo as perguntas que estão me enviando a respeito, existe algo que vocês podem ter certeza sobre mim: Eu jamais voltarei a cantar músicas que não sejam de adoração a Deus. É uma decisão, não apenas profissional, mas espiritual e ministerial”.

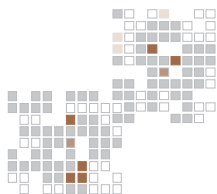
Fonte: Chagas, 2012.

Nesta reportagem, o conflito entre as culturas gospel e secular é um dos destaques da matéria, por conseguinte, seu tema principal e, ainda, o motivo de uma abordagem em tom de polêmica. Não há descrições sobre as inserções que Baby do Brasil faz de elementos do gospel em palcos seculares, o que se atribui ao fato de que a matéria foi gerada por uma entrevista que a cantora concedeu a um programa televisivo.

Por outro lado, mesmo que na entrevista na íntegra (Almeida, 2012) seja possível perceber que Baby do Brasil lança mão do humor para tecer

suas narrativas, o cômico não se faz presente neste texto que, em sua maior parte, dá voz não à cantora, mas à sua filha, Sarah Sheeva, em tom de problematização da narrativa de Baby do Brasil. A reportagem cita outras personalidades que reagiram (em redes sociais, por exemplo) à matéria do Fantástico, mas o espaço maior é dado à filha de Baby do Brasil, que é pastora e cantora gospel.

Após dois parágrafos inteiros dedicados a declarações de Sarah Sheeva sobre entender, a partir de sua fé, que a música secular não deve fazer parte da vida de quem é evangélico, o texto jor-



nalístico abre aspas para Baby do Brasil, ao mencionar que a artista “afirmou em sua entrevista ao Fantástico que sua decisão de aceitar o convite do filho para voltar aos palcos com o repertório secular foi tomada com base em orações” (Chagas, 2012). Logo em seguida, entretanto, há novamente parágrafo inteiro voltado à posição de Sarah Sheeva, o qual encerra a reportagem:

Em seu texto, a pastora Sheeva ressaltou seu abandono ao secular de forma integral: “Precisamos ser um tipo de crente que, se Deus mandar deixarmos algo, deixamos na hora! Precisamos ser um tipo de crente que ‘põe a mão no arado e não olha mais para trás...’ Porque quem põe a mão no arado e olha para trás (sente saudades do mundo) não é digno de Jesus. Não foi fácil para mim, não foi fácil deixar certas músicas... Mas eu amo Jesus mais. Eu amo Jesus mais do que qualquer prazer deste mundo” (idem).

O que percebemos, a partir dessas reportagens (que aqui servem como amostras dos resultados obtidos na análise de conteúdo completa), é que, ao não darem conta da costura entre culturas promovida por Baby do Brasil, há uma semelhança entre elas.

Isso ocorre apesar de apresentarem diferentes enfoques e percepções, assim como ocorre nas demais matérias analisadas, que, por exemplo, manifestam uma variedade de temas principais, como: a personalidade de Baby do Brasil; aspectos da fé propagada pela cantora; a narrativa da artista sobre a volta ao repertório de MPB após período dedicado à música gospel; presença de elementos do gospel em ambientes seculares; temas polêmicos como drogas e sexualidades; ações inusitadas da cantora, entre outros.

Nessa mesma composição de matizes, estão as formas pelas quais os veículos de imprensa representaram as narrativas de Baby do Brasil em cada matéria, englobando: atribuições a um

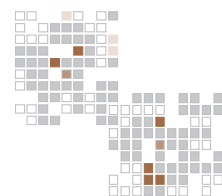
proselitismo religioso, ou seja, a um discurso de pregação institucional cristã; legitimações; suspeitas; distorções; ocultações; atribuições ao humor ou à personalidade excêntrica da cantora; apropriação para construção textual ou colocação das narrativas entre aspas, em textos que buscaram aparentar imparcialidade ou distanciamento quanto ao relatado; entre outros modos de representações.

Assim, a despeito da pluralidade de perspectivas catalogadas no processo de subcategorização durante a análise de conteúdo, o que temos, de modo geral, é que após as divisões que buscaram diferenciar cada modo de tratamento dado à Baby do Brasil (enquanto narrativa midiática) é possível realizar um reagrupamento significativo em maior parte do material analisado, a partir da atenção às significações atribuídas a cada uma dessas formas representativas.

Na imprensa gospel (37 matérias, das 91 que compõem o corpus), entre as publicações veiculadas na fase gospel-secular da carreira de Baby do Brasil (21 de 37), a maioria evidencia a existência de um conflito entre as duas culturas, além de abordar o tema com destaque e tom de polêmica (13 de 21).

A não indicação de uma representação de conflito nas demais matérias veiculadas nesse período, entretanto, não aponta para uma compreensão do sagrado-profano em Baby do Brasil, pois as publicações se dividem entre as que buscam aparentar neutralidade, deixando as falas da artista entre aspas (3 de 21); as que relatam com suspeita as narrativas da cantora (2 de 21); e as que as relacionam à sua personalidade excêntrica ou a um proselitismo religioso (2 de 21).

Pelo exposto, no reagrupamento de significados, a ampla maioria das matérias (20) veiculadas nesse período não apreendem compreensivamente a narrativa midiática de Baby do Brasil, com suas mesclas culturais. Apenas uma matéria – das 21 publicadas na fase gospel-secular de Baby do Brasil em impressas especializadas na



cultura gospel – legítima a narrativa da cantora, entretanto, somente sobre os dogmas da fé cristã.

Já na imprensa secular (54 das 91 publicações que compõem o corpus), não há com superioridade a representação da existência de um conflito entre as culturas gospel e secular, porém, nas matérias publicadas na fase gospel-secular da artista (46 de 54), também não há indicativo de compreensão das mesclas de Baby do Brasil.

A grande parte dessas matérias (41 de 46) busca: ora ocultar ou não abordar as narrativas da cantora que envolvem temas religiosos (8 de 46); ora as deixando entre aspas ou usando somente para construção textual (15 de 46); ora as relacionando a um proselitismo evangélico ou à excentricidade da artista (13 de 46); e ora, ainda, as satirizando, problematizando ou distorcendo (5 de 46).

Outro indício do exposto são os relatos das inserções de características do gospel em ambientes seculares, pois mesmo que não apontem para um conflito, revelam um estranhamento, ou, ao menos, sinalizam a presença de elementos distintos e não integrados aos âmbitos da música secular (23 de 46).

Esses dados não significam, entretanto, que as demais 23 publicações apontam para significados diferentes daqueles aqui já demonstrados, pois como exposto acima, em alguns casos, por exemplo, existiu a ocultação das narrativas tecidas por Baby do Brasil, no lugar de tratamento compreensivo.

Outro notável exemplo que emerge da observação comparativa entre categorias e subcategorias estabelecidas na análise de conteúdo é uma matéria (dentre 5 de 46) que, apesar de ter representado a narrativa de Baby do Brasil demonstrando apreender a linguagem da poética antropofágica utilizada pela cantora, não apresentou compreensão das implicações culturais dessa poética, posto que relatou a presença de elementos do gospel em ambiente secular como inadequada.

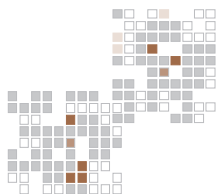
4. Palco do público: narrativas de oposição

De tudo quanto exposto, depreendemos que, mesmo nas matérias em que o entrelaçamento entre gospel e secular não foi percebido como problemático, gerador de conflitos, a distância que separa essas duas culturas aparece com predomínio nas representações das imprensas, seja pelo apontamento, de alguma maneira, da existência dessa cisão, seja pelos raros indícios de assimilação do sagrado-profano presente na religiosidade expressa midiaticamente por Baby do Brasil.

O que se destaca, deste modo, na análise das publicações, é a incompreensão do que atravessa a poética antropofágica de Baby do Brasil, na qual elementos aparentemente díspares convergem, não sem tensão, mas sem contradições completas, com complementaridades que formam conexões mais complexas e densas.

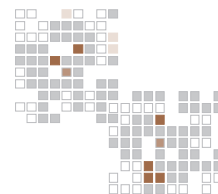
Dentre as compreensões possíveis, estão as de que: sagrado e profano não são opostos, mas complementares (Boff, 2000); a MPB (do repertório da cantora na turnê Baby Sucessos) é permeada de expressões de espiritualidade; e o palco, espaço onde a artista mescla aspectos irreligiosos e evangélicos, é em si ambivalente, simultaneamente profano e sagrado, por acolher momentos ritualísticos, nos quais significados podem ser reavivados e é possível experimentar um tempo de transcendência, que se materializa na possibilidade de se romper com o próprio tempo (Eliade, 1992).

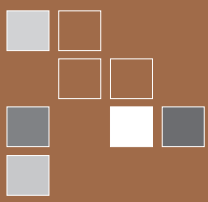
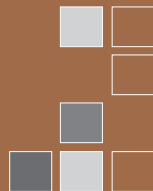
Longe de um fim, este trabalho aponta, nas construções simbólicas que permeiam a sociedade brasileira, a predominância da divisão, do conflito, da oposição, e, portanto, da polarização entre cultura evangélica e cultura secular – o que revela a necessidade de ainda muitas reflexões sobre o que atravessa, embasa e fomenta esse cenário sociocultural, que, como visto, repercute nos diversos campos da esfera pública.



Referências

- ALMEIDA, M. Baby do Brasil comemora 60 anos e volta aos palcos. **Youtube**, 28 out. 2012. Disponível em: <https://bitly.com/Uqfni>. Acesso em: 31/03/21.
- ANDRADE, A. P. 'A carne não me vence', diz Baby do Brasil, sem sexo há 13 anos. **Ego Notícias**, 2012. Disponível em: encurtador.com.br/xAMS6. Acesso em: 31/03/21.
- ANDRADE, O. **Manifesto antropófago e manifesto da poesia paulista-brasil**. In: TELES, G. M. Vanguarda europeia e modernismo brasileiro. 3ª. ed. Brasília: Vozes, 1976. Disponível em: encurtador.com.br/wDSZ6. Acesso em: 31/03/21.
- BAKHTIN, M. **A cultura popular na idade média e no renascimento: o contexto de François Rabelais**. Tradução de Yara Frateschi Vieira. São Paulo: HUCITEC, 1987.
- BAKHTIN, M. **Estética da Criação Verbal**. 2ª. ed. São Paulo: Martins Fontes, 1997.
- BARDIN, L. **Análise de Conteúdo**. 1ª. ed. São Paulo: Edições 70, 2011.
- BRASIL, B. Baby do Brasil – Estúdio MTV (Show Completo). **Youtube**, 12 dez. 2017. Disponível em: encurtador.com.br/izSW1. Acesso em: 31/03/21.
- BENETTI, M. O jornalismo como acontecimento. In: BENETTI, Márcia e FONSECA, Virgínia Pradelina da Silveira. **Jornalismo e acontecimento: Mapeamentos críticos**. Florianópolis: Insular, 2010.
- BOFF, L. **Tempo de Transcendência: O Ser Humano como um Projeto Infinito**. São Paulo: Lumensana Publicações Eletrônicas: Sextante, 1992.
- CHAGAS, T. Evangélica, Baby do Brasil anuncia show comemorativo de 60 anos com músicas seculares: “Deus deu sinal pra entrar na Babilônia”. **Gospelmais**, 2012b. Disponível em: encurtador.com.br/xPY04. Acesso em: 4 de abril de 2017.
- CUNHA, M. N. **Do púlpito às mídias sociais: evangélicos na política e ativismo digital**. 1.ed. Curitiba: Editora Prismas, 2017.
- CUNHA, M. N. Elucidações contemporâneas nos estudos brasileiros em mídia e religião: a perspectiva das mediações culturais e comunicacionais. **Famecos**, Porto Alegre-RS, v. 23, n. 1, p. 1-17, mai./ago. 2016.
- CUNHA, M. N. **Vinho Novo em Odres Velhos: um olhar comunicacional sobre a explosão gospel no cenário religioso evangélico no Brasil**. Universidade de São Paulo. São Paulo, p. 347. 2004. (Tese).
- DA COSTA, L. A. Gêneros jornalístico. In: MARQUES DE MELO, J.; ASSIS, F. (Org.). **Gêneros Jornalísticos no Brasil**. São Paulo: Metodista, 2010.
- ELIADE, M. **O sagrado e o profano**. 1ª. ed. São Paulo: Martins Fontes, 1992.
- LOTMAN, I. **A estrutura do texto artístico**. Lisboa: Estampa, 1978.
- LOTMAN, I.; USPENSKII, B. A. Sobre o mecanismo semiótico da cultura. In: LOTMAN, I.; USPENSKII, B.; IVANÓV, V. **Ensaio de semiótica soviética**. Lisboa: Livros Horizonte, 1981. Cap. 3, p. 272.
- MARTINO, L. M. S. A compreensão como método. In: KÜNSCH, D. A., et al. **Comunicação, diálogo e compreensão**. São Paulo: Plêiade, 2014. p. 309.
- MEDITSCH, E. Jornalismo e construção social do acontecimento. In: BENETTI, M.; FONSECA, V. P. S. **Jornalismo e acontecimento: Mapeamentos críticos**. Florianópolis: Insular, 2010.
- ORTIZ, F. Aos 60, Baby do Brasil ressurge e afirma: “Estou de volta, totalmente matrix”. **Música Uol**, 2012. Disponível em: encurtador.com.br/knrGO. Acesso em: 31/03/21.
- PICHIGUELLI, I. R.. Humor em Baby do Brasil: as narrativas da cantora entre o gospel e o secular. In: **XI Encontro de Pesquisadores em Comunicação e Cultura**, 2017, Sorocaba-SP. Anais XI EPECOM. Sorocaba-SP: Eduniso, 2017. p. 1-15.
- PICHIGUELLI, I.; SILVA, M. C. C. Processos interculturais em Baby do Brasil: caminhos para compreender o trânsito da cantora entre o gospel e o secular. **Revista Contemporânea**, UFBA, Online, v. 15, p. 900-917, 2017a.
- PICHIGUELLI, I.; SILVA, M. C. C. . Comunicação, Poesia e o Religioso. **Revista Comunicologia**, Brasília-DF, v. 10, p. 3-18, 2017b.
- PICHIGUELLI, I. **Para além do gospel e secular**. Aluminio, SP: Jogo de Palavras, 2019. Disponível em: encurtador.com.br/mBLT2. Acesso em: 01/04/21.
- ROCK, B. & C. **BANDA GLÓRIA & BABY DO BRASIL - 17/02/2015 - Show Completo - Largo da Batata - São Paulo**. **Youtube**, 19 fev. 2015. Disponível em: encurtador.com.br/kuQR5. Acesso em: 22 de junho de 2018.
- SILVA, G. Para pensar critérios de noticiabilidade. **Estudos em Jornalismo e Mídia**, Florianópolis, v. 2, n. 1, p. 95-107, 2005.
- SILVA, M. C. C. João da Filmadora e as narrativas midiáticas. **Culturas Midiáticas**, João Pessoa-PB, v. 6, n. 11, p. 1-12, jul./dez. 2013.
- SILVA, M. C. C.; SANTOS, T. C. Peregrinação, experiência e sentidos: Uma leitura de narrativas sobre o Caminho de Santiago de Compostela. **Revista E-Compós**, Brasília, v. 18, n. 2, p. 15, maio/agosto 2015.
- SODRÉ, Muniz. **A narração do fato: notas para uma teoria do acontecimento**. Petrópolis: Vozes, 2009.
- VARGAS, Herom. Tinindo trincando: contracultura e rock no samba dos Novos Baianos. **Revista Contemporânea**, Salvador, v. 9, n. n. 3, p. 461 -474, set.-dez. 2011.





LA MARCA PAÍS NECESITA PROYECTAR UN PAÍS SALUDABLE: PUERTO RICO Y SU SITUACIÓN ACTUAL

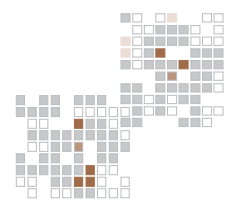
THE COUNTRY BRAND NEEDS TO PROJECT A HEALTHY COUNTRY: PUERTO RICO AND ITS CURRENT SITUATION

PORTO RICO: UM PAÍS SAUDÁVEL COM O OBJETIVO DE CONSTRUIR UMA MARCA DE PAÍS

Esther M. Burgos Ostolaza

■ Profesora UPRRP. Ha participado en el VIII Congreso Internacional Latina de Comunicación Social Universidad de la Laguna (2016), Congreso Académico Internacional de Publicidad Tadeo (2019), Congreso Nacional Comunicación UPRRP (2017), XX Congreso de Investigación y Creación Académica UPRP (2017). Intersecciones, PR una Marca País (2017), Regreso de los universitarios después de María (2018).

■ E-mail: esther.burgos@upr.edu



RESUMEN

Puerto Rico (PR) no tiene estrategias de desarrollo económico por lo que debe establecer los valores que lo hacen único buscando la construcción y consolidación de su imagen con herramientas de comunicación que fortalezcan relaciones internacionales en sectores como turismo, inversión y exportaciones. La estandarización de los símbolos patrios y la promoción de conciencia ciudadana pueden incidir en consolidarlo como una marca país alineando las comunicaciones, el discurso y comportamiento social en una cultura de marca participando de la estructura económica neoliberal como un país seguro, saludable confiable y educado.

PALABRAS CLAVE: SALUD; MARCA PAÍS; GLOBALIZACIÓN; PUERTO RICO.

ABSTRACT

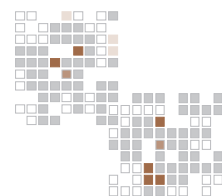
Puerto Rico has no economic development strategies so it must establish the values that make it unique in search of the construction and consolidation of its image with the communication tools that strengthen international relations in sectors such as tourism, investment, and exports. The standardization of patriotic symbols and the promotion of citizen consciousness can influence to consolidate it as a country brand aligning communications, discourse and social behavior in a brand culture participating in the neoliberal economic structure as a safe, healthy, and educated country.

KEYWORDS: HEALTH; NATION BRAND; GLOBALIZATION; PR.

RESUMO

Porto Rico não tem estratégias de desenvolvimento econômico, por isso deve estabelecer os valores que o tornam único em busca da construção e consolidação de sua imagem com ferramentas de comunicação que fortalecem as relações internacionais em setores como turismo, investimento e exportações. A padronização dos símbolos patrióticos e a promoção da consciência cidadã podem influenciar a consolidá-la como uma marca do país, alinhando comunicação, discurso e comportamento social em uma cultura de marca que participa da estrutura econômica neoliberal como um país seguro, saudável e educado.

PALAVRAS-CHAVE: SAÚDE; MARCA DO PAÍS; GLOBALIZAÇÃO; PR.



1. Introducción

La marca es un valor simbólico agregado a los productos, más allá de su precio y su ejecución funcional (Farquhar, 1989; Knox, 2000). La marca país es una estrategia de mercadeo y promoción que usa las fortalezas, sus atractivos y necesita conceptualizar la representación y esencia del país. Para Puerto Rico (PR) las funciones legales y las características simbólicas de la marca país están en la Ley Núm. 17-2017, Ley para la Promoción de Puerto Rico como Destino, y la Ley Núm. 70-2013, Ley para el Desarrollo de una Marca País para proyectarse como destino principal en el Caribe. Busca representatividad de los sectores públicos, privados, comunitarios y partes interesadas. La identidad competitiva y el *nation branding* están atadas al progreso político, económico, social y cultural de los países reconociendo el valor intangible de la reputación e imagen. PR lo hace a través de sus productos, el turismo, la cultura, su belleza natural, el ambiente, la educación, la salud y la seguridad.

Al analizar las estrategias trabajadas por las administraciones gubernamentales en la isla, se reconocieron los problemas de inestabilidad económica y política, con una situación colonial sin resolver, que limitaba y aun limita el desarrollo económico. Esto fue evidenciado en julio de 2019 con la renuncia del gobernador Ricardo Rosselló por la ingobernabilidad e incapacidad para dirigir. PR no ha podido encaminarse en una estrategia de *branding* como otros países, al considerarse su posición geográfica, su estructura institucional y su coyuntura política con los Estados Unidos (Echeverri, Niculcar y Rosker, 2012). Hoy PR se proyecta como inestable, no saludable, inseguro y no confiable, por su vulnerabilidad e insolvencia, por la deuda externa, infraestructura deteriorada con los desastres naturales, inestabilidad política y social como resultado de la movilización ciudadana de 2019.

2. Objetivos

Confirmar si las estrategias de mercadeo y promoción de la marca PR están dirigidas a un desarrollo económico sustentable. Presentar la importancia que tiene una población saludable para apoyar su imagen después de los desastres naturales que lo proyectan débil y vulnerable. Necesidad de proyectarse seguro y saludable en sus instituciones e infraestructura, ciudadanos y solvente. Desde 2012 PR proyecta problemas de estabilidad y solvencia relacionados con la deuda externa y acontecimientos fuera de su control.

3. Método

Investigación de documentos disponibles para el objeto de estudio y la relevancia definida por la investigadora. Análisis de informes del gobierno, noticias y titulares en medios de comunicación internacionales como: el periódico El País de España, en televisión *Cable News Network (CNN)* y *Columbia Broadcasting System (CBS)* de los Estados Unidos y la prensa local; el periódico el Vocero, el Nuevo Día y Primera Hora. La información recogida de los años 2016 al 2020 fue analizada en las capacidades de estructura e infraestructura promoviéndose como país saludable y seguro, además de si presentaba una imagen negativa.

Los datos cualitativos necesitaron descriptores y el uso de la memoria de la investigadora, reconociendo el volumen de información estableció cuáles usar. Las aproximaciones metodológicas mixtas permitieron, neutralizar sesgos, cuando los datos se utilizaban de forma aislada (Gómez, D., y Roquet, J. V. 2012).

4. Análisis

Se establecieron como características simbólicas la pérdida de imagen y reputación, la equidad de marca por el valor conferido por los mercados, su nombre expuesto por una simbología negativa y personalidad deteriorada, imposibilidad

de tomar decisiones de indicadores económicos y su impotencia de cara al futuro.

Los indicadores económicos confirmaron decrecimiento en el Producto Interno Bruto (PNB), de 4.9% del 2017 al 2018, por la baja en la producción de bienes y el atraso en el flujo de fondos federales. Las exportaciones bajaron 14.8%, por problemas de electricidad y puertos. El turismo bajó 13.5% en el número de visitantes y 14.7% en el gasto de visitantes.

La Junta de Planificación proyectó un crecimiento de 2.0 y 3.6 % para el 2019 y 2020, apoyado en fondos federales que recibiría, reclamaciones a agencias de seguros privados, medidas fiscales, así como cambios en variables exógenas. El atraso de los fondos para la reconstrucción económica fue clave en esta proyección. PR tiene que anticipar daños por motivos de reducción demográfica, situación fiscal y deuda con bonistas, que limitan el nivel de gasto. Además depende de la estabilidad económica de los EE.UU, la estabilidad en el precio del petróleo y la economía mundial. Tiene que mantener niveles óptimos de crecimiento económico reconociendo las proyecciones económicas como función del movimiento prospectivo de factores desconocidos, lo que representa un panorama incierto al no tener la última palabra.

4.1. Deuda externa

El 1 de mayo de 2006 más de 90.000 empleados públicos estaban en licencia sin paga y el cierre del gobierno creó una crisis sin precedentes al cerrar escuelas y suspender servicios públicos al no tener acuerdo presupuestario con el Congreso de los Estados Unidos.

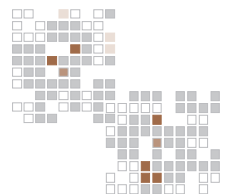
PR depende del gobierno de EE.UU., no decide su proceso económico, no puede hacer negocio con otro país y no puede usar mecanismos como el Banco Mundial o el Fondo Monetario Internacional. El mundo miraba a PR y los medios noticiosos estaban pendientes de la situa-

ción económica, por lo que en alguna medida responsabilizan a Estados Unidos. El Congreso de EE.UU. tiene que permitirle a PR legislar sus asuntos económicos. PR es responsable de su deuda y debe permitírsele regular y determinar cómo manejarla. Lo que es imposible por la *Ley Jones-Shafroth* del 1917, que confirió el control sobre los asuntos fiscales y económicos de PR al Congreso de los EE.UU.

