

**Director**

Edgar Jaramillo S.

**Gestión de Medios**

Eugenia Ávalos V.

**Publicaciones**

Raúl Salvador R.

**Editor**

Pablo Escandón M.

**Consejo Editorial**Héctor Espín  
Juan M. Rodríguez  
Francisco Vivanco R.**Portada, diseño  
y diagramación**

Mayra Cajilema C.

**Chasqui es una publicación del  
CIESPAL**Miembro de la  
Red Iberoamericana de Revistas  
de Comunicación y Cultura  
<http://www.felafacs.org/rederevistas>Red de Revistas Científicas  
de América Latina y el Caribe  
en Ciencias Sociales y Humanidades  
<http://redalyc.uaemex.mx>**Impresión**

Editorial QUIPUS - CIESPAL

**CONSEJO DE ADMINISTRACIÓN**

## Presidente

Víctor Hugo Olalla P.  
Universidad Central del Ecuador

## María Isabel Salvador

Ministra de Relaciones Exteriores, Comercio e  
IntegraciónRaúl Vallejo C.  
Ministro de EducaciónHéctor Chávez V.  
Universidad Estatal de GuayaquilAntonio Aranibar  
Organización de Estados AmericanosPatricia Ashton D.  
Comisión Nacional de UNESCO  
para los países andinosJosé Camino C.  
Unión Nacional de PeriodistasFreddy Moreno M.  
Asociación Ecuatoriana de RadiodifusiónWilfrido García  
FENAPEEdgar Jaramillo S.  
Director General del CIESPALTeléfonos: (593-2) 250-6148 252-4177  
Fax (593-2) 250-2487web: <http://www.ciespal.net>weblog: <http://chasquirevista.wordpress.com/>Apartado Postal 17-01-584  
Quito - Ecuador  
Registro M.I.T., S.P.I. 027  
ISSN 13901079

12600

## Revista Latinoamericana de Comunicación

# Chasqui

Nº 104 diciembre 2008

<b>Personaje</b>	Pág.	<b>Coyuntura</b>	Pág.
José Marques de Melo: Un investigador joven <i>Cosette Castro</i> .....	4 ✓	Televisión e infancia: ¿De dónde viene la violencia? <i>Tatiana Larrea Oña</i> .....	60 ✓
Marques de Melo: El inventor de tradiciones <i>Gustavo Cimadevilla</i> .....	10 ✓	Culturas populares: Comunicadoras de la acción comunicativa <i>Paola Bonavitta</i> .....	66 ✓
Marques de Melo: Su pensamiento periodístico <i>Jorge Pedro Sousa</i> .....	18 ✓	Un arma del contrapoder: Humor político y medios <i>César Ulloa Tapia</i> .....	72 ✓
Entre el saber y el poder: Recuento del pensamiento latinoamericano <i>Luis Ramiro Beltrán</i> .....	26 ✓	Obama: La comunicación del cambio <i>Alfredo Dávalos</i> .....	78 ✓
Perfiles del desafío: La reinención del compromiso <i>Mario Nieves</i> .....	32	<b>Aula</b>	
<b>Portada</b>		Redactores: Los periodistas ocultos <i>Rubén Darío Buitrón</i> .....	82 ✓
Telenovela: Folletín de mis des/reencuentros <i>José Marques de Melo</i> .....	40 ✓	Creative Commons: Cultura abierta, barreras legales y sus alternativas <i>Juan José Puertas</i> .....	86
La telenovela: Un formato antropófago <i>Omar Rincón</i> .....	48 ✓	Manuales de estilo: Herramientas básicas de la producción editorial <i>Carlos Aulestia</i> .....	92 ✓
Telenovela latinoamericana en España: Identidades culturales y confluencias comerciales <i>Luis Fernando Morales Morante</i> .....	52 ✓	<b>Publicaciones</b>	98
		<b>Actividades del CIESPAL</b>	104