En el 1961, el Congreso de EE.UU. enmendó el *PR Federal Relations Act* con una enmienda al límite impuesto una vez que los electores puertorriqueños ratificasen y fue aprobada el 4 de diciembre de 1961, donde permitía a los municipios tomar prestado entre el 5 y el 10 % del valor estimado, sin incluir el cálculo de la deuda total. A partir de este momento, no tendría un límite de deuda basado en la valoración determinada de la propiedad inmueble. Se limitó a que no puede dedicar más de 15% de los recaudos para el repago de la deuda, haciendo posible que el gobernador y la legislatura tomaran prestado si aumentaban sus tasas contributivas, opción que no existía por los límites en la valoración de bienes prevaleciente hasta 1961.

Se creó la Corporación del Fondo de Interés Apremiante, para emitir bonos asegurados por los ingresos que recibe por impuestos sobre las ventas en PR. Mientras tanto la deuda seguía creciendo, manteniendo a PR en mayor dependencia y endeudamiento, requería nuevos préstamos para pagar la deuda y como resultado se vieron afectados los servicios esenciales de salud y educación.

La población de un país educado y saludable identifica un país seguro y estable. La Organización Mundial de Salud (OMS), establece que la salud es un estado completo de bienestar físico, mental y social que permite cumplir los objetivos de desarrollo sostenible establecidos por las Naciones Unidas para que los países por sí mismos puedan tener economías sustentables. Este no es



el caso de PR porque las leyes federales eliminan la posibilidad de sacarlo del empobrecimiento al eliminar presupuestos a servicios esenciales de salud, seguridad y educación.

4.2. Salud

La salud es un derecho fundamental declarado por la constitución de la OMS en el 1946 y ratificado por la Organización de las Naciones Unidas. PR es la jurisdicción con el índice de pobreza más alto en los EE.UU. Duplica el índice de pobreza de los estados con 44.9%. El ingreso promedio anual por hogar en PR es de \$19,775, el del estado de Misisipi es de \$42,009. El Censo de los EE.UU., actualizado al 2018, determino el nivel de pobreza por el ingreso total anual que genera un hogar, familia y sus variantes. Una unidad familiar de tres personas con un ingreso anual menor a \$19,985 es clasificada en pobreza. Por lo tanto, en PR el 58.3% de hogares con personas menores de 18 años vive en pobreza al igual que el 42.1% de los hogares con personas de 16 a 64 años, así como el 38.9% de la población de 65 años o más.

A diferencia de los estados de EE.UU., PR y las Islas Vírgenes, reciben fondos federales limitados para *Medicaid* de un 55% fijo para asistencia médica. El más bajo que recibirían si fueran estados es 83%.

PR está comprometido con una reforma de salud y la prestación de servicios, desafíos para las Organizaciones de Atención Administrada, proveedores y beneficiarios. Su población, 3,195,153, tiene tasas de salud catalogadas de regular a deficiente por condiciones como: enfermedad cardíaca, diabetes y mortalidad infantil. El 47% de su población está inscrita en *Medicaid*, 13 puntos porcentuales más que Nuevo México, 34% que es la tasa más alta.

PR invierte \$1,400 millones en salud a beneficiarios de bajo ingreso y recibe \$400 millones en asignación federal, que se asigna según el in-

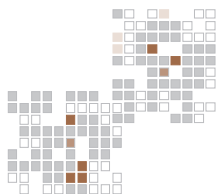
greso per cápita, pero el gobierno estadounidense mantiene el pareo de 55% para PR. El empobrecimiento se elevó a 52.3% después de María y 400 mil personas están sin servicios de salud. El Negociado del Censo de EE.UU., en su Base de Datos Internacionales de 2014, presentó que PR tiene una tasa de envejecimiento de 23.9%, posición número 31 en el mundo.

La crisis fiscal, tiene impacto de políticas locales y federales en la salud y permite delinear acciones que maximicen los recursos disponibles. Los presupuestos presentados por la Asamblea Legislativa, el Departamento de Salud y agencias relacionadas dependen de fondos federales y de un aumento en asignaciones especiales del fondo general para promoción y protección de la salud. Estos esfuerzos de aumentar la inversión federal para que esté a la par con los estados son prioritarios. «Debe tomarse acción para mejorar la salud de la población», María Fernanda Levis CEO de Impactivo¹. (Nuevo Dia, Punto de Vista 31 de diciembre de 2019).

La inversión presupuestada en 2018 fue \$399 millones, ante la falta de acceso a líneas de crédito y la terminación de los fondos federales del *Affordable Care Act* motivó a identificar estrategias para allegar fondos buscando desarrollar alianzas entre el gobierno, grupos comunitarios, agrupaciones profesionales, medios de comunicación, corporaciones e individuos abogando en el Congreso de los EE.UU. El gobierno tuvo que buscar estrategias para poder mejorar el sistema sanitario del país que es dependiente de Estados Unidos.

En el 2020 la comisionada residente en Washington, Jennifer González, expuso la necesidad de información y análisis para entender las fallas y aciertos de los componentes del sistema

¹ IMPACTIVO™, LLC. firma de consultoría de salud impulsada por el impacto y comprometida con la transformación de los sistemas de salud en PR.



de salud según el informe de la Comisión del Congreso de los EE.UU., *Basta ya de parchos*. El Comité de Finanzas del Senado reconoció la necesidad de identificar un modelo de salud para asignar \$11,869 millones a *Medicaid* por los próximos cuatro años e imponer nuevos controles sobre su uso. Con este acuerdo la aportación federal de *Medicaid* aumentaría de 55% a 76%, y eliminaría el tope de \$375 millones anuales en *Medicaid* que impone la ley.

En contradicción a la Comisionada Residente, el Comité de Energía y Comercio de la Cámara Baja de EE.UU. presentó en julio de 2020 parámetros estrictos de supervisión del uso del dinero enviado a PR. Asignaba \$12,000 millones en *Medicaid* por los próximos cuatro años y permitiría aumentar la aportación en *Medicaid* a 83% los primeros dos años y 76% en el 2022 y 2023.

4.3. Desastres atmosféricos

En el 2017 la Isla fue azotada por dos huracanes. Irma, 5 de septiembre de 2017; categoría 5, vientos de 170 millas por hora. Dejó más de 900 mil abonados sin energía eléctrica y María, 20 de septiembre de 2017; categoría 4, con vientos de 155 millas por hora. Dejó 100% de los abonados sin servicio de energía eléctrica, incomunicados y 60% sin servicio de agua potable.

A una semana del huracán María la Isla solamente tenía restablecido un 5% del sistema eléctrico, el 35% de las gasolineras seguían cerradas y la mitad de los supermercados estaban cerrados y no se sabía la cifra de muertes. Según la Administración de Servicios de Salud Mental y Control de la Adicción la tasa de suicidios aumentó 20% con respecto al año anterior. Un 10% de las torres de telefonía estaban en funcionamiento y 10 mil puertorriqueños seguían sin vivienda, distribuidos en 150 refugios y otros vivían con familiares o amigos. El Departamento de Salud estableció que en los pasados 12 años se habían ido 2,422 médicos, 347 médicos por año y después de Ma-

ría estimó el doble.

Los servicios de respuesta rápida fueron deficientes por falla en los sistemas de rescate y servicios de emergencia. Las escuelas y empresas cerradas, pérdida de empleos, adultos, niños, y personas con discapacidades o con enfermedades crónicas, se vieron afectadas y el acceso a la atención médica estaba limitada por carreteras intransitables, derrumbes, inundaciones, y aguas residuales que contaminaron lo marino.

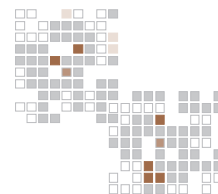
Según el director de la Agencia Federal para el Manejo de Emergencias (FEMA) para el Caribe, Alejandro de la Campa, «María devastó a PR y la magnitud de su destrucción es comparable a los peores desastres naturales registrados en EE.UU. El peor desastre en la historia de PR».

4.4. Sismos y Pandemia

Al final del 2019 los sismos pusieron en peligro la seguridad física y emocional del puertorriqueño, causaron pérdidas millonarias de carácter humanitario en el sur y centro de la Isla donde el secretario del Departamento de Desarrollo Económico y Comercio, Manuel Laboy, (2016-) estimó un impacto económico de 100 millones de dólares.

Brad Dean, director de *Discover PR*, organización que promueve la isla como destino turístico, reconoció el impacto en cancelaciones de reservaciones y visitantes que se encontraban en la isla y adelantaron su salida. Cuantificó \$50 millones en publicidad negativa de esta situación, haciendo difícil la recuperación, donde el turismo es fuente de ingresos. Carla Campos, directora de la Compañía de Turismo (2016-) matizó el asunto, informando que fuera del suroeste de la isla la situación en la isla va normalizándose.

El 12 de marzo de 2020 llegó el COVID-19 identificado en dos turistas italianos. Inmediatamente se decretó el cierre de todas las empresas no esenciales y un toque de queda de 7:00 p.m. a 5:00 a.m. comenzando el 15 de marzo de 2020.



El cierre total fue de 88 días y sólo recibía viajes esenciales y ha pospuesto la reapertura oficial al turismo.

La falta de información y los constantes cambios del COVID-19, debilitaban más la imagen y un frágil sistema de salud después de los huracanes (2017) y los terremotos (2019). La Organización Médicos sin Fronteras presentó un PR paralizado por las crisis y el COVID-19. «La isla está con un sistema de salud bajo mucha presión desde antes de la pandemia, sigue haciendo frente al impacto en la salud de dos huracanes que golpearon el país en 2017 y fuertes terremotos a principios de este año 2020», Sophie Delaunay (2020), coordinadora de la organización en PR, añadió, «el sistema de atención médica y todas las estructuras sanitarias han tenido que hacer reajustes importantes en sus actividades, incluyendo retrasar la atención no relacionada con la COVID-19». Confirmó, «muchas personas no tenían acceso a la telemedicina y el alto desempleo contribuyó a empeorar las condiciones de salud y que las personas con un frágil estado de salud no estaban siendo atendidas».

4.5. La marca PR

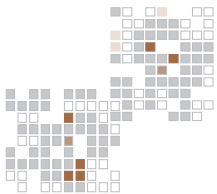
La marca de país tiene como objetivo medir, construir y gestionar la reputación de los países. Las formas en que el país proyecta su marca incluyen la exportación, la inversión extranjera directa y el turismo. El desarrollar una marca país PR es una necesidad este nuevo siglo. En el 2013 hubo un intento con la Ley Núm. 70, 2013, para crear la marca País PR que ahora depende de la Ley Núm. 17 de 2017: Ley para la Promoción de PR como Destino. La marca país es un activo que se manifiesta e integra en la textualización de la comunicación publicitaria y la gestión de identidad. Presenta la realidad del país, que muchas veces es diferente a lo que se difunde. Presenta la responsabilidad gubernamental de velar por la vida, lo que requiere asignar recursos. La marca

país crea conciencia social y busca construir imaginarios de justicia, salud, educación, buena alimentación y vivienda como resultado de políticas públicas.

La Ley Núm. 17 de 2017 para la promoción de PR por la Organización de Mercadeo de Destinos, *DMO* en inglés, buscaba reposicionar y ayudar a PR en ofrecer productos turísticos con la campaña *Discover PR*, y socios en todos los sectores, incluidos miembros claves de la Compañía de Turismo de PR y la Asociación de Hoteles y Turismo de PR.

PR ha sido reconocido por su belleza natural, su cultura, su música, sus instrumentos autóctonos, la gastronomía, personalidades, sus *coquis*, pero sobre todo por la hospitalidad de su gente, su ubicación en el Caribe y su relación con los EE.UU., activos destacados, pero son símbolos que han cambiado. La propuesta del *DMO* dirigida a dar consistencia a la marca PR evitando que cada cuatro años los cambios de gobierno incidieran en la estrategia, pero el *DMO* ha tenido cuatro campañas, con cuatro mensajes en cinco años. Del 2017 a 2018 se ejecutaron tres campañas de exposición internacional: Luis Fonsi con *Despacito*, Lin Manuel Miranda y la puesta en escena de *Hamilton el Musical* y *Meaningful Travel* que convoca al turista a aportar en la recuperación de la Isla. También hubo dos campañas para el mercado local; *Voy Turisteando* y *Tu Isla es tu mejor vacación*.

En junio del 2018 Carla Campos, directora ejecutiva interina de la Compañía de Turismo, expresó «nos encontramos en un proceso de transición mediante el cual la nueva entidad está conociendo los esfuerzos de mercadeo que se ejecutaban por la Compañía de Turismo y preparándose para asumir la responsabilidad a partir del 1 de julio». Confirmó, «la Compañía de Turismo de PR está brindando insumos y acompañamiento al *DMO* en este proceso. De igual modo, el *DMO* cuenta con consultores expertos que están



asesorando en el proceso». Fue interesante ver al gobierno presentar el *DMO* como una solución del problema de proyección que tiene PR, lo que no ha cambiado y atraer turismo no es lo único que establece la imagen de marca país.

La controversial ley ha desatado demandas entre la Legislatura y la Junta de Directores del *DMO*. El representante Ángel Matos del Partido Popular Democrático (PPD), solicitó una orden de desacato a la jueza Lauracelis Roque porque el *DMO* no entregó la documentación exigida, argumentando que en los documentos sometidos se tachó información relacionada con los contratos. Matos, cuestionó las razones por las cuales el *DMO* no apeló la sentencia del 8 de noviembre de 2019 que ordenó la entrega de contratos e información relacionada con los gastos del *DMO* desde 2017. El *DMO* es una entidad gubernamental para fines constitucionales lo que establece el derecho de acceso a la información en documentos públicos. En diciembre el senador del Partido Nuevo Progresista (PNP), Carmelo Ríos se expresó en contra del *DMO*, por el caso y las controversias generadas.

Para Walsh (2010, p. 20) el proyectar una imagen responde a una narrativa de real transformación intercultural por lo que la nación busca presentar imágenes, sonidos y elementos lingüísticos que alineen los valores y construcción ideológica de la identidad nacional producida y reproducida desde un proyecto político que se puede comercializar. Busca transmitir el bienestar de los ciudadanos en un ambiente atractivo y de valor que sea adoptado por sus públicos tanto internos como externos (Salas, 2016).

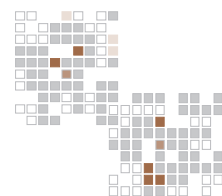
El proceso de formación de imagen es una serie de factores y elementos de información actuando para formar la imagen que entra en contacto con los valores, creencias y experiencias pasadas conformando la imagen global. Los administradores de la marca país y los responsables de las políticas públicas no pueden controlar cómo los

grupos de interés perciben el país, pero sí pueden establecer una identidad de marca favorable para promocionarlo. No importa si el país tiene la intención de presentar una nueva promesa de marca o volver a la marca anterior, la realidad del pasado y el desempeño de la sociedad se tiene en cuenta para dar credibilidad a sus iniciativas como marca (Anholt 2006; Gilmore 2002; Tatevossian, 2008).

PR posee muchos activos para sobresalir y ser exitoso, pero necesita compromisos de largo plazo y un nuevo modelo económico. No tiene 100% de control sobre estas decisiones, por lo que se ve como víctima, pero 70 años atrás se insertó en la economía global convirtiéndose en modelo de desarrollo económico aumentando su PNB, el nivel de literacidad y el nivel de expectativa de vida de 69 años en el 1960 a 76 años en el 2003. Considerado un país desarrollado en relación con países latinoamericanos, pero recientemente no ha superado la tendencia decreciente en desempleo y pobreza. Su economía depende de transferencias federales y la economía subterránea, creando un problema de rendición de impuestos. El nivel empresarial local esta subdesarrollado, bajo nivel de capital para inversión y competitividad amenazada.

Echéverri (2012), «en la carrera de ser más competitivos como país en la economía global es importante tener o ser una marca saludable. La marca es una estrategia completa para capitalizar en la representación del país. Es importante la independencia de la marca del gobierno de turno». La marca se mide en el posicionamiento que se le da por el *Country Brand Index (CBI)*, examina la percepción internacional de los países y el *Good Country Index (GCB)*, mide cuán bien está el país.

De los 75 países incluidos en el *CBI - 2014*, solamente 22 países recibieron calificación de marca país. PR fue incluido en la posición # 33 de Latinoamérica. La inclusión de PR en estos informes no es consistente, incluido en Latinoamérica



y en otros como parte de EE.UU. por ser un territorio no incorporado que no permite representación independiente. En el 2019 ocupó la posición # 62 en Norte América, 29 puntos menos que en el 2014.

5. Conclusión

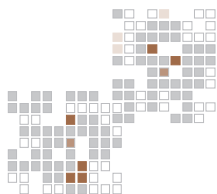
Las funciones legales y las características simbólicas de la marca país constituyen un posicionamiento positivo y diferenciado del estado-nación frente otros países en el sistema internacional y apunta a la promoción del interés nacional mediante la construcción de identidad (Lara, 2016). Desde esta óptica, la marca país PR es incierta y con retos que no se eliminan al no tener la autonomía. Stiglitz (2002) señala que uno de los rasgos fundamentales de la globalización es la aceptación del capitalismo norteamericano como única vía de progreso. Esto toca de cerca a PR donde el mismo Stiglitz (2018) entrevistado en la Asamblea Popular Revolucionaria Americana señaló que el sector financiero perfeccionó la habilidad de quitarle el dinero a la gente sin contribuir al progreso social. El sector financiero ha crecido de un 2.5% a un 8% del PIB, sin estructura para contribuir al progreso social. PR con su deuda externa, no controlar su proceso legal, no puede evitar el desastre fiscal ni buscar estabilizar los fondos federales para trabajar los problemas de financiamiento eliminando la incertidumbre e inestabilidad en el sistema de salud.

El secretario del Departamento de Salud, Lorenzo González Feliciano (2019-2021), reconoció que la infraestructura de salud es frágil después de los huracanes, los sismos y la pandemia. Entre los retos figuran la incapacidad de los hospitales privados para retener profesionales,

las deudas millonarias de las compañías aseguradoras con los proveedores de salud, la limitación de los laboratorios para procesar las pruebas de diagnóstico, la escasez de inventario médico y las fallas administrativas en los procesos de compra del Estado en la emergencia. El futuro económico depende de las inversiones, sobre todo en salud asumiéndose responsabilidad de implantar acciones para mejorar la salud individual y colaborar con el Gobierno por más derechos del Congreso de Estados Unidos.

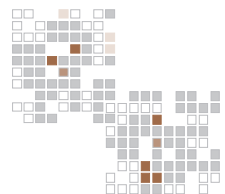
La propuesta Transformación e Innovación tras la Devastación: Un plan de recuperación económica y de desastres para PR (2018), busca construir un nuevo PR con desarrollo económico sostenible y transformación social; gobernabilidad transparente; infraestructura moderna y resistente; y una sociedad segura, educada, saludable. La propuesta tenía cuatro objetivos principales: Construir el nuevo PR. Lograr un PR resiliente ante un desastre. Hay que asegurar que las iniciativas de reconstrucción y restauración promuevan el crecimiento económico y que la transformación social contribuya a una economía dinámica y competitiva de oportunidades de crecimiento laboral que promuevan el desarrollo personal ahora y en generaciones futuras.

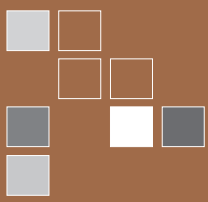
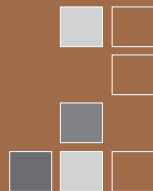
La marca PR puede ser evaluada y consolidada en un análisis de fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas (Kotler y Gertner, 2002), para determinar qué lo hace único. El hecho de que no exista una marca PR es por razones políticas. La pregunta es, ¿qué se necesita para desarrollarla? El reto es investigar, analizar y establecer estrategias de *branding* y ver por qué y cómo otros países tienen una marca país y PR no.



Referencias

- ANHOLT, S. (2005). Brand New Justice: How branding places and products can help the developing world. New York: Routledge. Disponible en http://www.culturaldiplomacy.org/academy/pdf/research/books/nation_branding/Brand_Name_Products_Brand_New_Justice_How_Branding_Places_And_Products_Can_Help_The_Developing_Wo.pdf
- ANHOLT, S. (2006). The Anholt-GMI city brands index how the world sees the world's cities. *Place Branding*, 2(1), 18-31. Disponible en <https://link.springer.com/article/10.1057/palgrave.pb.5990042>
- ANHOLT, S. (2008). From nation branding to competitive identity: The role of brand management as a component of national policy. K. Dinnie (Ed.), *Nation branding: concepts, issues, practice* (pp. 22-23). Oxford: Butterworth-Heinemann. Disponible en http://www.culturaldiplomacy.org/academy/pdf/research/books/nation_branding/Nation_Branding_-_Concepts,_Issues,_Practice_-_Keith_Dinnie.pdf
- El Vocero de PR (2017) *Perfil de PR en el 2017*. Disponible en https://www.elvocero.com/economia/el-perfil-de-puerto-rico/article_1e0b2a2c-d2e1-11e8-851a-cf7afa04f47.html
- ECHEVERRI, L.; ESTAY-NICULCAR, Ch. & ROSKER, E. (2012). Estrategias y experiencias en la construcción de marca país en América del Sur. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, Buenos Aires, 21, p. 288-305. Disponible en <http://www.estudiosenturismo.com.ar/PDF/V21/N02/v21n2a01.pdf>
- Farquhar, P. H. (1989). Managing brand equity. *Marketing Research*, 1(3).
- FEMA (2018). PR a un año de los huracanes Irma y María. Disponible en <https://www.fema.gov/es/news-release/2018/09/06/puerto-rico-un-ano-de-los-huracanes-irma-y-maria>
- GÓMEZ, D. R., & Roquet, J. V. (2012). Metodología de la investigación. *México: Red Tercer Milenio*. Disponible en http://www.aliatuniversidades.com.mx/bibliotecasdigitales/pdf/axiologicas/Metodologia_de_la_investigacion.pdf
- Junta de Planificación de PR. (2019). Proyecciones Económicas a Corto Plazo y Mediano Plazo Años Fiscales 2019 y 2020. Gobierno de PR. Disponible en [https://jp.pr.gov/Portals/0/Economia/Proyecciones/Corto%20Plazo/Proyecciones%20Econ%C3%B3micas%202019-2020%20\(corto%20y%20mediano%20plazo\)\(actualizado\).pdf?ver=2019-07-09-180848-940](https://jp.pr.gov/Portals/0/Economia/Proyecciones/Corto%20Plazo/Proyecciones%20Econ%C3%B3micas%202019-2020%20(corto%20y%20mediano%20plazo)(actualizado).pdf?ver=2019-07-09-180848-940)
- Junta de Planificación de PR. (2018). Informe Económico al Gobernador. Gobierno de PR. Disponible en <https://jp.pr.gov/Econom%C3%ADa/Informe-Econ%C3%B3mico-al-Gobernador>
- RUDOWITZ, R. HALL, C. and LYONS, B. Abismo en el financiamiento de Medicaid: Implicaciones para los sistemas de atención de salud de PR y las Islas Vírgenes de los Estados Unidos. *Kaiser Family Foundation Report*, Washington D.C., June 2019. Disponible en <https://www.kff.org/medicaid/issue-brief/abismo-en-el-financiamiento-de-medicaid-implicaciones-para-los-sistemas-de-atencion-de-salud-de-puerto-rico-y-las-islas-virgenes-de-los-ee-uu/>
- Knox, S., & Walker, D. (2001). Measuring and managing brand loyalty. *Journal of strategic marketing*, 9(2), 111-128.
- KOTLER, P., & GERTNER, D. (2002). Country as brand, product, and beyond: A place marketing and brand management perspective. *Journal of Brand Management*, 9(4), 249-261. Disponible en https://www.academia.edu/25516970/Country_as_brand_product_and_beyond_A_place_marketing_and_brand_management_perspective
- LEVIS, María Fernanda. *Acciones para mejorar el sistema de salud de PR*. Punto de vista. El Nuevo Día. 31 de diciembre de 2019. Disponible en <https://www.elnuevodia.com/opinion/punto-de-vida/acciones-para-mejorar-el-sistema-de-salud-de-puerto-rico/>
- Ley Núm. 72, de 1993: Ley de Administración de Seguros de Salud y Pólizas médico-hospitalarias públicas y privadas. Disponible en <http://www.bvirtual.ogp.pr.gov/ogp/BVirtual/LeyesOrganicas/pdf/72-1993.pdf>
- Oficina Central de Recuperación, Reconstrucción y Resiliencia (COR3). 2018. *Transformación e innovación luego de la devastación: Un plan de recuperación económica y de desastres para PR* - Versión Preliminar 8 de julio de 2018. Disponible en <https://issuu.com/coleccionpuertorriquena/docs/puertorrico-draft-plan-espanol>
- Oficina del Procurador de las Personas de Edad Avanzada ELA de PR. 2017. *Perfil Demográfico de la Población de Edad Avanzada: Envejecimiento de la Población: PR y el Mundo*. Disponible en <http://www.agencias.pr.gov/agencias/oppea/procuraduriaprogramas/Informacin/Perfil%20Demogr%C3%A1fico%202017.pdf>
- STIGLITZ, J. (2002) Development policies in a world of globalization. In *New International Trends for Economic Development Seminar*. Disponible en <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.202.4848&rep=rep1&type=pdf>
- TATEVOSSIAN, A. R. (2008). Domestic society's (often-neglected) role in nation branding. *Place Branding and Public Diplomacy*, 4(2), 182-190. doi:10.1057/pb.2008. Disponible en https://www.researchgate.net/publication/247479448_Domestic_society's_often-neglected_role_in_nation_branding
- TOMASINA, F. (2012). Los problemas en el mundo del trabajo y su impacto en salud. Crisis financiera actual. *Revista de Salud Pública*, 14, 56-67, Uruguay. Disponible en <https://revistas.unal.edu.co/index.php/revsaludpublica/article/view/34063>
- WALSH, C. (2010). Development as buen vivir: institutional arrangements and (de) colonial entanglement. *Development*, 53(1), 15-21. Ecuador. Disponible en https://www.researchgate.net/publication/46526256_Development_as_Buen_Vivir_Institutional_Arrangements_and_DeColonial_Entanglements





EL DISEÑO GRÁFICO A TRAVÉS DEL DISCURSO DE SUS ACTORES. REFLEXIONES EPISTEMOLÓGICAS

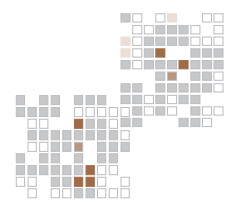
GRAPHIC DESIGN THROUGH ITS ACTORS. EPISTEMOLOGICAL THOUGHTS

DESIGN GRÁFICO ATRAVÉS DE SEUS ATORES. REFLEXOES EPISTEMOLÓGICAS

Karina Gabriela Ramírez Paredes

■ Docente de la Universidad Autónoma de Nuevo León, UANL. Doctora en Filosofía con acentuación en Estudios de la Cultura y Maestra en Ciencias de la Comunicación por la UANL. Sus trabajos importantes: La (re)construcción del perfil idóneo del diseñador gráfico a través de una formación centrada en la investigación.

■ E-mail: karina.ramirezpr@uanl.edu.mx / karinarmzparedes@gmail.com



RESUMEN

En este artículo se realiza, en primer lugar, un breve recorrido por los orígenes del diseño gráfico y su transformación. También se abordan las perspectivas y definiciones que ha tenido el diseño gráfico desde su concepción, la finalidad es constatar la complejidad de su definición vista desde el discurso de los principales teóricos de la disciplina; asimismo, se propone una nueva conceptualización de la disciplina, la cual permite comprender actividad proyectual desde un punto de vista interdisciplinar en el que la comunicación es el punto de convergencia.

PALABRAS CLAVE: DISEÑO GRÁFICO; COMUNICACIÓN VISUAL; DISCURSO; INTERDISCIPLINA.

ABSTRACT

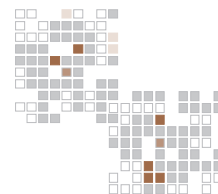
In this paper, first, a quickly review of the graphic design origins and its transformation takes place. It also shows the perspectives and definitions that graphic design has had since its conception, the aim is to verify the complexity of its definition seen from the discourse of the main theorists of the discipline; in concluding, a new conceptualization of the discipline is proposed, which allows understanding graphic design from an interdisciplinary point of view in which communication is the prime focus.

KEYWORDS: GRAPHIC DESIGN; VISUAL COMMUNICATION; DISCOURSE; INTERDISCIPLINE.

RESUMO

Neste trabalho, primeiramente, um breve passeio pelas origens do design gráfico e sua transformação é feito. Também aborda as perspectivas e definições que o design gráfico teve desde a sua concepção. O objetivo é verificar a complexidade de sua definição vista a partir do discurso dos principais teóricos da disciplina; da mesma forma, propõe-se uma nova conceituação da disciplina, que permite compreender a atividade do projeto a partir de um ponto de vista interdisciplinar em que a comunicação é o ponto de convergência.

PALAVRAS-CHAVE: DESENHO GRÁFICO; COMUNICAÇÃO VISUAL; DISCURSO; INTERDISCIPLINA.



1. Introducción

El presente artículo analiza el discurso sobre el diseñador gráfico, con el propósito de examinar las ideas más representativas y los imaginarios discursivos existentes acerca de la profesión, además de presentar una conceptualización que permita conocer más a la disciplina, y aportar al área de conocimiento la construcción y consolidación del quehacer profesional.

El objetivo es presentar un acercamiento a las concepciones del diseño gráfico, con el fin de mostrar sus antecedentes y constatar la complejidad de su definición, así como ubicar a la disciplina en un contexto actual y proponer una nueva conceptualización de la disciplina.

Las particularidades y el alcance que puede tener esta investigación en el escenario contemporáneo van desde la redefinición de la disciplina del diseño gráfico y la presentación de sus imaginarios discursivos, hasta la aportación de algún modelo de investigación que colabore a la mejora de su práctica profesional. El estudio se justifica en virtud de que en el diseño gráfico, por ser una disciplina relativamente nueva en las prácticas relacionadas con la investigación, se cuenta con áreas poco exploradas, como la educación en diseño y los perfiles del diseñador, además existe una preferencia de la práctica por encima del desarrollo de la investigación, fomentando así, la formación de maquiladores y no los productores visuales de alto valor que la sociedad necesita.

2. Fundamentos teórico-metodológicos

La investigación se trabajó bajo el método cualitativo e inductivo. Las principales características del método cualitativo son 1) su objetivo es la captación y reconstrucción de significado, 2) su lenguaje es básicamente conceptual y metafórico, 3) su modo de captar información es flexible y desestructurado, 4) su procedimiento es inductivo y, 5) su orientación es holística y concretizadora (Ruiz, 2012, p.23). En el método inductivo

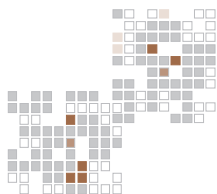
el investigador establece conclusiones generales con base en hechos recopilados mediante la observación, referente a este método Dávila (2006) afirma lo siguiente:

Los investigadores a partir de sus observaciones hacen las inducciones y formulan hipótesis y a partir de ellas hacen deducciones y extraen consecuencias lógicas, si estas son compatibles con el conocimiento aceptado, se procede a la comprobación y se aceptan o rechazan (Dávila, 2006, p. 189).

La investigación cualitativa se consideró pertinente ya que permite aproximarnos a las representaciones discursivas del diseñador gráfico que manifiesta la muestra elegida; además de situar a la profesión a un contexto real, y encontrar los sentidos, valores e ideología plasmados en su discurso. Para fines de la investigación, el método inductivo posibilita, a partir de casos particulares, obtener conclusiones generalizadas que expliquen el fenómeno analizado.

Para el logro del objetivo “Presentar un acercamiento a las concepciones del diseño gráfico, con el fin de presentar sus antecedentes y constatar la complejidad de su definición, así como ubicar a la disciplina en un contexto actual”, se apoyó en información de carácter documental. La investigación de tipo documental es definida por Cázares (1990) de la siguiente forma:

La investigación documental depende fundamentalmente de la información recogida en documentos, entendiéndose por estos todo aquel material de índole permanente, esto es que se puede acudir como fuente o referencia en cualquier momento o lugar, sin que altere su naturaleza o sentido, para que aporte información o rinda cuentas de una realidad o acontecimiento. Las fuentes documentales suelen ser: libros, revistas, periódicos, tratados, actas no-



tariales; documentos filmicos, discos compactos, disquetes y otros de índole electrónico, etc. (Cázares, 1990, p. 18).

En primer lugar, se hizo un breve recorrido de los orígenes del diseño gráfico y su transformación para comprender el contexto técnico, social y cultural de la disciplina, ya que coincidimos con Campi (2013), quien firma que “la historia del diseño representa un importante papel en la construcción del discurso sobre el diseño y debería ayudar a la comunidad del diseño a identificar y discutir problemas éticos, estéticos y sociales” (Campi, 2013, p.27).

Se realizó un meta-análisis¹ de textos que hablan de los orígenes del diseño gráfico, con autores como Lupton y Miller (2015), Campi (2013), Vilchis (2010), Calvera (2010), quienes son los principales precursores en cuanto al análisis historiográfico del diseño, algunos de ellos son diseñadores que se han formado en historia con el fin de analizar el desarrollo que ha tenido la disciplina al paso del tiempo.

El carácter historiográfico resulta imprescindible para la construcción y consolidación del diseño gráfico como disciplina y concepto, lo que ayuda a comprender qué es, de dónde viene y hacia dónde se dirige; esto ayudará a comprender su contexto actual y vislumbrar su futuro. De acuerdo con Córdova (1989), se debe hacer historia para analizar el pasado y proyectarlo del presente al futuro.

Posteriormente, se analizó la conceptualización de la actividad proyectual desde las últimas tres décadas hasta el escenario contemporáneo, y posteriormente se propuso una nueva definición que permite comprender al diseño gráfico desde un punto de vista interdisciplinar.

3. El diseño gráfico: apuntes históricos en México

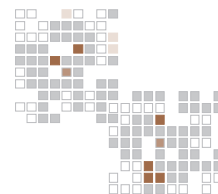
Para comprender la situación actual del diseño gráfico, es necesario conocer su origen y cómo ha sido el proceso de pasar de ser un oficio o tecnicismo, a una profesión y, finalmente, a una disciplina.

El término fue establecido por el norteamericano William Addison Dwiggins, en 1922:

Cuando te enfrentas a las posibles composiciones con los distintos materiales, olvida el arte y utiliza el sentido común desde el primer momento. El papel básico de cualquier diseñador que trabaje con papel es conseguir una presentación clara del mensaje: resaltar los enunciados importantes y colocar los elementos secundarios de forma que no sean desestimados por el lector. Ello requiere de un ejercicio común y una capacidad de análisis más que unas habilidades artísticas (en Newark, 2002, p.10).

Se puede encontrar una amplia bibliografía en la que se analiza el origen y la historia del diseño gráfico, desde los clásicos como *Historia del diseño gráfico* de Philip B. Meggs (primera edición de 1983) y *El diseño gráfico, desde los orígenes hasta nuestros días* de Enric Satué (publicación original de 1988), pasando por *Design, Writing, Research: Writing on Graphic Design* de Ellen Lupton y J. Abbott Miller (primera edición de 1996), hasta llegar a los más contemporáneos, *Guía completa del diseño gráfico: Compendio visual y reseñado sobre el lenguaje, las aplicaciones y la historia del diseño gráfico* de Bryony Gomez-Palacio y Armin Vit (2011), *Diseño e historia: tiempo, lugar y discurso* editado por Oscar Salinas Flores Y Ana María Losada (2010) y *La historia y las teorías historiográficas del diseño* de Isabel Campi (2013).

¹ El meta-análisis es en su esencia una revisión bibliográfica, la cual consiste en comentar, analizar y comparar descriptivamente ensayos (Céspedes, 1995).



Gonzalez-Mardones (2015) afirma que existen tres tendencias que permiten ubicar el origen del diseño gráfico, 1) la invención de la escritura, 2) la invención de la imprenta y los tipos móviles y, 3) la industrialización y la división técnica del trabajo, la evolución de las artesanías y la profesionalización de los cartelistas y dibujantes.

El establecimiento del diseño gráfico emergió del movimiento del arte moderno de principios del siglo veinte y se consolidó como profesión a lo largo de los últimos años. Su sustento teórico proviene de los movimientos vanguardistas, del Constructivismo y de organizaciones como De Stijl y la Bauhaus (Lupton y Miller, 2015).

El diseño moderno surgió como respuesta a la revolución industrial, cuando artistas y artesanos trataron de establecer una crítica para la realización de objetos y medios de comunicación. Así, el diseño se conformó como una crítica a la industria, a pesar de que obtuvo su estatus de madurez y legitimidad al convertirse en un agente de la producción en serie y del consumo masivo (Lupton y Miller, 2015, p.67).

En México, la actividad proyectual u oficio de construir mensajes visuales tiene sus comienzos con la llegada de la imprenta en 1539 y después, a finales del siglo XIX, como servicio de la publicidad (Vilchis, 2010). Quienes cumplían esta función eran técnicos o artistas técnicos, en esta época aún no eran reconocidos como diseñadores (Tiburcio, 2015). De acuerdo con esta autora, el reconocimiento del diseño parte de su enseñanza, primero en la escuela alemana de la Bauhaus en 1919, posteriormente, con la llegada de su influencia pedagógica a América y finalmente, en 1968, inicia la formación de diseño gráfico en la Universidad Iberoamericana Ciudad de México, en México.

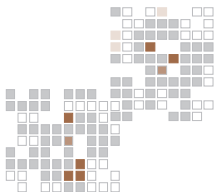
Desde entonces el diseñador gráfico se ha visto envuelto en diversos debates dentro del gremio,

donde se discuten enfoques sobre su conceptualización y sobre todo su actividad y responsabilidad, ya que existen diversas definiciones contradictorias que pueden llevar a la confusión y desconocimiento de la disciplina, incluyendo la variedad de nombres con los que, de acuerdo con Ibáñez (2002) se le conoce, por ejemplo, diseño de comunicación gráfica, diseño de la comunicación visual, diseño de la información, etc.

Calvera (2010) plantea tres orígenes del diseño, el primero data del diseño como fase dentro del proceso productivo (en la era de la industrialización), siendo la función del diseño una parte de la estructura de una fábrica; el segundo da pie a una cultura del diseño como una práctica estética vinculada al universo de lo cotidiano, con una carga de misión civilizadora, mas no trascendentemente social, lo que da paso al tercer origen, la profesionalización del diseño, donde se consolida la actividad, “tiene lugar cuando los diseñadores se organizan en asociaciones para dar a conocer su profesión ante el público” (Calvera, 2010, p.67).

Con la necesidad de agruparse, surge en 1944 el *Design Council*; en 1952 el AGI (*Alliance Graphique Internationale*), en 1958 el AIGA (*American Institute of Graphic Arts*), *the professional association for design* y, en 1963 el *ICONOGRADA* (Consejo Internacional de Asociaciones de Diseño Gráfico), mientras que en México es hasta 1991 que nace La Asociación Mexicana de Escuelas de Diseño Gráfico ENCUADRE, y posteriormente con su apoyo y como respuesta a la necesidad de impulsar el reconocimiento del diseño se genera COMAPROD (Consejo mexicano para la acreditación de programas de diseño) en el año 2003.

Para este artículo, se propone un cuarto origen: el diseño como disciplina. A pesar de que Norberto Chaves (2003, p.131) afirma que “el diseño en su conjunto carece prácticamente de existencia disciplinar. En caso de existir disciplina tal,



se trataría de una disciplina vacía, abstracta; una mera fase de un proceso productivo”, a catorce años de dicha aseveración, se puede decir que cada vez hay más análisis en torno al diseño gráfico, se ha presenciado un crecimiento en posgrados de diseño, en donde éste se convierte en un tema de investigación y generación de conocimiento. Actualmente existen diversas investigaciones en torno a la conceptualización y enseñanza del diseño gráfico, así como relacionadas con la interacción que tiene con otros fenómenos sociales y culturales; para Margolin (2005) existe una creciente corriente de alternativas relacionadas con las investigaciones sobre diseño. Las investigaciones y debates hoy en día tratan sobre las cambiantes realidades que estimulan a la disciplina, así como el rumbo que ha tomado el diseño gráfico contemporáneo sin alejarse de sus mitos de origen, pero coinciden en que sí ha ido logrando una objetivación social de la actividad proyectual.

Finalmente, se puede confirmar que el diseñador gráfico ha pasado por distintas etapas a lo largo de la profesión, al principio al servicio de la industrialización y la publicidad, para ahora coadyuvar a la cultura por medio de la comunicación visual, que sirve para poner en común a la sociedad local y global a través de la visión científica que aporta el diseño como disciplina. Entonces, queda olvidada su identidad de oficio o tecnicismo y se logra visualizar a la intuición y la creatividad como una cualidad del espíritu del diseño y se empieza a entender la complejidad de las interrelaciones de las que se puede componer la disciplina.

4. Re-definir el diseño gráfico: perspectivas y definiciones

Ubicar una definición sobre el diseño gráfico que permita aclarar el quehacer de la profesión,

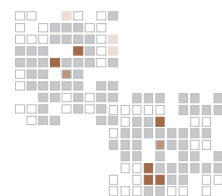
no es cuestión simple, en palabras de Glaser “como diseñadores, nos ha preocupado durante mucho tiempo cuál es nuestra función en la sociedad” (2014, p.9); es decir, el papel desempeñado en la vida civil es un factor de igual forma importante para el diseñador.

El diseño gráfico traspasa las barreras del lenguaje hablado, integrando al hombre con el entorno, estableciendo una relación entre el productor con el consumidor, convirtiéndose así en un medio al servicio de la cultura y la alfabetización de los pueblos (Sánchez, 2012). En este orden de ideas Glaser afirma lo siguiente: “chapas, *flyers*, carteles, postales, camisetas y libros. Qué primitivos son los medios que tenemos para discrepar. Y aun así creo que estas modestas herramientas pueden ayudar a cambiar la historia” (2014, p.14).

Esqueda firma que “un primer problema que se plantea para el estudio del diseño gráfico es el de su ubicación dentro de una definición que permita aclarar su especificidad” (Esqueda, 2003, p.17).

Goldfarb asevera que “el diseño es una profesión que no tiene identidad clara en la mente del público en general. Diseño es una palabra muy usada y puede significar muchas cosas” (Goldfarb, 1998, p.21). Se articula lo anterior con la idea de Guzmán (2002) para quien es necesario discutir sobre la reconstrucción del diseño ya que se requiere de un consenso que permita ubicar de manera diferente la profesión porque necesita ser reconocida por los otros – no diseñadores – en un solo sentido y dirección para lograr su madurez, individualidad y supervivencia, además de consolidar a la profesión de forma digna y relevante para la cultura útil para la sociedad.

Gonzalez-Mardones propone que “la mejor manera de definir diseño es a través del propio diseño” (2015, p.71):



El diseño es exactamente el gráfico que lo define, es un lenguaje que ofrece una solución a un problema, que transmite información a la sociedad y que a su vez genera conocimiento, que nace fruto de una pregunta ¿qué es el diseño? Y se configura a través de un proceso metodológico, (un vaciado bibliográfico, una investigación de teóricos expertos en el tema, una recopilación de definiciones, una clasificación de las mismas, una extracción de conceptos clave, etc.), un proyecto que concluye con el uso del lenguaje propio del diseño para organizar información, transmitirla, devolverla a la sociedad y con ella generar conocimiento y valores (Gonzalez-Mardones, 2015, p.71).

La dificultad de consolidar la profesión se puede deber a los cambios que han sufrido el diseño y la sociedad, un ejemplo es la afirmación que hace Cardoso (2014):

De acuerdo con el sentido común (que todavía se enseña en algunas escuelas), un diseñador no es un artista, tampoco es artesano, ni arquitecto, ni ingeniero, ni estilista, ni mercadólogo, ni publicista, etc. Entre todas las advertencias sobre lo que no deben ser, muchas veces se olvida decir a los alumnos qué es lo que pueden llegar a ser en realidad. La respuesta tiene dos partes: por un lado, no son nada de lo anterior; por otro, son todo eso y más (Cardoso, 2014, p.156).

De acuerdo con Scott (2005, p.1), “el diseño es

toda acción creadora que cumple su finalidad”. Juliette Cezzar (s.f.) por medio del AIGA (American Institute of Graphic Design Arts), afirma que el diseño gráfico, también conocido como diseño de comunicación, es el arte y la práctica de planear y proyectar ideas y experiencias por medio de un contenido visual y textual. La forma de la comunicación puede ser física o virtual, y puede incluir imágenes, palabras o formas gráficas.

Debido a la diversidad en las concepciones del diseño gráfico, Gonzalez-Mardones (2015) plantea una clasificación de las definiciones en diez categorías:

1. Diseño como expresión del autor – diseño como arte
2. Diseño como proceso proyectual
3. Diseño bajo la máxima *Less is More* / Diseño como forma – función
4. Diseño como mediador
5. Diseño como prefiguración
6. Diseño como factor cultural y herramienta competitiva
7. Diseño como comunicación / Diseño como práctica discursiva
8. Diseño como actividad profesional
9. Diseño como solucionador de problemas
10. Diseño como negocio (Gonzalez-Mardones 2015, p.49).

Existen innumerables definiciones del término diseño gráfico, como muestra de la diversidad de la profesión, vale la pena exponer algunas en las que se puede ver reflejada la propuesta de Gonzalez-Mardones (2015). En la Tabla 2 se presentan las ideas más representativas de algunos autores:

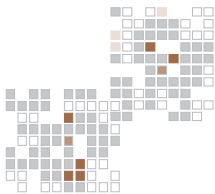


Tabla 1. Algunas definiciones de diseño gráfico

Definición	Fuente
El diseño gráfico crea y organiza mensajes visuales por medio de sistemas comunicacionales, cuyo objetivo es comunicar de manera eficiente un mensaje establecido por signos, símbolos e imágenes a un receptor en particular, el mensaje puede ser enviado por medios impresos, visuales, auditivos o multimedia.	Costa, 1989
La acción de concebir, programar, proyectar y realizar comunicaciones visuales, producidas en general por medios industriales y destinadas a transmitir mensajes específicos a grupos determinados.	Frascara, 2000, p.19
El diseño gráfico es un servicio a la comunicación que se reclama cuando ésta no pueda cumplirse satisfactoriamente de un modo espontáneo. Diseño gráfico es “redacción de mensajes técnicamente especializada” y nada más.	Chaves, 2002, p.134
Es la disciplina que, partiendo de un conocimiento interdisciplinario y funcionando epistemológicamente como un arte liberar, tiene por objetivo enriquecer las situaciones humanas a través de los argumentos comunicativos que genera para la vida social a través de las imágenes y las palabras.	Tapia, 2004, p.34
El diseño gráfico es una clase de lenguaje que sirve para comunicar. Se emplea para hablar de alguien sobre algo que quiere, o que tú crees que quiere, o que otra persona piensa que quiere.	Twemlow, 2007, p.6
El diseño es una disciplina en constante evolución y dinámica. El diseñador entrenado profesionalmente intenta crear el entorno visual, material, espacial y digital, consciente de la experiencia, empleando enfoques interdisciplinarios e híbridos para la teoría y práctica del diseño. Comprenden el impacto cultural, ético, social, económico y ecológico de sus esfuerzos y su responsabilidad hacia las personas y el planeta, tanto en el ámbito comercial como no comercial. Un diseñador respeta la ética de la profesión del diseño	Icograda, 2013

Fuente: Propio autor.

Resulta necesario poner en claro cómo se conceptualiza hoy en día el diseño como disciplina y por tanto, aclarar cómo el oficio de diseñar se establece en una actividad que requiere de trabajo intelectual y práctico, por tanto se descubre un diseñador como profesional de la práctica del diseño, pero también de la práctica de la investigación consciente como actividad inherente.

Ver al diseñador como investigador resulta pertinente, debido al compromiso que asume (o debe asumir) con la sociedad y los múltiples alcances que tiene la profesión; esta idea se vincula con la afirmación de Cardoso, “el diseño tiende al infinito, es decir, a dialogar en alguna medida con casi todos los demás campos del conocimiento” (2014, p.158).