*Marques de Melo:*

## El inventor de tradiciones

**Gustavo Cimadevilla**

*Argentino, docente e investigador de la Universidad Nacional de Río Cuarto, Argentina.  
gcimadevilla@hum.unrc.edu.ar*

El título invita a la lectura de un cuento, pero no lo es. Su estilo refresca las entrañables y bellas historias que los abuelos solían parlotear con la magia y sabiduría de sus años. En este caso el relato no evoca la fábula, sino a quien se yergue como contador. Y es que para mí la figura de José

*Este texto es un acercamiento académico,  
emotivo y grato, pues el autor revive los espacios  
de intercambio de conocimiento con  
José Marques de Melo*

José Marques de Melo representa a ese saludable personaje que a través de los años ha estado incansablemente tejiendo tramas para que los relatos trasciendan la historia, nuestra historia, la de quienes, en el campo comunicacional, nos encontramos trabajando por el conocimiento o por la mejor forma de ejercer esta profesión que es la de los entendimientos.

Acerca de él trata este escrito. Como su nombre viene anunciado, no precisa de presentaciones, vayamos pues a algunas imágenes que conservo guardadas y quiero compartir en esta merecida instancia de reconocimiento.

Conocí al profesor José Marques de Melo en septiembre de 1986 con motivo de celebrarse el IX Congreso de INTERCOM. Por entonces yo era un alumno de posgrado que estaba en plena etapa de descubrimiento de la vida académica, pero también de lo que contenía Brasil en sus iniciativas por consolidar la educación superior y el campo científico. Con el *portuñol* a cuestas, las precariedades propias de la vida estudiantil para un extranjero y la inquietud por participar de encuentros, discusiones y trabajos en ambiente de ágora, esa participación en el evento de INTERCOM en São Paulo marcó sensiblemente mi estima por la experiencia universitaria y por lo que representaba la entidad que lo convocaba.

En ese mediar de los 80, Brasil vivía excitante la recuperación de la democracia con la "*Nova Republica*" y el "*Plano Cruzado*" movía la economía como nunca antes lo había visto: el consumo de masas era una realidad cotidiana que permeaba a los distintos sectores sociales y, en las calles de la megalópolis, los "anunciantes a viva voz" portaban carteles que llamaban la atención para reclutar operarios. Nunca tan lejos, por cierto, del clima de depresión bursátil y productiva que vive nuestro agitado 2008.

Por entonces la academia brasileña, reunida en el congreso, se hacía eco de lo que merecía estar en

agenda. El tema central del evento así lo testimoniaba: "*Comunicación para el desarrollo*" era el lema que congregaba a un número importante de intelectuales. Seguramente un número reducido si se compara aquel grupo de participantes con los que hoy consigue reunir INTERCOM en sus congresos anuales -que oscilan entre los tres y cuatro mil asistentes-, pero que en ese ambiente de la Escuela de Comunicación y Artes (ECA) de la Universidad de São Paulo se mezclaban en las salas, en los pasillos, entre los libros de al menos dos puestos de borricos y en los rincones para el *cafesinho*, con la mejor disposición para intercambiar y discutir. En ese paisaje urbano, ilustres identidades se revelaban cual grata sorpresa: aquellos que leía como autores reconocidos del campo estaban, en persona, para exponer sus ideas. Ana Maria Fadul, Margarida Krohling Kunsch, Carlos E. Lins da Silva, Ciro Marcondes Filho, Francisco G. Torquato, Regina Festa, João Bosco Pinto y el propio Melo -entre tantas otras figuras nacionales- departían acompañadas de otros colegas del extranjero -igualmente renombrados-. Entre ellos Javier Esteinou Madrid de México, Rafael Roncagliolo y Luis Proaño de Ecuador (este último en CIESPAL), Mariluz Restrepo, Patricia Anzola -entonces presidente de ALAIC- y Jesús Martín-Barbero de Colombia, Walter Neira como representante de FELAFACS y Adriano Duarte Rodríguez de Portugal; entre algunos de los tantos nombres que mis notas alcanzaron a registrar. El ambiente, puede decirse, era genuinamente latinoamericanista y el abanico de enfoques, posiciones y experiencias se conjugaban para mí como una exquisita novedad. Los comunicólogos y comunicadores de América Latina estaban allí presentes, y esa instancia no había libro que pudiese suplantarla. Era, entonces, un estimulante privilegio para valorar.