Como se ha visto hasta ahora, hablar de diseño es hablar de un terreno incierto con múltiples aproximaciones y contextos, ya que es una profesión en constante evolución debido a los cambios tecnológicos y su adaptación a la sociedad. La carrera ha asumido mayor campo de acción, y responsabilidad porque busca generar impacto en el conocimiento, las actitudes y el comportamiento de la gente. Es por estas razones que el diseño gráfico ya no solo se relaciona con el arte, sino también con la comunicación, pero sobre todo establece fronteras con la ingeniería, la sociología, la semiótica, la mercadotecnia, la publicidad, las matemáticas, filosofía, antropología, historia, geografía, etcétera.

Lo anterior se manifiesta también en lo afirmado por Cardoso (2014):

Al mismo tiempo, el diseño es un área informacional que influye en la valoración de las experiencias cada vez que la gente hace uso de objetos materiales para emprender interacciones de orden social o conceptual. En este sentido, se abre a otras áreas que trabajan con la atribución de valor abstracto y subjetivo, como la publicidad, el marketing y la moda, y toca tangencialmente cada una de esas áreas en varios puntos. En suma, puede decirse que el diseño es un campo especialmente híbrido, que opera el vínculo entre cuerpo e información, entre artefacto, usuario y sistema. Con la creciente importancia de la inmaterialidad y de los ambientes virtuales en nuestras vidas, la frontera entre esos dos aspectos del diseño (la conformación y la información) tiende a volverse cada vez más borrosa (Cardoso, 2014, p.158).

Con relación a esta idea, en una entrevista publicada en 1982, en la revista de diseño *Skyline*, Foucault señaló que el diseño se vuelve poderoso solamente cuando entra en los dominios de otros

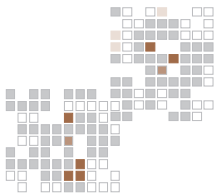
discursos, por ejemplo, cuando los gobiernos ven a la estructura de la ciudad como un modelo para el estado, o cuando la justicia criminal ve a la disposición de las prisiones como un medio para controlar a los reclusos, o cuando la medicina entiende a la vivienda sanitaria como una técnica para prevenir enfermedades (Lupton y Miller, 2015).

Vilchis (1999) entiende a la profesión de la siguiente manera:

El diseño ha de buscar sus verdades en el marco de la cultura misma, entendida como una totalidad en la que hay que distinguir las circunstancias y relaciones de los objetos - y sus peculiares formas de captación y transformación - con la pluralidad social de los seres humanos y sus concepciones - interculturalismo, erotismo, esteticismo, teísmo, etc. - en una visión antropológica que entiende al hombre en su integridad, inmerso en el devenir de la cultura toda - esencia, conocimiento, especies, jerarquía y relaciones de los valores humanos (Vilchis, 1999, p. 34).

Entonces, resulta fundamental para el diseñador gráfico ser consciente del contexto social para el cual trabaja, importa hacer tangible el pensamiento de otra persona y transformar una idea en comunicación visual para poner en común a la sociedad, es por ello que Navas afirma que “el diseño es más que un hecho, es un estilo de vida en el que nuestras ideas y proyecciones cobran vida para forrar de imágenes nuestros días” (2008, p.241).

En este sentido, la visión del diseño gráfico que se propone en este artículo se resume en la siguiente conceptualización: el diseño gráfico es una disciplina que busca impactar a la sociedad y mejorar las situaciones o circunstancias sociales a través de la comunicación visual, por medio del diálogo con otros campos del conocimiento



y el trabajo interdisciplinario. Es una disciplina que requiere trabajo intelectual e investigativo debido al compromiso que asume con la cultura, la ética, la responsabilidad social, el medio ambiente, entre otros; también requiere un trabajo práctico al tener que comprender, planear y proyectar ideas por medio de la visualidad. Tales son las orientaciones que guían el desarrollo de esta investigación.

5. Conclusión

Desde sus comienzos, el diseño gráfico ha evolucionado como práctica para convertirse en una disciplina que no solo requiere de trabajo técnico, sino intelectual. La transformación del diseño ha permitido que sus profesionales incursionen en la investigación para consolidar un discurso sobre la disciplina y atender la necesidad de una construcción identitaria que da contenido y sentido al diseño gráfico, brindando así, la legitimación de la disciplina, tanto para los diseñadores gráficos, como para la sociedad en general.

El conocimiento histórico del diseño gráfico permitió conocer a profundidad no sólo las pautas que lo han conformado, sino también su crecimiento en cuanto al quehacer de la disciplina y lo que conlleva hacer diseño gráfico. Por ello se hizo un breve recorrido de los orígenes del diseño gráfico y su transformación conceptual y práctica, en donde se ubicaron los factores que han marcado pautas importantes en el cambio de la disciplina.

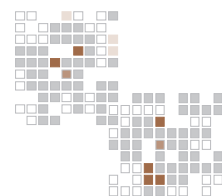
Entre estas pautas se encuentran: 1) la invención de la escritura, 2) la invención de la imprenta y los tipos móviles y, 3) la industrialización y la división técnica del trabajo, la evolución de las artesanías y la profesionalización de los cartelistas y

dibujantes (Gonzalez-Mardones, 2015), 4) la cultura del diseño como una práctica estética, 5) la profesionalización del diseño (Calvera, 2010) y, 6) el diseño como disciplina, desde el cual se puede hacer investigación, pero que también funge como objeto de estudio.

Margolin (2005) afirma que “no conocer la historia es renunciar a un espacio externo al sistema, donde podemos encontrar alternativas para el cambio” (p.332-333). Al respecto, el mismo autor afirma que:

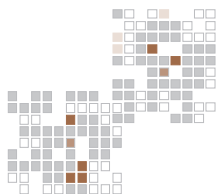
Quando la historia, la teoría y la crítica son excluidas del pensamiento del diseño, la importancia de las condiciones sociales de la práctica del diseño se torna borrosa [...] Sin embargo, no es suficiente con volver a admitir simplemente el juicio y la experiencia en la imaginación del diseño. Estas cualidades requieren análisis y formación, deben ser tratadas como temas por derecho propio (Margolin, 2005, p. 332).

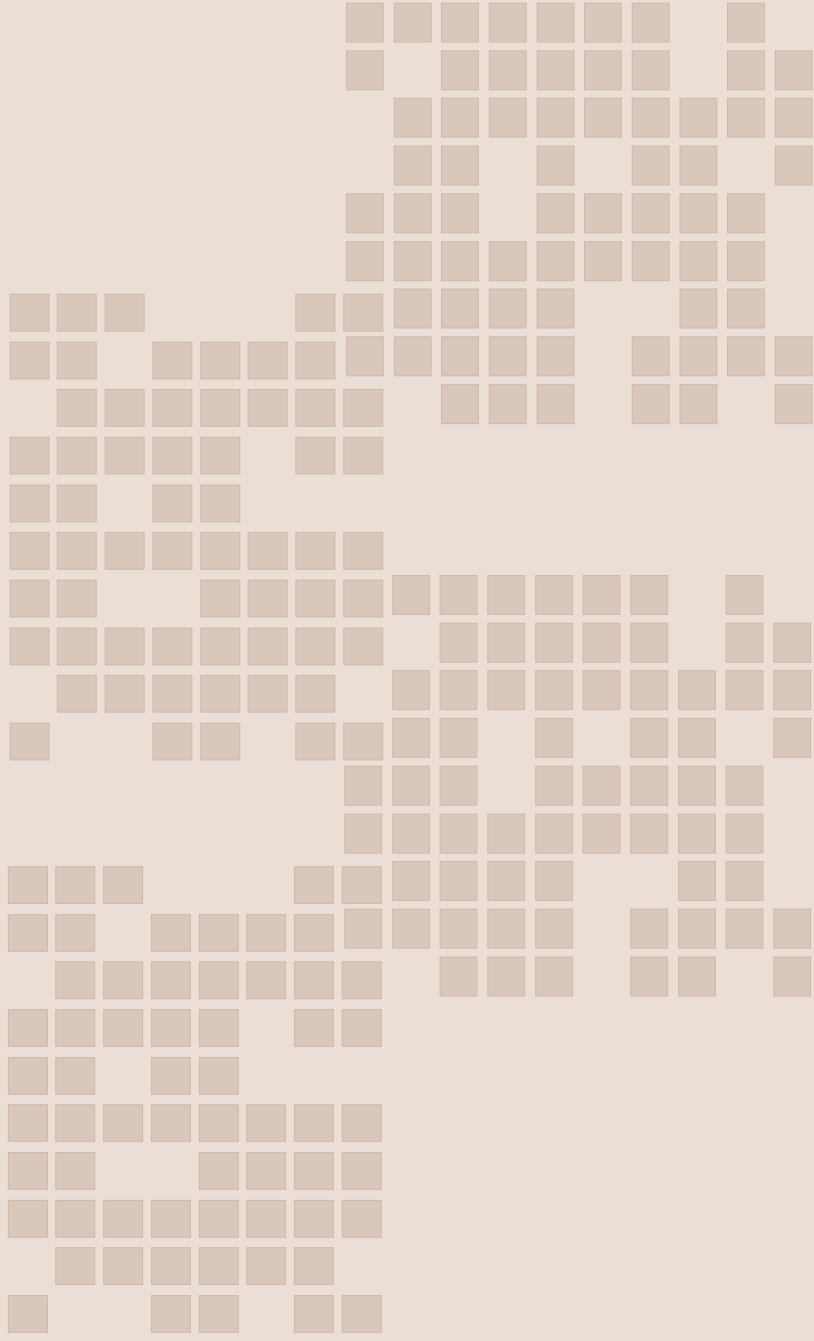
Entonces, por lo arriba expuesto, se puede decir que conocer la historia del diseño gráfico resulta fundamental ya que permite despertar en los productores visuales una conciencia crítica que les dé oportunidad de ubicarse en su contexto, e identificar y comprender problemas sociales tanto éticos como estéticos, desde una cosmovisión histórica, con el fin de afrontar esos problemas e inspirar al cambio. Ver al diseñador gráfico como investigador, da una pauta para la formación de profesionales críticos, analíticos, con una apertura a nuevos problemas y la búsqueda de sus posibles soluciones, por medio de la fluidez y flexibilidad intelectual que brinda tanto la investigación, como el conocimiento histórico de la profesión.



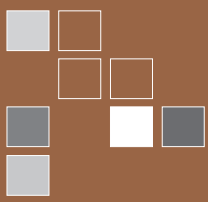
Referencias

- CALVERA, Ana. Cuestiones de fondo: la hipótesis de los tres orígenes del diseño. In: SALINAS, Oscar; LOSADA, Ana María (ed.). *Diseño e Historia: tiempo, lugar y discurso*. México: Editorial Designio, 2010. p. 63-85.
- CAMPI, Isabel. *La historia y las teorías historiográficas del diseño*. México: Editorial Designio, 2013.
- CARDOSO, Rafael. *Diseño para un mundo complejo*. México: Ars Optika Editores, 2014.
- CASTRO, Maricruz. Imágenes y representaciones en el periodismo de izquierda en México. In: *Revista Palabra Clave*, 9(2), 2006. Disponible en: <<https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/2360125.pdf>> Acceso en: 10 sep. 2016
- CÁZARES, Laura (ed.). *Técnicas actuales de investigación documental*. México: Trillas, 1990.
- CÉSPEDES, Alfredo. El meta-análisis. In: *Revista Cubana de Medicina Militar*, 1995. Disponible en: <http://bvs.sld.cu/revistas/mil/vol24_2_95/mil11295.htm> Acceso en: 23 may. 2015.
- CEZZAR, Juliette. *What is graphic design?* Disponible en: <<http://www.aiga.org/what-is-design/>> Acceso en: 20 abr. 2015.
- CHAVES, Norberto. *El oficio de diseñar. Propuestas a la conciencia crítica de los que comienzan*. Barcelona: Gustavo Gili, 2002.
- CHAVES, Norberto. *Ni arte ni parte. Crítica de las argumentaciones predominantes acerca del carácter artístico o extra-artístico de la práctica del diseño*. Disponible en: <https://www.norbertochaves.com/articulos/texto/ni_arte_ni_parte> Acceso en: 18 feb. 2019.
- CÓRDOVA, Arnaldo. La historia, maestra de la política. In: HUERTA, Eugenia. *Historia, ¿para qué?* México: Siglo XIX, 1989.
- COSTA, Joan. *Imagen Global, Enciclopedia del Diseño*. España: Editorial CEAC, 1989.
- DÁVILA, Gladys. El razonamiento inductivo y deductivo dentro del proceso investigativo en ciencias experimentales y sociales. In: *Laurus* 12, 2006. Disponible en: <<http://www.redalyc.org/comocitar.oa?id=76109911>> Acceso en: 26 may. 2014.
- ESQUEDA, Román. *El juego del diseño*. México: Editorial Designio, 2003.
- FRASCARA, Jorge. *Diseño gráfico y comunicación*. Argentina: Ediciones Infinito, 2000.
- GLASER, Milton. *Diseñador/Ciudadano. Cuatro lecciones breves (más o menos de diseño)*. Barcelona: Editorial Gustavo Gili, 2014.
- GOLDFARB, Roz. *Éxito a través del diseño, guía para el éxito y la supervivencia en el Diseño*. México: Biblioteca Gestión del Diseño, Ramón Llaca, 1998.
- GOMEZ-PALACIO, Bryony; VIT, Armin. *Guía completa del diseño gráfico. Compendio visual y reseñado sobre el lenguaje, las aplicaciones y la historia del diseño gráfico*. España: Parramón Ediciones, 2011.
- GONZALEZ-MARDONES, Sheila. *El diseño gráfico y sus profesionales. Retos y definiciones*. 380 p. Tesis (Doctorado en Estudios Avanzados en Producciones Artísticas) – Departamento de Diseño e Imagen, Universidad de Barcelona, 2015.
- IBÁÑEZ, Paloma. La cambiante definición del diseño. In: TAPIA, Alejandro (ed.) *Reconstrucción del término diseño*. México: Asociación Mexicana de Escuelas de Diseño, ENCUADRE, 2002, p.135-148.
- ICOGRADA. *Definitions*. Disponible en: <<https://www.ico-d.org/about/index#defining-the-profession>>. Acceso en: 18 feb. 2018.
- LUPTON, Ellen; MILLER, Abbott. *Teoría visible: La escritura en el diseño gráfico. diseño/escritura/investigación*. México: Ars Optika Editores, 2015.
- MARGOLIN, Victor. *Las políticas de lo artificial*. México: Editorial Designio, 2005.
- MEGGS, Philip. *Historia del diseño gráfico*. México: Editorial Trillas, 2005
- NAVAS, Cesdrubal. De diseñador a diseñador... el diseño no tiene fronteras. In *Escritos rápidos sobre el Diseño y el Encuentro. Actas de Diseño* 3(6), 2008. Disponible en: <<https://bit.ly/2XafiVS>>. Acceso en: 18 feb. 2018
- NEWARK, Quentin. *¿Qué es el diseño gráfico?* México: Gustavo Gili, 2002.
- RUIZ, José Ignacio. *Metodología de la investigación cualitativa* (5ta ed). Bilbao: Universidad de Deusto, 2012.
- SALINAS, Oscar; LOSADA, Ana María (ed.). *Diseño e Historia: tiempo, lugar y discurso*. México: Editorial Designio, 2010.
- SÁNCHEZ, María Eugenia. El Diseño Gráfico y su aportación a la divulgación científica. In *Actas de Diseño*, 6(13), 2012. Disponible en: <<http://goo.gl/HtL5C6>>. Acceso en: 9 sep. 2014.
- SATUÉ, Eric. *El diseño gráfico: desde los orígenes hasta nuestros días*. Madrid: Alianza Forma, 1988.
- TAPIA, Alejandro. *El diseño gráfico en el espacio social*. México: Designio, 2004.
- Tiburcio, Carmen. *La sociedad red del siglo XXI y el diseño gráfico: Formación y ejercicio profesional de los diseñadores*. México: Universidad Iberoamericana Puebla y COMAPROD, 2015.
- TWEMLOW, Alice. *¿Qué es el diseño gráfico?* México: Gustavo Gili, 2007.
- VILCHIS, Luz del Carmen. *Diseño, universo de conocimiento; investigación de proyectos en la comunicación gráfica, Claves Latinoamericanas*. México: UNAM/ENAP/CJA, 1999.
- VILCHIS, Luz del Carmen. *Historia del diseño gráfico en México, 1920-2010*. México: Instituto Nacional de Bellas Artes y Literatura, 2010.





ENTREVISTA / ENTREVISTA



SOBRE LOS PROBLEMAS DE NUESTRO TIEMPO: DE LA PERCEPCIÓN TEMPORAL EN LA PANDEMIA A LA DEMOCRACIA

ON THE PROBLEMS OF OUR TIME: FROM TEMPORAL PERCEPTION IN THE PANDEMIC TO DEMOCRACY

SOBRE OS PROBLEMAS DO NOSSO TEMPO: DA PERCEPÇÃO TEMPORAL NA PANDEMIA À DEMOCRACIA

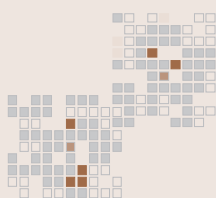
Roger Chartier

■ Historiador, profesor, investigador, Profesor Emérito del Colegio de Francia. Exdirector de estudios de la Escuela de Altos Estudios en Ciencias Sociales de París y profesor visitante en la Universidad de Pennsylvania. Especialista en historia del libro y de la lectura con énfasis en las prácticas culturales de la humanidad.

Ana Regina Rêgo

■ Periodista, máster y Postdoctorado en Comunicación y Cultura, doctora en Procesos de Comunicación. Profesora del curso de posgrado en Comunicación-UFPI y coordinadora de la Red Nacional de Combate a la Desinformación - RNCd Brasil. Ha presidido la Asociación Brasileña de Investigadores de Historia de los Medios-ALCAR y la Federación Brasileña de Asociaciones Científicas y Académicas de la Comunicación-SOCICOM. Autora de varios libros.

■ E-mail: anareginarego@gmail.com

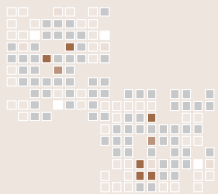




Roger Chartier

Historiador, profesor, investigador, profesor emérito del Colegio de Francia, fue también director de estudios de la Escuela de Altos Estudios en Ciencias Sociales de París y es profesor visitante en la Universidad de Pennsylvania. Especialista en historia del libro y de la lectura con énfasis en las prácticas culturales de la humanidad. Roger Chartier demostró que es posible estudiar la historia de la humanidad a través de las prácticas de la cultura escrita. Autor de varios libros de los que destacamos Orígenes culturales de la revolución francesa, Cardenio entre Cervantes y Shakespeare, La historia o la lectura del tiempo y La mano del

autor y el espíritu del impresor. Entre los premios obtenidos, cabe destacar el Gran Premio de Historia (Premio Gobert) de la Academia francesa de 1992.



En 2019 estuvimos juntos en la 12a Conferencia Nacional de Historia de los Medios celebrada en la Universidad Federal de Rio Grande del Norte en la ciudad de Natal. En aquella ocasión, Roger Chartier realizó una maravillosa conferencia de apertura. Para julio de 2021 teníamos programado otro evento presencial en Foz de Iguazú, pero la pandemia de la COVID-19 frustró nuestros planes. En 2020 estuvimos en el Seminario Online que realizamos por curso de posgrado en Comunicación de la Universidad Federal de Piauí sobre las percepciones temporales en la época contemporánea y con nosotros estuvo Ana Paula Goulart de la Universidad Federal de Rio de Janeiro. En enero de 2021 estuvimos juntos en el lanzamiento del libro *Tiempo y memoria* organizado por nosotros y en el cual el Prof. Chartier tiene un capítulo. Recientemente recibimos una invitación de la revista ALAIC para entrevistarlo y como siempre al Prof. Chartier fue muy amable y cordial. Programamos nuestra reunión para el 27 de abril a las 11 am Brasilia, alrededor de las 4 pm en Francia. Hablamos durante 2 horas y el resultado es la entrevista que aquí presentamos al público. La entrevista parte de las diferentes formas de percepción temporal y finaliza con temas contemporáneos que amenazan la democracia, como el fenómeno de la desinformación y la vida virtual en las grandes plataformas digitales.

Hace casi un año nos reunimos en un evento, ya en formato online, para discutir sobre las diferentes percepciones temporales de la época contemporánea, centrándonos en la pandemia que nos había golpeado ya hace seis meses. Hoy, a más de un año de los primeros casos registrados de Covid-19 en el mundo y de la consumación de la trágica realidad pandémica en Brasil por la unión de la falta de gestión y políticas de salud capaces de combatir el avance y mutaciones del virus con el inconsciente colectivo de nuestra población, tenemos un escenario catastrófico con más de 400 mil muertos. En el año pasado, las

percepciones temporales fueron variadas según los grupos de población, hubo miedo del futuro y también hubo una confianza, sobre todo, del mercado tecnológico en la venta de un futuro mejor, después de la pandemia, con el avance de la oficina en la casa y de la vida digital. Hoy, con tantas muertes, los sentimientos de angustia y miedo se han convertido en un miedo mucho mayor a la no supervivencia. Ya que usted se encuentra en Francia, en una realidad en que, a la distancia, nos parece mucho más controlada que la nuestra, con respecto a la pandemia de la covid-19, pero también como observador del Brasil, ¿cómo percibe la relación de las personas con posibilidades del futuro?

Me parece que debemos inmediatamente subrayar que las percepciones del tiempo, del pasado, del presente, del futuro, se arraigan en las desigualdades más fundamentales del mundo social y que son modalidades incorporadas de las posibilidades o de los constreñimientos establecidos por las condiciones sociales. Entonces es erróneo generalizar sin preguntarnos sobre nuestras propias percepciones de las temporalidades como si fuesen universales. Debemos recordar, como lo hacía Pierre Bourdieu¹, que las relaciones con el tiempo son el resultado de la interiorización de las determinaciones y experiencias sociales. Lo demuestran claramente las varias maneras de vivir la pandemia que fueron (y todavía son) muy diversas según la percepción del tiempo por los individuos entendidos como miembros de una clase o de un grupo social particular. La experiencia no es la misma para los que son dueños de su tiempo, tanto en su vida profesional como en su vida privada, para los que controlan el tiempo de los otros como lo hacen los poderosos o las instituciones, y para los “hombres sin porvenir”, para quienes no existe una relación

¹ Pierre Bourdieu, *Meditaciones pascalianas*, [1997], Barcelona, Anagrama, 1999, p. 275-305.

previsible, racional, entre sus sueños, sus esperanzas, sus expectativas y, por otro lado, la posibilidad concreta, realista, de la realización de estos deseos. Estas diferentes posiciones en relación con el tiempo conducen a varias percepciones del futuro, sea pensado como una posible vuelta al mundo de antes, o bien considerado como una destrucción, una pérdida irreparable de un presente que la pandemia transformó en un pasado.

Esta diferencia puede aplicarse a las relaciones con “la casa y la vida digital”. La existencia digital me parece una ilustración paradigmática de las desigualdades en tiempo de pandemia. Su posibilidad se remite a los recursos económicos, a las competencias culturales, a los conocimientos que permiten la compra y el uso provechoso de los aparatos electrónicos. Es lo que se observa con la enseñanza en línea que favorece los favorecidos. Las desigualdades sociales se traducen inmediatamente en el acceso desigual a los recursos que son, en una cierta manera, una compensación frente a la desaparición de la vida social anterior a la pandemia. Si pensamos esta realidad en relación con el futuro, vemos que también la diferencia de las condiciones sociales desempeña un papel esencial y permite o promete a los privilegiados digitales una futura existencia profesional y cultural ubicada dentro del universo electrónico. Sabemos que ya antes de la pandemia este ya era el caso de una parte de la población. Por ejemplo, en Francia, el 15% de los entrevistados en 2018 para la encuesta sobre las prácticas culturales de los franceses hecha por el Ministerio de la Cultura, contestaron que la totalidad de su vida cultural estaba situada dentro del mundo digital con los “videogames”, las películas on-line, las redes sociales, las lecturas frente a las pantallas.² Entonces se ve que en este caso la realidad posible del porvenir se encuentra profundamente transformados por las experiencias digitales del presente. Pero, para otra

parte de la población, la vida enteramente digital podrá significar una nueva forma de exclusión, un crecimiento de la diferenciación social, una pérdida aún más fuerte del control sobre su propia existencia.

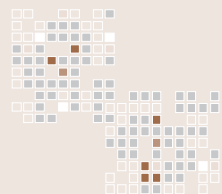
Es muy difícil de establecer un diagnóstico preciso porque faltan las encuestas de tipo sociológico o antropológico dedicadas a la percepción del futuro. Una investigación hecha en Francia en marzo de este año (2021) preguntó a los entrevistados cuando ellos consideraban que se iba acabar la presente situación pandémica. Para 31% de los entrevistados, la previsión era que nada cambiaría antes de julio del 2022 y para 38% sería apenas en el fin del 2022.³ Sus respuestas no se basaban en datos científicos y expresaban la percepción de un futuro lejano del presente. Confirmaban el sentimiento de una falta de control y una profunda ansiedad frente a un futuro que parece indomable.

Continuemos con el tema del futuro. Un tema recurrente en muchos eventos en línea en Brasil es la relación con el futuro. Hablamos de educación, trabajo, el futuro del mercado, proyecciones del mercado, relaciones, afectividad, sociabilidad, etc. El tema recurrente es, en realidad, el impulso que la pandemia y el consecuente aislamiento ha dado a las tecnologías de la comunicación digital y de la información que definitivamente entraron en nuestras vidas. Educación a distancia, oficina en casa, simplificación de la vida, etc. Pero esta realidad que proyecta futuros posibles completamente integrados a tecnologías, también nos trae angustia, miedo al futuro, a un futuro ya no como una esperanza, sino como una incógnita, pues no es posible predecirlo.

En un escenario diferente, pero con similitudes, la historiadora brasileña Cibele Barbosa dice que: “Con la pandemia de la gripe española del

2 Philippe Lombardo et Loup Wolf, Cinquante ans de pratiques culturelles en France, Paris, Ministère de la Culture, Culture Etudes, 2020, p. 80-81.

3 Le regard des Français sur la crise sanitaire, Ifop-Fiducial, mars 2021, p. 9.



siglo XX, la crisis de 1929 y las dos guerras mundiales, se perfila un nuevo régimen de historicidad a partir de dos certezas vividas socialmente: el futuro se convirtió más en una amenaza que en una promesa, y esperararlo ya no era una opción; era necesario anticiparlo”.

Aparentemente se refiere a la propuesta de Hartog para quien el siglo XX comenzó futurista y terminó presentista. En la hipótesis del presentismo de Hartog, las razones del alejamiento del futuro estaban relacionadas con la propia modernidad y con los hechos traumáticos del siglo. Hoy, sin embargo, el miedo al futuro tiene otras raíces. En su opinión, ¿sería posible aplicar analíticamente la categoría heurística de un régimen de historicidad en nuestro momento pandémico actual, enfocado solo en una dimensión temporal (pasadismo, presentismo o futurismo) o inauguramos el desorden en las percepciones temporales?

Pienso que su pregunta nos invita a pasar un poco de tiempo en la compañía de François Hartog, porque evidentemente la noción de régimen de historicidad es central en toda su obra y le permite pensar tanto las temporalidades que los individuos perciben y viven como la construcción de estas temporalidades por las narraciones biográficas, literarias o históricas.⁴ Hartog hace hincapié en dos crisis de las temporalidades. La primera es cuando la percepción antigua del pasado como guía o maestro para el presente fue sustituida por la perspectiva de un progreso sin fin. La idea del pasado considerado como reserva de lecciones para pensar el presente o el futuro fue reemplazada por la idea de un progreso necesariamente inscrito en las leyes del despliegue histórico. Aconteció esta mutación en el siglo XVIII y fue fortalecida con los progresos técnicos en el siglo siguiente. La segunda crisis fue la imposición en las sociedades contemporáneas de un presente omnipresente, un presente devorador que

constituye el único horizonte de expectativas. Hartog llamó “presentismo” este presente sin esperanza en un futuro mejor y que también abandonó la referencia al pasado como repertorio de lecciones y ejemplos. Nuestro tiempo presente debe estar pensado como totalmente “canibalizado” por su propia contemporaneidad.

Más recientemente, en un libro publicado en el año pasado, *Cronos*, François Hartog propuso una revisión de la trilogía pasado-presente-futuro, tal como la había descrito a través de las dos crisis de la temporalidad.⁵ Consideró que no había dado la importancia que se merecía a la concepción cristiana de las temporalidades y a su paradójico “presentismo apocalíptico”. Hartog muestra que lo fundamental en esta perspectiva, que fue dominante durante siglos en el Occidente, era la tensión entre la espera escatológica del fin de los tiempos y la experiencia histórica del tiempo común. Cuando se alejó la certidumbre en la inminencia del Apocalipsis, apareció un tiempo abierto para la experiencia del tiempo humano.

Un otro elemento de su reflexión en este libro es un esfuerzo para pensar el tiempo de la covid-19. Hartog distingue tres temporalidades en la pandemia. La primera es el tiempo del virus, de su propagación, de sus mutaciones, de sus variantes. Un segundo tiempo es el tiempo del conocimiento médico, de las respuestas a la propagación de la epidemia, de la vacunación. El tercero tiempo es el tiempo social, el tiempo suspendido del confinamiento, el tiempo de la repetición de los días, de la digitalización de las actividades económicas y de los intercambios entre los individuos. Lo que propone Hartog es pensar este tiempo contemporáneo como un tiempo de cruzamientos o conflictos entre el tiempo biológico que no se controla, el tiempo científico que tiene sus propios ritmos y el tiempo vivido por los individuos dentro o fuera del aislamiento.

4 François Hartog, Regímenes de historicidad. Presentismo y experiencias del tiempo, [2003], México, Universidad Iberoamericana, 2007.

5 François Hartog, *Chronos*. L'Occident aux prises avec le Temps, Paris, Gallimard, 2020.

A partir de estas propuestas podemos plantear la cuestión de saber si estos tres tiempos de la pandemia han reforzado o debilitado el “presentismo”, considerado hasta ahora como la temporalidad dominante de nuestra contemporaneidad. La respuesta no es fácil. La tentación sería de pensar que de cierta manera se refuerza el “presentismo” en esta paradójica situación de un tiempo suspendido, inmóvil, parado, y sin embargo siempre penetrado por las urgencias: la urgencia del descubrimiento de la vacuna, la urgencia de las campañas de vacunación, la urgencia de las decisiones políticas y administrativas. Una otra forma de exacerbación del “presentismo” se vincula con la digitalización del mundo. Todas las experiencias son vividas como inmediatas, compartidas, simultáneas, a la escala del planeta entero. Lo vemos cada día con el flujo de noticias que nos llegan de todas las partes del mundo.

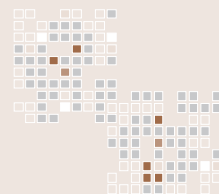
Sin embargo, François Hartog introduce la incertidumbre en cuanto al diagnóstico y sitúa el porvenir en la tensión entre dos conceptos esenciales en su análisis del tiempo cristiano: las nociones de “*krisis*” y “*kairos*” heredadas de la tradición griega. La noción de “*krisis*” puede ser entendida como un tiempo de desorden que se puede superar, como una herida que se puede curar. Esta modalidad histórica de la crisis, que se opone a su definición apocalíptica de una ruptura radical, sin vuelta atrás, está vinculada con el concepto de “*kairos*”, que designa la posibilidad de utilizar provechosamente cada situación. Nunca se debe ignorar la oportunidad ofrecida. En el caso de la pandemia, se trataría de tomar la crisis para imaginar e imponer las mutaciones radicales (económicas, ecológicas y sociales) que reclaman nuestras sociedades.

Quisiera seguir también otro camino que no se encuentra en la reflexión de François Hartog. Es sobre a una modalidad cristiana de construcción de la temporalidad que no está dominada por la espera del Apocalipsis pensado como muy próximo o como más alejado. Se trata de la perspectiva que, en

la tradición escolástica, define la virtud de prudencia como la capacidad permitiendo a los hombres de hacer el mejor uso posible del tiempo. La prudencia considera que el conocimiento del pasado tiene que inspirar en el presente las acciones que preparan el futuro. En esa construcción, la noción de prudencia ligaba la “*memoria*”, la “*providentia*” que se proyecta en el futuro y la “*intelligentia*” que en el presente escucha al pasado y organizaba el porvenir.⁶ Esta perspectiva retoma los tres regímenes de historicidad distinguidos por François Hartog, pero en una manera diferente ya que el “prudente” puede construir a partir de las lecciones del pasado el mejor futuro posible. Tal vez es para nosotros una invitación a ejercer, en el tiempo de la crisis, nuestra propia “prudencia”.

Considero que sobre esta tercera pregunta usted ya habló un poco anteriormente. Sin embargo, me gustaría que nos profundemos un poco más, una vez que algunos investigadores e historiadores se han dedicado en el último año a trabajar la historia de las pandemias y algunos abordan los cambios en los procesos de sociabilidad, civilización y salud y las relaciones temporales que los eventos pandémicos han provocado en el mundo. Considerando que la Covid-19 que ha matado a más de 3 millones de personas en todo el mundo, con Estados Unidos, Brasil e India como líderes del triste ranking de los infectados y muertos por el nuevo coronavirus, seguidos de Rusia y Francia, todos con más de 100 mil muertos, ¿podríamos examinar la actual pandemia como un momento de suspensión del tiempo histórico como lo pensaba Hannah Arendt y luego François Hartog, es decir, como una intersección entre abismos temporales, en los que el pasado no sirve de guía para el futuro?

⁶ Erwin Panofsky, « Titian's Allegory of Prudence. A Postscript », in Panofsky, Meaning in the Visual Arts. Papers on Art History, Garden City, N.Y., Doubleday Anchor Books, 1955, p. 146-168.



Yo también he utilizado esta categoría de suspensión del tiempo, pero me parece que debemos matizarla o discutirla. No me parece que vivimos una suspensión del tiempo histórico, sino una experiencia nueva del tiempo individual con la repetición inexorable de los trabajos y de los días, con la imposibilidad de proyectarse en el futuro, inclusive el más próximo futuro, con el sentimiento ampliamente compartido de una duración sin fin, con la incertidumbre de un porvenir imprevisible, que puede dar vuelta a lo pasado o bien inaugurar un nuevo mundo. Este tiempo individual, dividido entre el sentimiento de la urgencia y la percepción de un tiempo parado, es diferente del tiempo histórico, que es el tiempo de los acontecimientos, de lo que ocurre cada día. Es una distinción útil porque el tiempo histórico, el tiempo de los acontecimientos, sigue activo en las tres temporalidades distinguidas por Fernand Braudel.⁷ No está suspendido hoy en día el tiempo breve de los eventos (biológicos médicos, políticos) y de las decisiones, oposiciones o polémicas que suscitan. En segundo lugar, no desaparece el tiempo de la coyuntura, sea demográfica o económica, en la cual se inscribe la pandemia. Sabemos cuando empezó esta coyuntura, pero ignoramos cuando acabará. Tampoco se suspendió el tiempo de la larga duración, que es el tiempo de los fenómenos que fueron las condiciones de posibilidad de la aparición y difusión de la pandemia: así, los procesos de globalización que permitieron la circulación del virus en una escala inédita, dando una forma paroxística a la unificación microbiana del mundo empezada con los descubrimientos y las colonizaciones en los siglos XV y XVI. Si en las existencias cotidianas de los individuos el tiempo de la pandemia está percibido como suspendido, esto no significa que son borradas las tres modalidades históricas de la temporalidad: el tiempo como recitativo de los eventos, el tiempo como coyuntura, el

tiempo como larga duración. El tiempo de la pandemia se ubica en cada una de estas tres dimensiones de la temporalidad.

¿Cómo movilizar este esquema conceptual para pensar la novedad más radical de la pandemia que vivimos? Usted mencionó los estudios históricos sobre las pandemias del pasado, desde la peste negra hasta la gripe española. Es verdad que se puede construir una historia de la larga duración de las pandemias, pero no debemos menospreciar la grande diferencia introducida por la presencia los recursos digitales. Fueron ellos los que permitieron que se mantuvieran las comunicaciones formales e informales, el mercado y el trabajo, la posibilidad de la enseñanza o de las prácticas culturales. Debemos reflexionar sobre esta originalidad del tiempo contemporáneo porque produce un sentimiento ambivalente: por un lado, aparece como una compensación en relación con lo que se perdió, pero, por otro lado, se vive como una frustración invadida por los recuerdos lo que falta. Esta ambivalencia de los sentimientos frente a la novedad más fuerte de la pandemia contemporánea puede producir una conciencia más aguda de la diferencia entre los varios universos en los cuales vivimos. Una forma de “*kairos*” propuesto por la pandemia sería esta conciencia de que no son equivalentes el mundo de la comunicación digital y el mundo de las experiencias de los individuos reunidos en los mismos lugares y tiempos. A menudo, las necesidades del presente nos hacen olvidar estas diferencias cuando nos interrogamos para saber si el mundo digital de nuestro presente prefigura el mundo del porvenir. La respuesta es difícil. Supone la distinción entre el tiempo histórico que nunca para y el tiempo personal percibido como suspendido. Supone también la toma de conciencia de la radical diferencia entre las experiencias que hemos perdido y las posibilidades abiertas por las nuevas tecnologías.

¿Entonces considerando que no se puede hablar de una suspensión del tiempo histórico porque él

7 Fernand Braudel, « La larga duración » [1958], in Braudel, *Las Ambiciones de la Historia*, Barcelona, Crítica, 2002, p. 147-177.

se constituye como eje central que estructura la historia y su concepción de la modernidad y que el tiempo histórico se diferencia del tiempo cósmico / físico y que, de esta forma, la historia tiene su propio tiempo - que está, a su vez, relacionado con las experiencias del hombre y su percepción de la tridimensionalidad temporal -, podemos hablar de reconfigurar el tiempo histórico?

Aquí, de nuevo, una distinción fundamental nos puede ayudar: la distinción entre el tiempo considerado como percepción y experiencia de los individuos y el tiempo como categoría analítica construida por los filósofos o los historiadores (por ejemplo, las tres duraciones distinguidas por Fernand Braudel). Es una distinción que no vale solamente para las temporalidades. Carlo Ginzburg la transformó en un instrumento de inteligibilidad fundamental, retomando la diferencia establecida por el lingüista Kenneth Lee Pike entre la perspectiva “*emic*”, que se focaliza sobre las categorías y los discursos de los actores históricos, y la perspectiva “*etic*”, que elabora los instrumentos conceptuales necesarios para comprender su lenguaje y representaciones.⁸

Si seguimos esta distinción entre las representaciones de los actores históricos y las categorías analíticas construidas para analizarlas, vemos que la pregunta sobre la reconfiguración de las temporalidades adquiere una importancia decisiva. En el caso de Braudel, opone la percepción aguda, dolorosa o feliz, de los acontecimientos y la imposibilidad de entender los fenómenos de larga duración, situados más allá de la conciencia de los individuos. Son estos fenómenos los que determinan las transformaciones históricas lentas, ubicadas en un tiempo casi inmóvil, que no pueden ser percibidas por los individuos.

En la obra de Reinhart Koselleck, la distinción se desplaza sobre la relación entre las experiencias fe-

nomenológicas del tiempo y la construcción de las temporalidades de la escritura historiográfica.⁹ Los individuos perciben el tiempo sea como una serie de eventos únicos o bien como repetición de los fenómenos. Las crónicas medievales o las historias universales del siglo XVIII corresponden en la escritura de los historiadores a estas percepciones. En el siglo XIX la historia crítica y científica se aleja de las representaciones de los actores para identificar las transformaciones situadas más allá de sus percepciones.

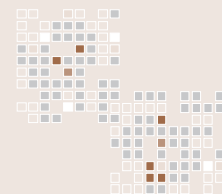
Finalmente, me parece que podemos oponer dos definiciones del evento a partir de esta perspectiva. La primera lo ubica en la percepción de los individuos como lo que se sabe, se conoce, se vive con temor, esperanza o espanto. La segunda lo define como inauguración, como discontinuidad radical, como nacimiento de una nueva configuración epistemológica, discursiva o social. Es la definición que Michel Foucault daba del acontecimiento.¹⁰ En este caso, el evento es un concepto construido analíticamente para comprender las mutaciones radicales que los actores no pueden percibir porque son inesperadas, imprevisibles, impensables.

Así me parece que podemos hacer múltiples usos de la distinción que sugiere la reconfiguración del tiempo histórico porque nos conduce a pensar el tiempo sea como una categoría incorporada que plasma las percepciones de los actores o como una categoría analítica que permite construir temporalidades que son instrumentos del conocimiento. No sabemos todavía si la pandemia del coronavirus es lo que pensamos que es o si inaugura una nueva era que no podemos todavía descifrar.

⁸ Carlo Ginzburg, *El hilo y las huellas. Lo verdadero, lo falso, lo ficticio*, [2006], México y Buenos Aires, Fondo de Cultura Económica, 2011, Capítulo 2, nota 3.

⁹ Reinhart Koselleck, « Cambio de experiencia y cambio de método. Un apunte histórico-antropológico », [1988], in Koselleck, *Los estratos del tiempo : estudios sobre la historia*, Barcelona, Ediciones Paídos, 2001, pp. 44-92.

¹⁰ Michel Foucault, *Nietzsche, la genealogía, la historia*, [1971], Valencia, Pre-Textos, 1988.



Yo creo que cuando contestaste la primera pregunta ya comentaste un poco sobre lo que vamos hablar ahora que es sobre las diferencias sociales y sus consecuencias en situación pandémica. En el año pasado, el sociólogo portugués Boaventura de Sousa Santos lanzó un pequeño libro titulado *La cruel pedagogía del virus* y en este libro comenta y detalla cómo el virus expone las grandes y flagrantes diferencias sociales. Habla de poblaciones vulnerables, de mujeres víctimas de violencia doméstica y que no pueden elegir entre sufrir violencia o salir y contagiarse del virus. Habla de los inmigrantes, de los ancianos, de los negros y concentra buena parte del argumento en las poblaciones del sur global que no están insertadas digitalmente y que no están viviendo la misma experiencia que las sociedades privilegiadas e insertadas digitalmente. Poblaciones que necesitan ir a trabajar exponiéndose al virus todos los días, porque simplemente no pueden parar, de lo contrario sus familias morirían de hambre. La relación de estas sociedades con el virus es, cuando se ven afectadas por la letalidad, de luto y de dolor, pero también de naturalización, pues ya sufren la muerte por violencia, por enfermedades como la malaria que mata a millones en el mundo cada año. Un nuevo virus es un nuevo enemigo, pero la vida del superviviente debe continuar. Las experiencias temporales de estas sociedades son muy distintas a las vivencias de otras insertadas económica, educativa, cultural y por lo tanto, digital. ¿Frente a esa situación, cómo ve el role de las desigualdades sociales en las experiencias temporales de las sociedades y las poblaciones vulnerables en la pandemia?

Este análisis, con la cual estoy de acuerdo totalmente, nos obliga a empezar toda una reflexión sobre la experiencia de la pandemia y las concepciones del futuro con la realidad social tan desigual que existe entre continentes, entre sur y norte, entre países, en cuanto al sistema sanitario, a las políticas públicas y a la gestión de la crisis. La desigualdad diferencia también en cada sociedad las clases, los

grupos o los individuos a partir de sus orígenes, trayectorias y condiciones sociales. El análisis que usted presenta y que no conocía me parece fundamental y nos hace volver al punto de partida de nuestra conversación. Es importante recordarlo porque existe una tendencia a olvidar estas desigualdades en las aproximaciones filosóficas o fenomenológicas que no se preocupan de ubicar la reflexión sobre las representaciones y los conceptos en la diversidad de las situaciones sociales. Es también una tendencia que cada uno de nosotros comparte porque tenemos la tentación de proyectar como realidad universal la experiencia singular. Es la razón por la que debemos ser prudentes frente a la proliferación de los discursos sobre la pandemia. Son útiles, por supuesto, pero debemos siempre leerlos (o producirlos) pensando que una experiencia personal no puede convertirse (implícitamente y conscientemente) en un diagnóstico universal.

En segundo lugar, si queremos pensar socialmente las percepciones y las experiencias, debemos construir los instrumentos que permiten medir las diferencias y desigualdades. Sería necesario multiplicar las investigaciones sobre la manera a través de la cual los individuos que pertenecen a varios grupos sociales han percibido, sufrido o interiorizado la dramática experiencia del tiempo presente. La pandemia puede aparecer como un fenómeno universal, en su propagación y sus efectos tan crueles y trágicos, pero es también una experiencia que exacerba realidades anteriores. Lo mencioné en relación con los procesos de la globalización, pero debemos hacerlo con las desigualdades sociales y culturales que afectan cada país o que se encuentran en la escala del planeta. Entonces me parece siempre importante recordar, como lo hace el libro que cita, lo cruel de lo presente y considerar esta crueldad como socialmente determinada. Así podemos evitar los diagnósticos que no son suficientemente controlados y el olvido de las condiciones históricas, en el tiempo breve o en la larga duración, que produjeron esta crueldad.

Si pensamos que las crisis políticas y sociales están en el umbral de tensiones entre un pasado desencadenado o rechazado por la crítica y un futuro proyectado en relación al pasado, en los tiempos de violencia que vivimos históricamente, y que una crisis puede conducirnos a la libertad o la esclavitud. ¿Cómo podemos luchar por el futuro que tememos actualmente y volver a verlo con esperanza como en el pasado reciente?

Encontramos de nuevo la noción de “*kairos*” y la oportunidad que se debe asir en el momento presente para esbozar un futuro mejor. La primera exigencia me parece ser la conciencia lúcida de la responsabilidad, tanto de los poderes públicos (como lo muestran las políticas ciegas y mortíferas frente a la pandemia) como de los individuos, de cada uno de nosotros.

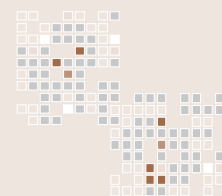
No puedo responder de una manera global sobre lo que deberíamos hacer, pero lo puedo hacer en relación con el campo particular de mi trabajo y conocimiento que es la historia y el presente de la cultura escrita.¹¹ ¿Cómo debemos pensar el mundo digital en el cual vivimos desde los comienzos de la pandemia: como un recurso propio del momento o bien como la anticipación del futuro? Si queremos que el futuro no sea la perpetuación de lo que experimentamos en el tiempo de la crisis, debemos considerar una doble exigencia. La primera es imponer a las políticas públicas las medidas necesarias para proteger las instituciones de la cultura impresa que permiten mantener una relación con lo escrito diferente de la relación propuesta o impuesta por el mundo digital. Quiero decir, la multiplicación de las bibliotecas públicas, la protección de las librerías, las ayudas para las empresas editoras.

Esta exigencia se radica en la conciencia más fuerte anterior a la diferencia entre las lógicas que gobiernan cultura impresa y mundo digital. La lógica de las instituciones y producciones de la cultu-

ra impresa es la lógica del paseo, del viaje entre las estanterías de la biblioteca, entre los varios espacios de la librería o sobre las páginas de un periódico. Esta lógica permite encontrar lo que no se buscaba. El lector es un “cazador furtivo” como escribió Michel de Certeau.¹² La lógica del universo digital es diferente. Es una lógica temática, que jerarquiza tópicos, rubricas, palabras claves. Es una lógica algorítmica que anticipa los gustos o los deseos de los lectores. Entonces, podemos pensar que el mejor porvenir posible debería preservar la coexistencia entre estas dos lógicas tan diferentes y que no corresponden a las mismas exigencias, a los mismos deseos, a los mismos provechos. Es la razón por la cual las políticas públicas deben proteger las instituciones fragilizadas por la pandemia.

Pero para que esto pueda acontecer es importante la responsabilidad de cada uno de nosotros. Es una segunda exigencia. Debemos evitar lo que llamé en varios textos la tentación o la facilidad del clic, este clic que permite comunicar, comprar o leer. De ahí, la posible sustitución de todas las prácticas permitidas por el clic del computador a todas las modalidades previas de la relación con la cultura escrita: el libro comprado en la librería, la lectura en el espacio social y público de la biblioteca, la lectura de los objetos impresos (libros, revistas, periódicos). Si pensamos que su preservación es necesaria para las relaciones sociales y cívicas entre los individuos, las micro-decisiones que tomamos al correr de cada día son decisivas para mantener en el futuro las instituciones y lugares que procuran una coexistencia provechosa.

Lo que estoy diciendo en relación con un campo particular de la experiencia, puede aplicarse a otros espacios y esferas de la vida: el trabajo, la enseñanza, la cultura. Esta toma de conciencia debe inspirar tanto las políticas públicas exigidas por ciudadanos conscientes como la reflexión individual sobre los



11 Roger Chartier, *Lectura y pandemia. Conversaciones*, Buenos Aires, Katz, 2021 y *Um mundo sem livros e sem livrarias?*, São Paulo, Editora Letraviva, 2020.

12 Michel de Certeau, *La invención de lo cotidiano, I*, Artes de hacer, [1980], México, Universidad Iberoamericana, 1996, Capítulo XII, « Leer : una cacería furtiva », p. 177-189.

gestos que nos parecen automáticos, inmediatos, evidentes. Entonces, decisiones colectivas y gestos individuales son necesarios para evitar que el futuro se vuelva la perpetuación y duplicación del presente de la pandemia.

Perfecto. Vamos a continuar en el ambiente digital. Las grandes plataformas digitales han crecido en poder y control social durante la última década. Sus modelos de negocio se basan en los años advenidos por la unión constante entre las posibilidades de visibilidad que ofrece a sus usuarios y a sus anunciantes. De esa forma, abren perspectivas dispares de rentabilidad que implican negociaciones de datos / información, perfils psicológicos de los usuarios y, sobre todo, en la venta de la atención que los sujetos que dedican tiempo en cada plataforma. Esto se traduce en el uso estratégico de las atracciones digitales para que los usuarios permanezcan el mayor tiempo posible conectados a las plataformas, ya que al mismo tiempo que son productos y son consumidores. De este modo, el apelo para atraer anunciantes también está en la venta de la atención de los usuarios. Este proceso que manipula a los usuarios les hace tener nuevas experiencias temporales de permanencia recurrente en las plataformas, que interfieren en la sociabilidad, en la vida real y en la psicológica de cada persona. ¿Cómo percibe estas imperativas experiencias digitales temporales que han cambiado la vida de las personas en la actualidad?

Su observación es una ilustración de la lógica propia del mundo digital, fundamentado sobre la potencia de los algoritmos que permiten prever lo que prefiere el consumidor. Es una lógica de lo previsible muy diferente de la lógica del viaje que permite descubrir lo inesperado. La consecuencia de la lógica digital consta en transformar el consumidor en un banco de datos y le propone lo que inconscientemente quiere.

La observación indica también otra tensión del

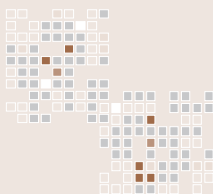
mundo digital que no hemos discutido hasta ahora: la tensión entre lo efímero y la velocidad, entre la sucesión rápida de lo que se borra y el tiempo necesario para que las plataformas puedan recoger los datos personales indispensables para construir los algoritmos. Deben, paradójicamente, inmovilizar lo efímero, fijar los flujos.

Más fundamentalmente esta tensión se remite a la oposición entre dos tipos de experiencias temporales. La primera es la experiencia de la impaciencia digital que caracteriza la lectura en las redes sociales, la escucha de la música o las películas miradas con velocidad acelerada. Se ubica en el paradigma de la aceleración descrito por Hartmut Rosa.¹³ Esta lógica se confronta a una otra experiencia del tiempo, heredada de la cultura impresa, que supone la atención, la lentitud y la reflexión. Me parece que esta tensión es absolutamente esencial para pensar los efectos de la información que invade el mundo de las pantallas. La lógica heredada permite el examen crítico, la comparación entre varias fuentes de información, la validación de los enunciados. Define las condiciones de posibilidad de una relación distanciada, escéptica, con las imágenes y los textos. La lógica de la aceleración no tiene o no busca el tiempo necesario para la averiguación crítica de los enunciados.

Esta contradicción es una apuesta absolutamente esencial porque lo que está aquí en juego, o en jaque, es tanto la capacidad de la producción del conocimiento como la posibilidad de una deliberación cívica en un espacio público fundado, como escribió Kant, sobre el uso público de su razón por las personas privadas.¹⁴ Entonces, la reflexión sobre las temporalidades del mundo contemporáneo que hace hincapié en el contraste entre las temporalidades paradójicas del mundo digital y las

13 Hartmut Rosa, Alienación y aceleración. Hacia una teoría crítica de la temporalidad en la modernidad tardía, [2010], Buenos Aires, Katz, 2016.

14 Immanuel Kant, ¿Qué es la Ilustración?, [1784], Madrid, Alianza Editorial, 2013.



temporalidades heredadas del pasado es una apuesta fundamental tanto para el conocimiento como para la democracia.

Finalmente, pasamos al tema de la economía de atención de la que hablamos en las líneas anteriores y que manipula la experiencia temporal de las personas en las plataformas digitales. Shoshana Zuboff afirma que esta es en realidad, una nueva era llamada capitalismo de vigilancia que yo entiendo como una etapa posterior a la sociedad disciplinaria de Foucault y a la sociedad del control de Deleuze. En la etapa actual de vigilancia, ningún dato personal, profesional o característica psicológica individual escapa a la vigilancia y control de las grandes plataformas digitales que trabajan día y noche para crear nuevas estrategias de atracción para los usuarios, manteniéndolos en sus lentes digitales. En Brasil, este proceso es visible, se encuentra en una etapa muy avanzada y los datos obtenidos a través de la vigilancia digital se utilizan comúnmente para la manipulación social colectiva a través de la desinformación, donde corren noticias falsas que han amenazado la democracia y, finalmente, la vida misma de nuestros ciudadanos durante la pandemia de covid-19. ¿Cómo percibe esta etapa en Francia y en otras partes del mundo?

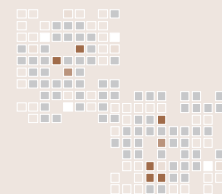
Tal vez podemos distinguir entre la vigilancia pública, que es la modalidad política de la transformación de los individuos en un banco de datos, y el uso de los algoritmos en las estrategias comerciales que justifica quizás la noción de “capitalismo de vigilancia”. Blanco del mercado, los individuos son también sometidos a un control social que intenta prever sus acciones y descifrar sus pensamientos. En muchos países autoritarios o despóticos la vigilancia digital se volvió un poderoso instrumento de opresión y represión. Aún cuando no establecieron semejante control, los recursos de la comunicación digital aseguraron la proliferación y la circulación de las falsificaciones consideradas cínicamente

como una herramienta fundamental de la política y de la manipulación de la opinión.

Tres elementos favorecieron semejante pervisión de la democracia. Los hemos ya encontrado en nuestro diálogo. En primer lugar, la posibilidad de una propagación poderosa de las falsas noticias, de las falsificaciones históricas o de las manipulaciones se vincula con la transformación de las prácticas de lecturas tal como son plasmadas por las prácticas de las redes sociales. No solamente producen una lectura impaciente y acelerada, sino también una lectura que no se preocupa más de la validación de las informaciones o afirmaciones. La aceleración significa la desaparición de la postura crítica. Esto es una realidad esencial demostrada por las observaciones de la sociología o de la antropología de las prácticas de lectura.

Un segundo elemento es el desplazamiento del criterio de evaluación de la verdad de los discursos, desde el examen crítico de los enunciados hasta la confianza ciega en el lugar de la enunciación, como si el hecho de encontrar una afirmación o una información en una red social era suficiente para creer en su autenticidad y veracidad, autenticadas por la confianza recíproca que une a todos los miembros de una misma comunidad digital. Esto explica por qué los lectores ya no se preocupan más con la crítica de los enunciados.

Un tercer elemento que debemos considerar para comprender la proliferación de las falsificaciones reside en la potencia y el poder de las grandes plataformas de comunicación. En *La fabrique du mensonge*, una película documental de la televisión pública francesa, se desmontan estos mecanismos y, particularmente, su movilización y eficacia en las elecciones presidenciales del 2018 en Brasil.¹⁵ El documental muestra como fueron asociados dos dispositivos digitales para producir no solamente la proliferación y propagación de las falsas informaciones, sino también la adhesión a las mentiras



¹⁵ *La fabrique du mensonge*, Les fake news au pouvoir, france.tv, 2021.

múltiples que fueron diseminadas por la campaña de uno de los candidatos. El primero dispositivo era la aplicación *WhatsApp*, que permite la creación de cadenas de grupos de discusión en los cuales se puede introducir las falsas noticias, al mismo tiempo que la plataforma no interviene sobre los contenidos transmitidos. El segundo dispositivo fue la compra de los datos personales de millones de individuos (y particularmente sus números de teléfonos) vendidos por las grandes empresas de “*digital marketing*”. De ahí, la posibilidad del envío de millones de mensajes mentirosos, difamatorios y manipuladores, recibidos en los aparatos digitales de los electores. Se estableció así la posibilidad de organizar campañas de difusión de las falsificaciones en una escala totalmente desconocida anteriormente. El impacto de las plataformas digitales y de las redes sociales fue hecho posible por el horizonte de expectativa de lectores preparados para recibir sin evaluación lo contenido de informaciones cuya verdad se encuentra autenticada por la sociabilidad de la red que las comparte.

Las posibilidades técnicas, antiguas o nuevas, no son en sí mismo positivas o negativas. Su significación e impacto dependen de las condiciones de su uso y recepción. En este caso, la credulidad de la recepción y la manipulación algorítmica de los prejuicios y ansiedades transformaron los dispositivos digitales en una poderosa máquina de transmisión y inculcación de las informaciones más absurdas. Como lo mostró Walter Benjamin, la reproducción mecánica de las imágenes no tiene en sí mismo un sentido particular. Son sus usos que pueden ponerla al servicio de la democracia o bien de su contrario.¹⁶ Podemos decir lo mismo de la tecnología digital.

Usted mencionaba el caso de Francia. Me parece que lo que he dicho tiene relevancia para todas las situaciones nacionales. Sin embargo, varios elementos introducen diferencias en la fuerza del poder di-

gital que manipula las opiniones. En primer lugar, si es verdad que este tipo de manipulación política existe en todos los países, no es siempre recibido con la misma falta de crítica o el mismo grado de aceptación. Las extravagantes mentiras brasileiras (por ejemplo, el “*kit gay*”) no se encontrarían tan fácilmente movilizadas en otras situaciones donde es diferente el umbral de tolerancia para el uso de la propaganda difamatoria. Una segunda razón de diferencia se remite a las condiciones de recepción de los mensajes y a las disposiciones para la credulidad. Son plasmadas por frustraciones, prejuicios, miedos específicos, ubicados en una larga historia y exacerbados en coyunturas propias en cada país. Finalmente, limitan o no la proliferación de las falsificaciones y de los discursos difamatorios las propias leyes de cada país y las diferentes actitudes de las plataformas digitales. En varios países, el aparato legislativo prohíbe la difusión de discursos racistas, homofóbicos, antisemitas o “negacionistas”. Es el caso en Francia. Pero la responsabilidad no es solamente la responsabilidad de los poderes públicos. Es también una responsabilidad de las empresas digitales (Facebook, Twitter, Instagram) que ahora intervienen de una manera más fuerte sobre los contenidos presentes sobre sus plataformas. Es lo que aconteció en los Estados Unidos. Y es lo que hizo *WhatsApp* en el último momento de la campaña electoral en Brasil. Era demasiado tarde. La responsabilidad es también responsabilidad de los usuarios. Todos los clubes de fútbol en Inglaterra decidieron suspender su presencia en las redes sociales entre el 30 de abril y el 3 de mayo de 2021 para protestar contra la proliferación de los insultos racistas que se encuentran en los mensajes digitales.¹⁷

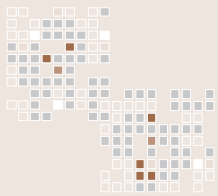
Entonces, encontramos al final de nuestra conversación el desafío más fuerte de nuestro tiempo. La relación entre el conocimiento racional y la de-

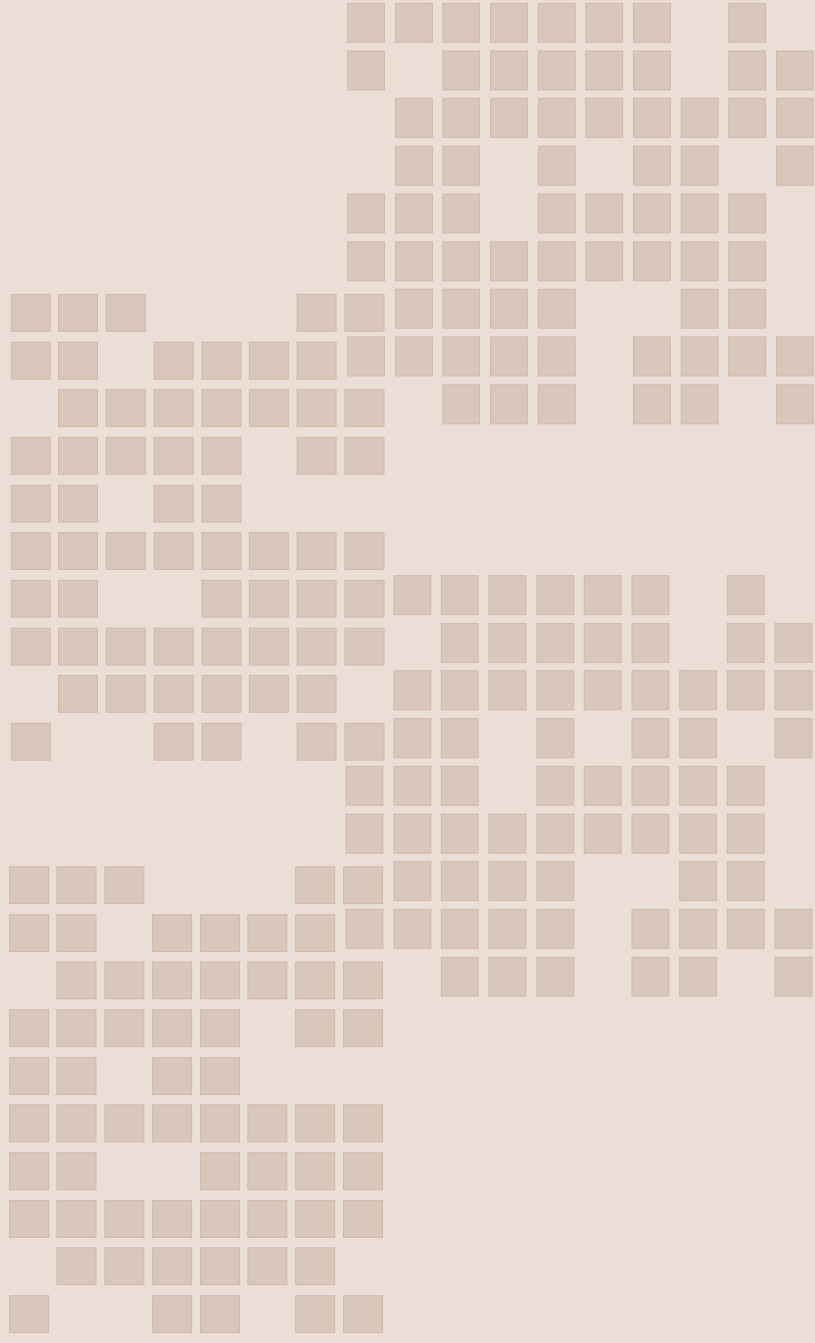
¹⁶ Walter Benjamin, *La obra de arte en la época de su reproducción mecánica*, [1935], Buenos Aires y Madrid, Amorrortu Editores, 2013.

¹⁷ « Footballers and clubs to boycott social media in mass protest over racist abuse », *The Guardian*, 24/04/2021.

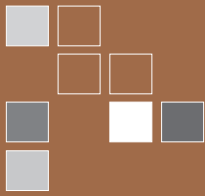
liberación política constituye el fundamento esencial de la democracia. Ambos son amenazados en el mundo digitalizado. Sin embargo, no estamos sin posibilidad de resistencia frente a estas amenazas, desde nuestros comportamientos cotidianos hasta

las políticas públicas de nuestros gobiernos. Es una buena razón para no desesperar. Pero es también una razón que exige una aguda consciencia tanto de los peligros como de nuestras responsabilidades.





ESTUDOS / ESTUDIOS



A PÓS-GRADUAÇÃO EM CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO DA USP: AS MUDANÇAS DE UM PROGRAMA DE REFERÊNCIA PARA A IBERO-AMÉRICA

GRADUATE IN COMMUNICATION SCIENCES AT USP: CHANGES IN A WELL-RECOGNIZED PROGRAM IN IBERO-AMERICA

EL POSGRADO EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN DE LA USP: CAMBIOS DE UN PROGRAMA DE REFERENCIA EN IBEROAMERICA

Roseli Fígaro

■ Professora Associada Livre-Docente da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo. Coordenadora do PPGCOM USP. Bolsista Produtividade PQ 2 CNPq.

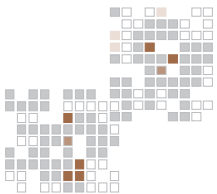
■ E-mail: roseli.figaro@gmail.com

Eneus Trindade

■ Professor Associado, Livre-Docente da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo. Vice-coordenador do PPGCOM USP. Bolsista Produtividade PQ 2 CNPq.

■ E-mail: eneustrindade@usp.br

195



RESUMO

Este artigo apresenta em síntese as transformações do Programa de Pós-graduação em Ciências da Comunicação da Universidade de São Paulo, Escola de Comunicações e Artes. É um percurso de 50 anos de atuação, em 2022, no qual suas ações demarcam a permanente busca de refinamento e qualificação com as políticas científicas do Brasil e demandas da cultura contemporânea. Nesse sentido, o artigo apresenta a atual estrutura político-pedagógica do PPGCOM, seus docentes e grupos de pesquisa; destaca as ações de nucleação nacional e os relacionamentos internacionais.

PALAVRAS-CHAVE: PÓS-GRADUAÇÃO; COMUNICAÇÃO; MEDIAÇÕES; IBERO-AMÉRICA.

ABSTRACT

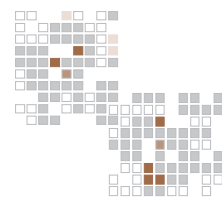
This article summarizes the transformations of the Graduate Program in Communication Sciences of the University of São Paulo, School of Communications and Arts. It is a journey of 50 years of operation, in 2022, in which its actions mark the permanent search for refinement and qualification with the scientific policies of Brazil and demands of contemporary culture. In this sense, the article presents the current pedagogical political structure of PPGCOM, its professors and research groups; and highlights the actions of national nucleation and international relationships..

KEYWORDS: GRADUATION PROGRAM; COMMUNICATION; MEDIATIONS; IBERO-AMERICA.

RESUMEN

Este artículo presenta en síntesis las transformaciones del Programa de Posgrado en Ciencias de la Comunicación de la Universidad de São Paulo, Escuela de Comunicaciones y Artes. Es un recorrido de 50 años de actuación, en 2022, en el cual sus acciones demarcan la permanente búsqueda de refinamiento y calificación con las políticas científicas de Brasil y demandas de la cultura contemporánea. En este sentido, el artículo presenta la actual estructura política pedagógica del PPGCOM, sus docentes y grupos de investigación; y destaca las acciones de nucleación nacional y las relaciones internacionales.

PALABRAS CLAVE: POSGRADO; COMUNICACIÓN; MEDIACIONES; IBEROAMÉRICA.



1. Introdução

Em sua trajetória de quase 50 anos, a serem completados em 2022, o Programa de Pós-graduação em Comunicação da Universidade de São Paulo é protagonista de uma rica contribuição para o desenvolvimento das Ciências da Comunicação no Brasil e no espaço Ibero-Americano. Os docentes pesquisadores do PPGCOM formaram gerações de novos investigadores imbuídos da responsabilidade profissional de ampliar a compreensão desse objeto teórico-metodológico complexo e desafiador que é a comunicação. Assim, a proposição e a contribuição do PPGCOM estão endereçadas para a formação humanista, plural e interdisciplinar.

Neste artigo, apresentamos um panorama do Programa em termos de docentes e discentes envolvidos; fazemos uma síntese da recente reestruturação e atualização do PPGCOM; relatamos os bem-sucedidos projetos interinstitucionais de pesquisa, os quais consolidam nossa escolha pelo eixo das mediações como norteador dos avanços teóricos alcançados.

Essas contribuições do PPGCOM se configuram no Brasil com crescimento extraordinário que hoje está representado no número de 57 programas de pós-graduação em Comunicação firmados nas cinco regiões do País.

2. O PPGCOM USP: um diagnóstico e os avanços recentes

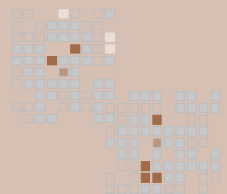
O Programa de Pós-graduação em Comunicação da USP teve início com as atividades, no nível de mestrado, em 8 de janeiro de 1972 e, no de doutorado, em 1 de agosto de 1980. Ao buscarmos as origens do Programa, já encontramos uma concepção multidisciplinar na qual comunicações e artes encontram-se entrelaçadas em um mesmo programa. A ECA-USP formou na pós-graduação desde então 4074 pesquisadores. Especificamente, em Ciências da Comunicação são 2372 formados, sendo 1468 mestres e 904 doutores (Alumni USP, 2021). Nos últimos quatro anos (2017-2020), o PPGCOM formou 84 doutores e 83 mestres. Cerca de 30% dos egressos do programa estão trabalhando em instituições localizadas em outros estados do País. Em janeiro de 2021, havia 139 discentes com trabalhos em andamento.

O PPGCOM formou grande parte dos acadêmicos que hoje atua na área das Ciências da Comunicação no Brasil. Esse é o nosso maior legado. Responsabilidade que está substanciada na missão de formar/qualificar pesquisadores/docentes nos níveis de mestrado e doutorado em conformidade com os parâmetros de excelência para a atuação inter, trans e multidisciplinar na área das Ciências da Comunicação.

Em termos de infraestrutura, contamos com espaços qualificados para aulas, eventos e pesquisas, assistência a vídeos, cabines de pesquisa e um acervo exemplar

em títulos de livros, revistas, jornais, partituras, peças de teatro, vídeos e filmes. O serviço de biblioteca da ECA coloca à disposição dos pesquisadores todo esse rico material que soma mais de 200 mil itens.

O banco de teses e dissertações da USP é totalmente digitalizado e dá acesso público ao conhecimento depositado em teses e dissertações defendidas na Universidade. Há ainda, por parte da Universidade, uma política de apoio a publicações de periódicos científicos. No portal de revistas USP (www.revistas.usp.br/matrizes) está a revista MATRIZES, periódico



científico que nasceu bilíngue e com uma linha editorial que atende à concepção multidisciplinar e complexa do campo da Comunicação. Os Centros e Grupos de Pesquisa são o eixo estruturante do desenvolvimento das pesquisas de mestrado e doutorado, organizam-se por linhas de pesquisa e são coordenados pelos respectivos professores orientadores. Esses centros e grupos de pesquisa têm acervo e infraestrutura básica para seu funcionamento. Eles também abarcam pesquisadores de pós-doutorado e jovens de iniciação científica, além pós-doutorados e de pesquisadores convidados externos.

O PPGCOM-USP entrou no século XXI preparando sua primeira grande reestruturação, ocorrida em 2005. Ela trouxe o delineamento mais claro entre os objetos teóricos e empíricos e a criação de programas em maior consonância com as áreas de pesquisa da Capes. Com essa reestruturação, a ECA-USP passa a ter seis programas de pós-graduação: três de artes – Música, Cênicas e Visuais; três da área de comunicação e informação: Ciências da Comunicação (PPGCOM); Meios e Processos Audiovisuais; Ciências da Informação. O desenho da estrutura do PPGCOM passou a três áreas e a oito linhas de pesquisa, com mais de 40 docentes. Essa estrutura permaneceu por mais de dez anos. Em 2013, em face das mudanças no contexto nacional das pesquisas em comunicação e da situação particular do Programa, caracterizada pela forte transformação no perfil geracional, devido a aposentadorias, começamos a desenhar nova reformulação para que o programa pudesse mais bem se adequar à realidade da área no Brasil. O resultado da avaliação da Capes, no quadriênio 2013-2016, foi fundamental para que o PPGCOM desse o passo decisivo em face do que vinha considerando desde 2013. Os primeiros dois anos do quadriênio 2017-2020 foram de intensa atividade e autoavaliação. Desse processo emerge a nova estrutura do Programa, construída em muitas reuniões e discussões e aprovada em todas as instâncias universitárias. A proposta foi aprovada em 2018 e implantada em 2019, encontra-se em pleno funcionamento em 2020, tendo realizado inclusive o processo seletivo para novos discentes matriculados em 2021.

A nova estrutura com uma área de concentração: Ciências da Comunicação e três linhas de pesquisa reafirma o objetivo geral de oferecer formação de excelência a mestrandos e doutorandos e favorecer o desenvolvimento de pesquisas científicas inovadoras em Ciências da Comunicação a partir de linhas de pesquisa e seus respectivos grupos, promovendo temáticas de ponta e de interface com a trans, inter e multidisciplinaridade em contexto nacional e internacional.

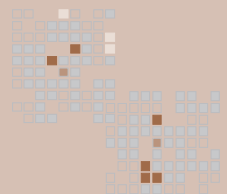
Consoante à missão e aos objetivos do PPGCOM é possível identificar os quatro grandes eixos de atuação que articulam a nova estrutura curricular:

1) *Dedicação à pesquisa*. Eixo consolidado por meio de inúmeras pesquisas pioneiras e de referência no campo da comunicação que fundamentam: estudos ligados à epistemologia e às metodologias de pesquisa na comunicação, a compreensão das linguagens e estéticas midiáticas e suas metodologias de análise; os processos comunicacionais, entendidos em sua dimensão ontológica; bem como as pesquisas comunicacionais nos contextos de redes e ambientes digitais; os estudos sobre os enfoques das produções midiáticas voltadas à difusão da informação e usos e consumos nas práticas sociais; os estudos da comunicação e das interfaces sociais demarcados pelas pesquisas em comunicações organizacionais, dimensões

políticas e estratégias da comunicação; as relações entre comunicação e educação; e, por fim, os fenômenos de comunicação cultura e cidadania. Todos os objetos e enfoques anteriores encontram-se em evidente consonância com o atributo identificador fundamental e dele dependente - o olhar interdisciplinar das Ciências da Comunicação;

2) *Nucleação com capacidade de promover impactos em nível nacional e regional.* Somos um programa que formou grande parte dos doutores em comunicação no Brasil, gerando quadros especializados para a formação de outros programas que hoje compõem o cenário de mais de 50 cursos na área. Nosso programa é multidisciplinar, diversificado, trabalha com teorias e temáticas inúmeras, sem se restringir a um ou dois perfis temáticos e teóricos. Trata-se de aspecto relevante e positivo porque permite a formação e o aperfeiçoamento em relação a competências e habilidades diversificadas, capazes de nuclear em outras instituições e regiões novos grupos de pesquisa e novos programas. Nossas pesquisas têm contribuído para o País e internacionalmente em múltiplas temáticas: epistemologia da comunicação, teorias da comunicação, estudo de teleficção (telenovela, séries); educomunicação (comunicação e educação); teorias dos discursos; comunicação organizacional; estudos de recepção e usos midiáticos; teoria da publicidade, das marcas e os consumos mediados pela comunicação analógica e digital; teoria do jornalismo e diálogo social; estudos de imagem e estética; comunicação e trabalho; desinformação, censura e liberdade de expressão; comunicação e cultura. Vale destacar a perspectiva das mediações comunicacionais das/nas culturas, como inicialmente proposto por Jesús Martín-Barbero (2001), acrescido dos avanços dessa discussão latino-americana e promovidos pelos pesquisadores do nosso Programa e de programas parceiros, a exemplo das recentes contribuições (LOPES, 2018; TRINDADE, FERNANDES, LACERDA, 2019; e TRINDADE, MALULY, PAVAN e FERNANDES, 2021). No quadriênio 2017-2020 foram concluídos dois grandes convênios com impactos expressivos nacionais. Um de caráter regional, o Dinter, com a Universidade do Estado da Bahia (UNEB) *campus* Juazeiros, formou oito doutores em 2020. E o outro tratou do projeto PROCAD-Capes em cooperação com os PPGs da UFMS e UFRN, com resultados efetivos para as pesquisas locais, publicações e formação de novos quadros. Este último projeto envolveu 10 missões de docentes da USP, além de proporcionar a vinda de duas missões internacionais à USP;

3) *Inserção e relevância social no perfil do egresso.* O PPGCOM-USP constitui-se historicamente como um centro de formação de novos pesquisadores – ex-alunos do Programa se multiplicam por Universidades brasileiras e Instituições de outros países da América Latina. A capacidade de nucleação de outros pesquisadores e formação de novos programas em todo o País resulta de nossa capacidade de pluralidade e excelência na pesquisa. Do total dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação no Brasil, muitos docentes são egressos do PPGCOM-USP. Entre os egressos há destacados e reconhecidos pesquisadores atuando em um leque amplo de instituições de ensino e pesquisa no Brasil, inclusive na coordenação de programas de pós-graduação. É importante destacar a presença de nossos egressos em órgãos governamentais, Organizações do Terceiro Setor e empresas privadas;



4) *Ampliação dos diálogos internacionais*. O programa possui entre seus membros diversos professores coordenadores de convênios com instituições estrangeiras, o que permite uma maior agilidade no intercâmbio qualificado de docentes e pós-graduandos entre instituições do mundo. Contribui ainda para a internacionalização a existência de redes de pesquisa com grupos nacionais e internacionais; cotutelas com pesquisadores Ibero-americanos; a atuação de docentes em entidades científicas da área em âmbito Ibero-americano e em outros continentes; e, por fim, a contribuição significativa no terreno bibliográfico com publicação de capítulos de livros e artigos em periódicos internacionais, destacando-se, especialmente nos últimos anos, o trabalho da revista MATRIZES na inserção do pensamento comunicacional brasileiro.

Esses quatro eixos orientam a formação das linhas de pesquisa e a aglutinação de grupos de pesquisa e de docentes. De forma articulada, os quatro eixos configuram as três linhas de pesquisa da atual Estrutura Curricular com uma única área de concentração conforme se detalha a seguir. Cabe destacar ainda que todo esse processo buscou o diálogo com os pressupostos de qualidade discutidos pela Capes a partir do Documento de área da Capes para a Comunicação e Informação.¹

3. Estrutura Curricular reformulada

A concepção de uma única área de concentração Ciências da Comunicação toma por base: o panorama epistemológico do próprio campo, traduzindo uma visão pluralista e, ao mesmo tempo, agregadora das diversidades temáticas e de objetos de pesquisa; as hibridações provenientes de campos correlatos e inovações decorrentes de vertentes teóricas emergentes; o dinamismo em fluxo contínuo do processo de inovação e mudança da base técnica de sustentação dos processos comunicativos; a ampliação e a transformação das linguagens, meios, públicos e processos de produção e circulação, especialmente a partir da condição de digitalização que permeia estes objetos comunicacionais; e o papel que o campo da Comunicação assume na sociedade, uma resultante dos processos de mudança da base material e inovação tecnológica, com profunda transformação cultural.

Com base nessa concepção estruturante, o Programa se reorganizou objetivando criar aderência e consistência entre: a) as atividades de ensino e pesquisa e produção docente – aqui expressas pela integração das linhas, grupos e projetos de pesquisa e a capacidade de oferta de disciplinas; b) as atividades de organização didático-pedagógica – aqui traduzidas pela gestão de um perfil de egresso decorrente da grade semestral de oferta de disciplinas, da organização pedagógica de conteúdo das disciplinas e das atividades complementares necessárias à formação planejada; c) as atividades de regulamentação e organização/adequação institucional² da configuração do Programa com a USP – aqui formuladas pelas obrigatoriedades; e d) as atividades de inovação, regionalização e internacionalização – aqui constituídas pelas

1 Disponível em: <https://www.gov.br/capes/pt-br/centrais-de-conteudo/comunicacao-pdf>

2 Disponível em: <http://www.leginf.usp.br/?resolucao=resolucao-no-7493-de-27-de-marco-de-2018>

atividades propostas por eixos específicos adicionais à grade disciplinar formal.

Tal configuração proporciona identidade temática aos propósitos gerais dos trabalhos desenvolvidos em cada linha sem, contudo, perder seu caráter plural e transdisciplinar. A postura articuladora também se estende à proposição de disciplinas dos diferentes eixos – teórico-metodológicos e especificidades. Desse modo, a área de concentração Ciências da Comunicação estrutura basilarmente três linhas de pesquisa:

Linha de pesquisa 1 – Comunicação, redes e linguagens: objetos teóricos e empíricos.

Linha de Pesquisa 2 – Processos Comunicacionais: tecnologias, produção e consumos.

Linha de Pesquisa 3 – Comunicação: Interfaces e Institucionalidades.

A articulação e diálogo entre as três linhas de pesquisa encontra-se em sua própria composição conforme poderá ser observado nas descrições das linhas a seguir em que apresentamos também os grupos de pesquisa a elas vinculados.

Linha de pesquisa 1 – Comunicação, redes e linguagens: objetos teóricos e empíricos

Ementa:

Estudos de teorias, metodologias e linguagens, implicadas no processo comunicacional. Trata de problematizar e renovar o arcabouço epistemológico, teórico e metodológico do campo da comunicação, tendo em vista os objetos teóricos e empíricos de pesquisa, no contexto digital em seus atravessamentos culturais, estéticos, socioeconômicos, políticos e ecológicos.

Grupos de pesquisa articulados:

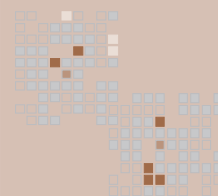
- CECOM - Centro de Estudos do Campo da Comunicação;
- CETVN - Centro de Estudos de Telenovela;
- CPCT - Centro de Pesquisa Comunicação e Trabalho;
- GELiDis - Linguagens e Discursos nos Meios de Comunicação;
- Grupo de pesquisa Jornalismo, Direito e Liberdade;
- Grupo de Pesquisa Epistemologia do Diálogo Social;
- Laboratório de Inovação, Desenvolvimento e Pesquisas em Educomunicação

Professores/as: Anderson Vinicius Romanini; Boris Kossoy, Cremilda Celeste de Araujo Medina; Eugênio Bucci; Maria Cristina Palma Munglioli; Maria Immacolata Vassallo de Lopes; Roseli Fígaro, Vitor Blotta. Os oito professores e os sete grupos de pesquisa que compõem a linha 1, articulam seu trabalho em torno de temáticas relativas à epistemologia, às teorias, às metodologias da comunicação e da linguagem e na produção de sentidos/semiose da comunicação.

Linha de Pesquisa 2- Processos comunicacionais: tecnologias, produção e consumos

Ementa:

Estudos de processos de comunicação, tecnologias digitais, linguagens, redes e formatos, no contexto da ecologia das mídias, da cultura e da economia. A abordagem teórica e meto-



dológica trata das relações entre comunicação, tecnologias e consumos. Problematisa essas relações desde o âmbito da produção ao da recepção e circulação de significados e de narrativas no cotidiano de pessoas, instituições e sociedade.

Grupos de pesquisa articulados:

- COM+ - Grupo de Pesquisa em Comunicação, Jornalismo e Mídias Digitais;
- ALTERJOR - Jornalismo Alternativo;
- GESC3 - Grupo de Estudos Semióticos em Comunicação Cultura e Consumo;
- GEIC - Grupo de Estudos da Imagem em Comunicação
- 4C - Centro de Comunicação e Ciências Cognitivas

Professores/as: Daniela Osvald Ramos, Elizabeth Nicolau Saad Corrêa; Eneus Trindade Barreto Filho; Leandro Leonardo Batista; Luciano Victor Barros Maluly; Maria Clotilde Perez Rodrigues; Wagner Souza e Silva. Os sete professores e os cinco grupos de pesquisa que compõem a linha 2, articulam seu trabalho em torno de temáticas das técnicas e das tecnologias digitais na reflexão sobre a comunicação e suas diferentes linguagens: jornalismo, fotografia, editoração, publicidade, marcas e no processo cognitivo do consumo comunicacional; bem como em torno de temáticas relativas à formação, à cultura e à circulação dos bens culturais e do consumo marcas e outros produtos midiáticos.

Linha de Pesquisa 3 – Comunicação: Interfaces e Institucionalidades

Ementa:

Estudos da comunicação em suas interfaces sociais, tecnológicas e institucionais. Trata de apreender a comunicação nos aspectos organizativos e políticos, tendo como instância constitutiva os processos educacionais, econômicos, culturais e ecológicos. A reflexão epistemológica, teórica e metodológica dá-se no âmbito do diálogo entre as diferentes práticas sociais.

Grupos Articulados na Linha 3

- CECORP - Centro de Estudos de Comunicação Organizacional e Relações Públicas
- DICULT - Grupo de Estudos de diversidades, interculturalidade, comunicação e linguagens culturais
- GENN - Grupo de Estudos das Narrativas
- NCE - Núcleo de Comunicação e Educação
- Laboratório de Inovação, Desenvolvimento e Pesquisas em Educomunicação
- CECOM - Centro de Estudos do Campo da Comunicação
- MECOM - Mediações educacionais.

Professores/as: Adilson Odair Citelli; Claudemir Edson Viana, Claudia Lago; Luiz Alberto de Farias; Margarida Maria Krohling Kunsch; Maria Aparecida Ferrari; Paulo Roberto Nassar; Richard Romancini. Os oito professores e os sete grupos de pesquisa que compõem a linha 3, articulam seu trabalho em torno dos temas da comunicação que envolvem organizações e instituições de diferentes perfis (educacionais, políticas, empresariais). Desenvolvem pesquisas sobre a potencialidade da comunicação, em seus aspectos epistemológicos e teóricos,

em transformar essas instituições, no contexto da liberdade de expressão, da democracia, da sustentabilidade e da formação humanística.

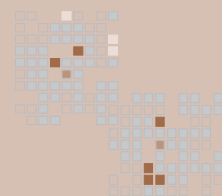
A consistência e coerência interna da atual estrutura do PPGCOM foi imediatamente reconhecida pelos discentes ao migrarem, conforme permite e estabelece no Regulamento do PPGCOM³, suas pesquisas para a nova estrutura. Com relação às disciplinas, créditos, publicações e atuação nos grupos de pesquisa, a atual estrutura reitera práticas consagradas anteriormente e, ao mesmo tempo, amplia e atualiza temas, objetos e metodologias que se configuram como desafios e novas fronteiras para os estudos da comunicação buscando articulá-los de forma transversal, possibilitando um percurso discente marcado pela participação em seminários, disciplinas em outras unidades da Universidade, reconhecimento de créditos por publicações e outras participações acadêmicas.

Com base na articulação das linhas e grupos de pesquisa, a proposta pedagógica do PPGCOM centra-se na formação de pesquisadores-docentes em Ciências da Comunicação, direcionados para as temáticas abarcadas pelas linhas de pesquisa. Para tanto, organizou-se um processo pedagógico de aprendizagem e participação discente que busca a aderência dos mesmos ao Programa ao longo de todo o período de vigência do mestrado e/ou doutorado:

- participação nas disciplinas eletivas, eixo das especificidades com especial foco de atenção nas disciplinas constitutivas do eixo metodológico;
- ênfase nas atividades complementares com atribuição de créditos, com a inclusão de oficina de apoio para elaboração de teses e dissertações, e de seminários tópicos de atualização ministrados por professores visitantes;
- estímulo à participação nas atividades dos grupos de pesquisa vinculados às respectivas linhas de pesquisa/orientadores como forma de vivência da práxis acadêmica, bem como a respectiva divulgação de resultados parciais e finais de pesquisa em eventos nacionais e internacionais.
- seminários das linhas de pesquisa;
- mestrandos e doutorandos, a partir de níveis de requisitos de avaliação específicos, participam em comum de disciplinas, grupos de pesquisas e atividades complementares;
- organização e participação dos discentes no seminário científico anual – Conexão-pós; desse seminário resultam apresentações orais comentadas pelos professores convidados e publicação em e-book de artigos completos.

O conjunto de disciplinas do PPGCOM respeita o Regulamento da Pós-Graduação da USP (ver nota 4) que prevê a oferta de disciplinas eletivas, as quais o aluno escolhe com o seu orientador. Não há, portanto, previamente disciplinas obrigatórias. As disciplinas são oferecidas em concomitância para os estudantes do mestrado e do doutorado, cabendo ao docente deliberar sobre as formas de avaliação. No Doutorado, o aluno deve realizar o mínimo de 21 créditos em disciplinas e, no Mestrado, são obrigatórios, o mínimo de 28 créditos em

³ Disponível: http://www3.eca.usp.br/sites/default/files/form/ata/pos/ppgcom/regulamento_ppgcom.1.pdf



disciplinas, sendo que cada disciplina oferecida no âmbito da ECA/USP consigna 07 créditos. Isso significa que o aluno precisa realizar no mínimo três disciplinas no doutorado e quatro no mestrado. Desse modo, sem a possibilidade de aumentar o número de créditos e fluxo de permanência dos discentes por conta do regulamento maior, sobretudo no mestrado, o PPGCOM-USP atualiza o conjunto de disciplinas ofertadas, discernindo as disciplinas do eixo teórico-metodológico e as disciplinas do eixo das especificidades das linhas de pesquisas, além dos seminários anuais das linhas de pesquisa e com professores convidados nacionais e internacionais.

É importante destacar que um conjunto ainda mais amplo de disciplinas pode ser oferecido pelos docentes do PPGCOM, visto que cada docente tem um leque de disciplinas credenciadas que compõe o repertório de ofertas da estrutura tradicional do Programa. Ainda no quesito disciplinas, temos a destacar as ministradas por professores convidados e ou professores do PPGCOM, como modalidade especial. São disciplinas que não fazem parte da oferta regular do programa e que são ministradas por um convidado nacional ou internacional. Normalmente são disciplinas condensadas que valem até 4 créditos. São possibilidades não obrigatórias para os estudantes, configurando-se como tópicos de atualização, inserção internacional, intercâmbio de experiências de pesquisa e inovação.

Outras atividades importantes que compõem a estrutura do Programa são as aulas magnas, a cada início de semestre, e o Encontro científico discente, Conexão-Pós, que reúne a cada ano a apresentação dos trabalhos selecionados pela Comissão Científica do evento, formada por professores do Programa. Também compõem as atividades do PPGCOM os seminários das linhas de pesquisa e o seminário geral do Programa.

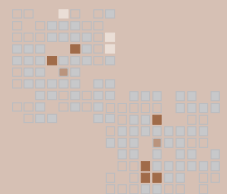
4. O PPGCOM USP seus atores e impactos: considerações finais

O nosso quadro docente é formado hoje por 23 professores permanentes na nova estrutura. Todos são doutores há mais de cinco anos, a maioria é formada por professores livre-docentes e por professores titulares. A qualificação desse corpo docente é contínua e reconhecida por sua excelência. Com relação à aderência e à qualificação, o corpo docente da nova estrutura do PPGCOM atende plenamente os objetivos para a formação de mestres e doutores e se constitui em um grupo destacado de cientistas sociais, que produzem conhecimento na área da Comunicação com impacto relevante na sociedade, seja em termos de discursos qualificados e/ou em termos de políticas públicas aplicadas, ou ainda em termos de abordagens inovadoras dos objetos sociais da Comunicação, tais como metodologias de análise das redes sociais, relações homem-máquina e suas implicações. Tais elementos concorrem para o processo de qualificação do Programa que se mostra por meio de oito aspectos:

- a) **Pesquisa** – a atualização exigida pelos objetos teóricos e empíricos de pesquisa, nesse sentido, os 43 projetos de pesquisa, da nova estrutura do PPGCOM demonstram nos títulos e nos objetivos a assertiva necessária de constante atualização das referências teóricas e metodológicas. Nessa mesma lógica, enquadram-se as ações de atualização necessárias e também resultantes do processo de orientação de mestrandos e doutorandos;

b) **Inserção nacional e internacional** - participação e organização em eventos, seminários, congressos, cursos de curta duração, bem como a participação em bancas examinadoras de teses e dissertações de outras instituições. Essas atividades demandam atualização constante e proporcionam acesso a resultados de novas pesquisas e reflexões realizadas em âmbitos mais amplos do que aquele vivenciado em nosso programa; participação em cursos de atualização, seminários e palestras em universidades e institutos de pesquisa nacionais e estrangeiros. A título de exemplo, podemos mencionar a participação e/ou organização em congressos Nacionais como os das entidades científicas: Intercom, SBPJor, ABP2, SBPC, Compós, Abrapcorp, ABPEducom, entre outros e em eventos de sociedades científicas internacionais como a IAMCR, CONFIBERCOM, ASSIBERCOM-IBERCOM, ALAIC, FELS, AISS, BRASA, entre outros; os nossos docentes também atuam em comitês científicos ou como avaliadores de uma gama enorme de periódicos nacionais e internacionais. Além disso, os docentes do programa possuem uma rede de convênios internacionais que merecem destaque: temos grupos de pesquisa que atuam em nível internacional por meio de redes de investigação: Obitel, CPCT, GESC3, entre outros. Há que se destacar a participação do PPGCOM no Projeto USP-Print/Capes. Tivemos três doutorandos selecionados para estágio sanduíche em universidades na Europa. Em 2020, as viagens dos demais selecionados não puderam ser realizadas. Nesse item foram incrementados os acordos de intercâmbio e/ou pesquisa com: Universidade Sorbonne – Celsa - l'École des Hautes Études en Sciences de l'Information et de la Communication; Universidade de Oxford e Universidade do Rio dos Sinos, Unisinos, USP, UFRJ, no Projeto FairWork – Brasil; European Cooperation in Science & Technology – Cooperação, professores do PPGCOM desenvolvem parceria de pesquisa no projeto FATIDIC: Fake Advanced Technology in Digital Internet Communication; Universidad de Murcia - Universidade de Sevilla / Pontificia Universidad Católica de Chile – Cooperação com o Observatório da Pandemia, PPGCOM-USP; Trans-Atlantic Platform for the Social Sciences and Humanities, projeto em colaboração com Université de Cergy-Pontoise, França, e Universidade Estadual Paulista (UNESP). Universidade de Huelva por meio da recepção de dois estudantes para estágio de pesquisa doutoral oriundos do programa de Doctorado Interuniversitario en Comunicación constituído pelas Universidades de Huelva, Sevilla, Málaga e Cádiz. Outros projetos de pesquisa com colaboração internacional estão em andamento, embora as redes de pesquisa não tenham sido protocoladas institucionalmente. Exemplo é a rede de estudos sobre o trabalho dos jornalistas e comunicadores na América Latina, com participação de pesquisadores das Universidades de Guadalajara, México, Universidade de Buenos Aires, Argentina, Universidade Javeriana de Bogotá, Colômbia, e Universidade da República, Uruguai; entre outros exemplos. O PPGCOM USP possui hoje mais 20 convênios internacionais oficializados no Centro de Relações Internacionais da USP (CRint).

c) Maturidade do corpo docente - cerca de 25% são bolsistas produtividade do CNPq, quatro deles incluídos nos diferentes estratos do nível 1: Maria Immacolata Vassalo de Lopes, 1A; Adilson Odair Citelli, 1B; Mayra Rodrigues Gomes e Sandra Reimão, 1D; e cinco no nível 2: Eneus Trindade, Maria Cristina Castilho Costa, Maria Cristina Palma Mungiolli, Maria



Clotilde Perez, Massimo di Felici e Roseli Figaro Paulino. Além disso, é preciso destacar que, dos 23 docentes da nova estrutura do Programa, 11 possuem estágio pós-doutoral realizados no exterior, em Universidades dos Estados Unidos, Portugal, Espanha, Itália, França. Essas ações buscam dissolver o aspecto da endogenia na formação dos Pesquisadores.

d) Reconhecimento - cerca de 50% dos docentes da nova estrutura do PPGCOM têm financiamento em seus projetos de pesquisa, pela Fapesp, CAPES ou CNPq;

e) Dedicção - os professores do PPGCOM têm carga horária na graduação, oferecendo disciplinas, orientações para TCC, para Iniciação científica ou a bolsistas de projetos de extensão universitária;

f) Relevância - todos os professores da nova estrutura do PPGCOM têm índice h5, sendo 60% deles com índice h5 maior que 10. É um dado importante sobre o impacto das obras dos referidos professores em termos de citação na área;

g) Mapeamento da produção dos egressos. Em 2018, fizemos de modo experimental um formulário e o aplicamos aos egressos do Programa, para retomar contato e coletar dados de suas produções. Desde 2019, a USP assumiu a coleta de dados de seus egressos por meio da Agência USP de ex-alunos, Alumni. As pesquisas revelam que grande parte deles atua no Ensino Superior e em outros setores de instituições públicas, não-governamentais e privadas. Há respondentes de estados pertencentes às cinco regiões do País. A maioria absoluta manifestou-se destacando a importância da formação pós-graduada para a sua atuação profissional e muitos egressos são docentes de inúmeras IES do País e da América-Latina. Alguns se tornaram pesquisadores destacados no Campo e assumem papéis importantes na ação de políticas científicas da área no Brasil e fora do país.

h) Cabe destacar a relevância do trabalho da equipe editorial da Revista MATRIZES. Revista do Programa, indicada pelos parâmetros do futuro Qualis a estrato A1 (a ser confirmado), publicada quadrimestralmente em inglês e português desde sua fundação. A revista tem oferecido ao campo da comunicação artigos qualificados, cujos autores, brasileiros e estrangeiros, são lideranças em suas frentes de pesquisa. MATRIZES também tem apresentado novos autores, jovens pesquisadores que têm mostrado protagonismo na renovação da área, contando com a colaboração solidária dos pesquisadores da área da comunicação do Brasil e do mundo.

A título de considerações finais, avaliamos que o nosso maior desafio foi a renovação da estrutura de área e de linhas de pesquisa do Programa. Esse movimento proporcionou maior sintonia com os avanços nos estudos da comunicação e com o sistema de avaliação de pós-graduação brasileiro. Essa bem-sucedida mudança dá à Pós-graduação em Ciências da Comunicação da USP vigor e vivacidade para tratar dos temas candentes que instigam nossas comunidades e necessitam de respostas, sobretudo, um compromisso da ciência com a produção de conhecimento para melhorar a vida das pessoas.

Por fim, o protagonismo da equipe de docentes e discentes do PPGCOM leva a articular de maneira coerente e coesa a tradição de 50 anos de história e as temáticas contemporâneas cujos desafios nos fazem prospectar que o campo das Ciências da Comunicação tem grande contribuição científica a dar para a sociedade. Olhar para o horizonte significa o esforço de ir adiante, de enfrentar os desafios e ser responsável por ações auspiciosas.

Referências

Documento de área 31 Capes Comunicação e Informação <https://www.gov.br/capes/pt-br/centrais-de-conteudo/comunicacao-pdf> (Acesso em 25/04/2021).

LOPES, Maria Immacolata Vassalo de. A teoria Barberiana da comunicação. *Matrizes*. Revista do PPGCOM/USP. São Paulo: PPGCOM USP. v.12, n.1, 2018. p. 39-63. <https://www.revistas.usp.br/matrizes/article/view/145750/139740>. Acesso em 25/04/2021).

MARTÍN-BARBERO, Jesús. *Dos meios às mediações*. Comunicação, Cultura e Hegemonia. 2ed. Rio de Janeiro: UFRJ. 2001.

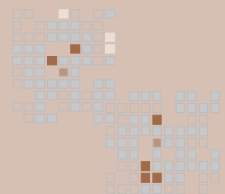
Projeto PROCAD Capes – Comunicação e mediações em contextos regionais <http://www2.eca.usp.br/procad/> . Acesso em 25/04/2021.

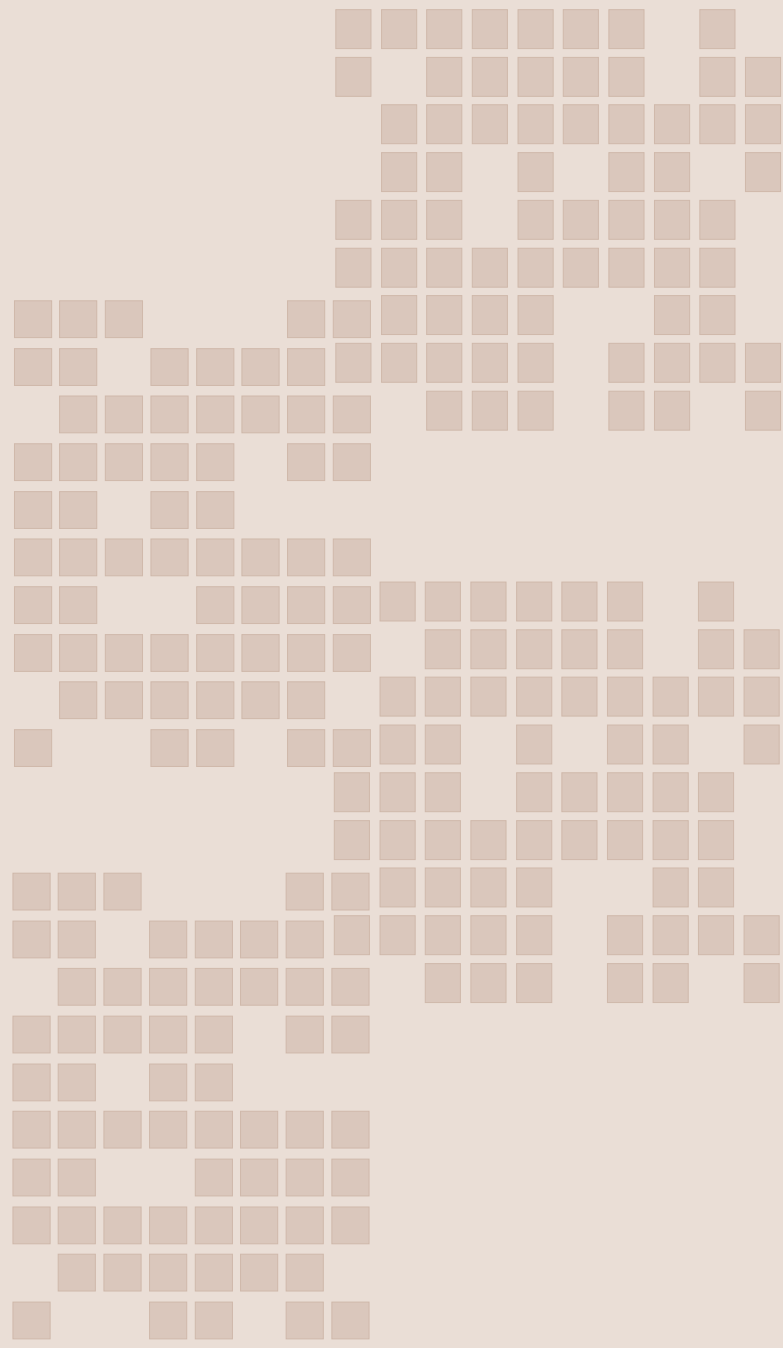
Regimento da Pós -Graduação da USP. <http://www.leginf.usp.br/?resolucao=resolucao-no-7493-de-27-de-marco-de-2018>. Acesso em 25/04/2021.

Regulamento do Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da USP. http://www3.eca.usp.br/sites/default/files/form/ata/pos/ppgcom/regulamento_ppgcom.1.pdf . Acesso em 25/04/2021.

TRINDADE, Eneus; LACERDA, Juciano de S. (Org.) ; FERNANDES, Mário Luiz. (Org.) . *Entre comunicação e mediações: visões teóricas e empíricas*. 1. ed. São Paulo e Campina Grande: ECA/USP e EDUEPB, 2019. v. 1. 240p. <https://repositorio.usp.br/directbitstream/21db4537-b975-439c-8497-df8584d867c1/002955410.pdf> . Acesso em 25/04/2021.

TRINDADE, Eneus; MALULY, Luciano. V. B. (Org.); PAVAN, Maria Angela (Org.); FERNANDES, M. L. (Org.). *Comunicação e mediações: Novas Perspectivas*. 1. ed. São Paulo: ECA/USP.2021. 300p. Portal Livro Abertos USP. <https://repositorio.usp.br/directbitstream/831a566f-830a-4437-9cd9-5967163b9e64/003021022.pdf> . Acesso em 25/04/2021.





RESENHAS / RESEÑAS

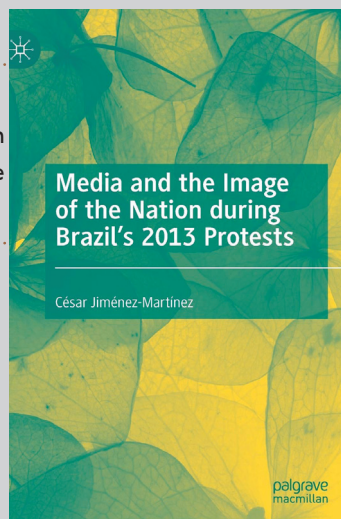
VISIBILIDADE MEDIADA E DISPUTA DE PODER NOS PROTESTOS DE JUNHO DE 2013 NO BRASIL

MEDIATED VISIBILITY AND POWER RELATIONS IN THE PROTESTS OF JUNE 2013 IN BRAZIL

VISIBILIDAD MEDIADA Y LUCHA DE PODER EN LAS PROTESTAS DE JUNIO 2013 EN BRASIL

Livro Resenhado

JIMÉNEZ-MARTÍNEZ, César. Media and the Image of the Nation during Brazil's 2013 Protests. Cham, Switzerland: Palgrave Macmillan, 2020.



Ana Cristina Suzina

■ Leverhulme Early Career Fellow na Loughborough University London, Reino Unido. Doutora em Ciências Políticas e Sociais pela Université Catholique de Louvain, Bélgica. Seus trabalhos mais importantes são: *The Evolution of Popular Communication in Latin America* (2021, ed., prelo), *Special Issue: The legacy of Paulo Freire. Contemporary reflections on participatory communication and civil society development in Brazil and beyond* (2020, co-ed).

■ E-mail: a.suzina@lboro.ac.uk

RESUMO

O livro analisa processos de construção, disputa e transformação da visibilidade mediada, a partir do estudo de caso da onda de protestos de Junho de 2013, no Brasil. A partir de análises de conteúdo de produções sobretudo noticiosas do período e de entrevistas com diversos atores sociais, interessados e ativos na (re)construção da imagem do Brasil, o autor conduz reflexões que discutem a visibilidade da nação, as estratégias e as condições de mediação dessa visibilidade. O livro traz discussões relevantes sobre as dinâmicas do jornalismo contemporâneo e as relações de poder presentes nesse campo.

PALAVRAS-CHAVE: JORNADAS DE JUNHO; VISIBILIDADE MEDIADA; MÍDIA; PROTESTO.

ABSTRACT

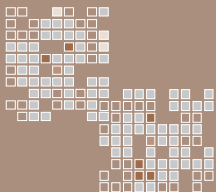
Abstract: The book analyses processes of construction, dispute and transformation of mediated visibility, based on the case study of the June 2013 wave of protests in Brazil. Based on content analysis of mainly news productions of the period and interviews with several social actors, interested and active in the (re) construction of Brazil's image, the author conducts reflections that discuss the nation's visibility, strategies and conditions of mediation of that visibility. The book brings relevant discussions about the dynamics of contemporary journalism and the power relations in this field.

KEYWORDS: JUNE JOURNEYS; MEDIATED VISIBILITY; MEDIA; PROTEST.

RESUMEN

El libro analiza los procesos de construcción, disputa y transformación de la visibilidad mediada, a partir del estudio de caso de la ola de protestas de junio de 2013 en Brasil. A partir del análisis de contenido de producciones principalmente noticiosas del período y entrevistas con varios actores sociales, interesados y activos en la (re) construcción de la imagen de Brasil, el autor realiza reflexiones que discuten la visibilidad de la nación, estrategias y condiciones de mediación de esa visibilidad. El libro trae discusiones relevantes sobre la dinámica del periodismo contemporáneo y las relaciones de poder en este campo.

PALABRAS CLAVE: JORNADAS DE JUNIO; VISIBILIDAD MEDIADA; MEDIOS; PROTESTA.

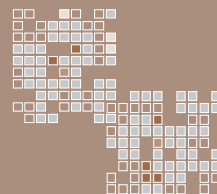


Em 2018, Celso Amorim, ex-ministro de Relações Exteriores do Brasil, destacou, em um evento em Bruxelas, que a imagem do Brasil no exterior é um dos aspectos mais importantes da gestão governamental e, portanto, um dos terrenos mais sensíveis. Em 2019, em outro evento no Parlamento Europeu, a ex-presidenta brasileira, Dilma Rousseff, enfatizou a necessidade de mais pesquisas para entender o papel da mídia durante os protestos de 2013 e as convulsões políticas subsequentes. A discussão proposta pelo jornalista chileno e doutor em comunicação, César Jiménez-Martínez, em seu livro *Media and the Image of the Nation during Brazil's 2013 Protests* (A mídia e a imagem da nação durante os protestos de 2013 no Brasil, tradução livre), cruza esses dois campos para refletir sobre a participação de distintos atores sociais na construção, disputa e transformação da imagem da nação brasileira, particularmente durante esse período de intensa mobilização social no país.

A obra, que é resultado de uma pesquisa de doutorado na London School of Economics and Political Science, está organizada em sete capítulos de leitura clara e fluída. O trabalho está fundamentado na análise de 797 notícias impressas, audiovisuais e digitais, majoritariamente publicadas em Junho de 2013, e de 64 entrevistas com membros do governo brasileiro, jornalistas, midiativistas e especialistas em marketing político. Entre os aspectos de destaque, o livro revela aspectos de colonialidade do pensamento arraigados na estrutura do jornalismo, tanto o dominante quanto o alternativo e o estrangeiro – e, em associação com isso, a posição permanentemente tutelada do Brasil diante das potências mundiais. Por outro lado, a obra aponta aspectos da precariedade da prática do jornalismo no Brasil e no mundo, sugerindo a necessidade de medidas protetivas para que o setor desempenhe seu papel de maneira mais íntegra.

O primeiro capítulo situa o leitor internacional – o livro está publicado em inglês – sobre o contexto das Jornadas de Junho, para introduzir a questão da potencial influência de protestos sobre a (re)configuração da imagem da nação. Os conceitos de imagem e de nação são discutidos a partir da perspectiva da influência da mídia, com destaque para uma reflexão sobre como “ser visto pelo mundo” significa predominantemente “ser mostrado por mídias” (p.8).

O segundo capítulo apresenta o enquadramento teórico do livro, avançando sobre uma conceituação da ideia de nação e sobre a agência de distintos atores sobre um processo de constante renegociação e transformação do que representa a nação. Apesar de não haver uma discussão explícita sobre isso, a questão da colonialidade se apresenta já nesse momento. Jiménez-Martínez relembra que a ideia de nação, sobretudo na América Latina, é na verdade fruto da iniciativa, frequentemente violenta, de autoridades e elites que trata(ram) de constituir nações modernas – isto é, espelhadas nos modelos Ocidentais – nos territórios ocupados pelos colonos europeus. O autor destaca o aumento da complexidade dessa

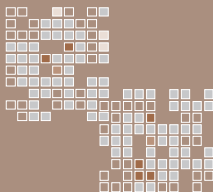


análise na medida em que mais plataformas de expressão de imagens da nação se tornam disponíveis por meio da expansão de tecnologias e mídias.

Essa reflexão leva à formulação da abordagem analítica tridimensional que foi empregada na pesquisa, com o intuito de ir além de examinar o que é mostrado pela mídia, e discutir também seus “comos” e porquês”. As três dimensões são apresentadas como: 1) a nação visível, referindo-se à nação que é mostrada na esfera mediática nacional, alternativa e estrangeira; 2) as estratégias de mediação da visibilidade, que indicam como diferentes táticas são empregadas para conciliar, tornar visível ou ampliar a visibilidade de indivíduos, eventos ou narrativas, com o objetivo de atingir objetivos definidos; e 3) as condições de mediação da visibilidade, que dizem respeito às circunstâncias ou fatores que influenciam a maneira como a visibilidade mediada de certas imagens ou relatos é facilitada ou bloqueada.

O capítulo 3 explicita o diálogo entre essa matriz teórico-analítica e o estudo de caso em si. Jiménez-Martínez trabalha com o recorte de mídias informativas, quer dizer, as que produzem notícias, pela compreensão geral de que estas operacionalizam fatos que ilustram a realidade concreta de uma nação, diferente de obras artísticas e de entretenimento que se concentram ou incluem ficção em suas narrativas. As três categorias definidas pelo autor são: 1) mídias nacionais ou “narradoras da nação”, constituídas pela mídia hegemônica corporativa; 2) mídias alternativas ou “empreendedoras de visibilidade”, definidas como indivíduos e organizações operando fora do aparelho do Estado e das mídias hegemônicas, que buscam questionar o “poder sagrado” de controlar o regime de visibilidade; e 3) mídias estrangeiras ou “agentes de novas visibilidades”, a partir do caráter relacional e negociável da visibilidade (ancorado na compreensão de que a ideia de nação é fundamentalmente internacional). Interessante notar como, nesta passagem, mídias hegemônicas dominantes estrangeiras servem como parâmetro tanto para mídias nacionais hegemônicas e alternativas sobre “como o mundo nos vê”, revelando outro aspecto da colonialidade do pensamento, notada pelo autor com uma breve referência ao conceito de “colonialidade do poder”, de Aníbal Quijano (p.63).

O capítulo 4 se concentra na dimensão analítica de “nação visível”, definida como “a versão do Brasil” a partir da imagem construída no conjunto das notícias examinadas. A análise é apresentada a partir da perspectiva de enquadramento, como descrita por Sandrine Boudana e Robert M. Entman. Jiménez-Martínez identificou quatro tipos de enquadramentos na cobertura jornalística das Jornadas de Junho: 1) Um Brasil harmonioso, a partir do Estado; 2) Proteção da Ordem Social, a partir da mídia dominante; 3) Desmascarando o Brasil, a partir da mídia alternativa; e 4) O povo contra seus governantes, a partir da mídia estrangeira.

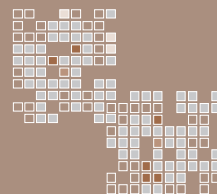


O enquadramento de Proteção da Ordem Social observa como diferentes mídias dominantes cobriram os protestos em seus momentos iniciais como rupturas da ordem, atos de vandalismo e destruição do espaço público. A narrativa salienta a divisão entre “nós”, brasileiros ordeiros, e “eles”, os vândalos. A descrição precisa da virada de narrativa na cobertura dos protestos é muito interessante. No dia 13 de junho, Folha de SP, O Estado de SP e Rede Globo pedem mais atitude da parte da polícia para conter os protestos. Nessa mesma noite, a polícia responde a esse clamor com bastante violência (sentindo-se empoderada ou protegida pelo discurso mediático?). No dia seguinte, as manchetes exibiam o resultado com cidadãos e jornalistas feridos. Jiménez-Martínez também observa como a mudança da narrativa mantém o enquadramento de proteção da ordem social, mas a responsável pelo caos passa a ser a presidenta Dilma Rousseff. A análise ainda sugere que o sucesso das mídias alternativas foi dependente de sua repercussão nas mídias dominantes. O autor também destaca como a cobertura internacional não se distanciou muito, por um lado, de imagens estereotipadas de um país exótico, feliz, sensual e violento e, por outro lado, da simplificação, com o enquadramento global do protesto nivelando por baixo similaridades com diferentes manifestações em outras partes do mundo.

O capítulo 5 discute as Estratégias de Mediação da Visibilidade, usadas pelos atores para desafiar, negociar ou reforçar tanto os enquadramentos como a legitimidade dos outros atores. Segundo a análise, autoridades, ativistas e jornalistas empregaram estratégias surpreendentemente semelhantes: “em diferentes momentos, os atores tanto reforçaram quando questionaram relações de poder, dependendo do que eles consideraram mais interessante para suas próprias agendas” (p.110). Jiménez-Martínez destaca o jogo de poder por detrás dessas estratégias. O desejo expressado e o compromisso assumido por todos os atores de tornar “a verdade” visível ou construir “a visibilidade correta” revelam igualmente a maneira como cada um se posiciona como portador dessa verdade.

O autor discute como os atores são ambivalentes na maneira como se apropriam de espaços que, em outras situações, eles próprios condenam, sem considerar sua capacidade de agência. Ao problematizar essa certa ambivalência, não se discute a capacidade dos menos favorecidos de encontrar brechas em que podem usar o poder do outro em seu favor. A reflexão de comunicadores populares brasileiros sobre a urgência de “ocupar a mídia”, como eu identifiquei em minhas próprias pesquisas, é mais do que uma estratégia e revela sua busca por inverter narrativas e mesmo desestruturar espaços. Trata-se de um aspecto que precisa ser considerado para evitar chamar desiguais de ambivalentes, mantendo-os numa posição de inferioridade em relação a seus pares.

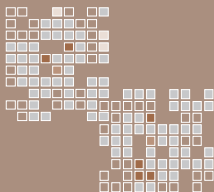
O capítulo 6 analisa as Condições de Mediação da Visibilidade, descritas como as



circunstâncias que definem os enquadramentos e as estratégias de definição de visibilidade. O autor fala de quatro condições que se relacionam com a maneira como os entrevistados entendem a natureza da mídia (p.141): institucional, “organizações definidas por rotinas institucionais comuns”; normativa, “entidades em que propósitos éticos, sociais e políticos entram em conflito”; tecnológica, “tecnologias”; e comercial, “corporações lucrativas”. Essa análise permite observar o papel da e as relações com a mídia para além da determinação tecnológica, destacando como as percepções dos atores orientam sua ação, no que constitui um quadro analítico útil e pertinente para pesquisas nesse campo. Muito interessante notar como o vínculo entre os protestos contra o aumento do preço do transporte público em São Paulo e os protestos contra os eventos esportivos globais se estabelece na narrativa jornalística, respondendo a uma conveniência compartilhada que reforça a proeminente agência dos atores.

O aspecto normativo confirma o poder dos donos das corporações de mídia no Brasil. Jiménez-Martínez destaca que, a partir da virada editorial do dia 13 de junho, “os conglomerados de mídia retiveram e mesmo reforçaram suas perspectivas críticas em relação ao governo de Dilma Rousseff, usando as Jornadas de Junho como evidência de suas falhas de administração” (p.152). O autor discute “estruturas político-econômicas mais amplas” (p.165), ao descrever como jornalistas brasileiros se apresentam como vítimas de inevitáveis imperativos de mercado e abordar a situação dos jornalistas estrangeiros, sobretudo os freelancers, ante o problema intensificado pela busca de histórias que “vendem jornais” e “chamam clicks”. Em ambos os casos, o poder econômico prevalece sobre a acuidade editorial e revela a precariedade do jornalismo e dos jornalistas como um fator determinante da possibilidade de coberturas editoriais mais diversas e aprofundadas. Ao destacar a frustração e sentimento de impotência de jornalistas, Jiménez-Martínez resume que “a percepção, entre os entrevistados, era de que a resistência e a ruptura manifestadas pelas Jornadas de Junho precisavam ser moldadas e transformadas em commodity para poder circular facilmente pelas geralmente invisíveis estruturas da mídia” (p.166). O autor conclui que o balanço entre estrutura e agência foi favorável para a estrutura, o que é muito revelador.

Nas conclusões, a análise exagera ao dizer que os protestos colocaram fim a uma imagem positiva construída durante os anos anteriores. O país efetivamente entrou em uma crise econômica, política e social ampla que é suficiente para uma ruptura em sua imagem internacional. Responsabilizar os protestos por isso, ainda que parcialmente, se soma ao veredicto da ambivalência como dois aspectos que poderiam ter sido mais bem ponderados ao se considerar a desigualdade não como contexto, mas como um fator preponderante. Por outro lado, o autor acerta ao concluir sua reflexão destacando a necessidade de ponderar



políticas de visibilidade (a capacidade de grupos marginalizados alcançarem visibilidade mediada) e economias de visibilidade (a visibilidade se tornando fim em si mesma), valorizando desigualdades estruturais, assimetrias de poder e a crescente mercantilização do jornalismo como aspectos fundamentais para compreender as dinâmicas atuais neste campo.