Durante esos tres días de 1986, el tono de las discusiones permitió sobrevolar no sólo a las problemáticas clásicas del campo -los medios, los lenguajes, las necesidades de las lecturas críticas

y las emergencias de las por entonces nuevas tecnologías-, sino también a las urgencias por la democratización de las comunicaciones y el fortalecimiento de la sociedad civil, la participación y el desarrollo comunitario como enclaves de los nuevos desafíos. La sucesión de conferencias, los encuentros temáticos y multitemáticos en seminarios, simposios y foros me animaron a eclipsar mi timidez interiorana y a explorar con mayor entusiasmo la vocación por la interrogación y la necesidad de conocer más sobre lo que los estudios de comunicación hacían semblanza en el país-continente.

***Marques de Melo está  
constantemente pensando en el  
vínculo que deben tener los  
centros de formación  
profesional con la realidad de  
las sociedades***

En ese pasaje, los aprendizajes fueron muchos: la vida académica no sólo se cultivaba en las aulas, en las lecturas y en los trabajos de investigación, ella también cobraba vida en los espacios en los cuales los encuentros permitían confrontar los resultados de aquellos esfuerzos. Mi memoria conservó aquella lección y en ese primer capítulo reconozco mucho de lo que posteriormente seguí proyectando. Pero dos nombres, por cierto, quedaron asociados a esa postal. Uno es el de Gustavo Quesada, responsable de que yo estuviese en Brasil, pues como coordinador de la maestría que cursaba fue quien me tentó a cruzar la frontera para vivir esa experiencia de posgrado (y quien además nos movilizó hasta São Paulo). Y el otro es el del profesor Melo, organizador, animador y entusiasta anfitrión que transmitía pasión académica en cada una de sus exposiciones e intervenciones. Y entre ellas, al menos dos concentraron mi simpatía y atención; y por claves creo que de algún modo tienen su marca, pues las ha conservado y defendido en toda su trayectoria profesional. Me refiero a sus planteamientos acerca de la necesidad de cultivar nuestro campo científico "desde y con" autonomía e independencia. Y, por otro lado, a valorar la institucionalidad como un modo maduro de crear, sostener y proyectar el trabajo

académico del campo de la comunicación en el escenario de las ciencias sociales. A estas ideas me referiré valorando su aporte que, seguramente, ha sido mayor que el que mis palabras puedan destacar, pero que permiten configurar al maestro y ponderar su vigencia. Pero para ello volvamos al relato, volvamos a esa historia y su principal animador.

***Ciencias de la Comunicación, ¿qué ciencia?***

Un año después de la experiencia paulista, exactamente para septiembre de 1987, el X Congreso de INTERCOM volvió a seducirme y viajé a Campinas, próximo a la capital de São Paulo, para vivir otro capítulo similar. Como todo ritual en donde ciertas pautas se reconocen, los interlocutores son los mismos y las reglas de la acción se cumplen, la vivencia de aquel evento me dejó una mayor confianza en mi participación, confirmaciones y nuevas expectativas. Es que durante ese año debí pensar lo que posteriormente se constituiría en mi disertación de maestría, y la ansiedad frente a ese desafío por cierto no fue menor. Para esa instancia la figura del profesor Melo volvió a presentarse. Esta vez no porque el protagonista se constituyera necesariamente en interlocutor, sino porque allí tomé contacto con una de sus obras que resultó de especial interés para mi trabajo, además de corresponderse con la postura que reconociera en el maestro. Es que sus libros *Comunicação, Modernização e Difusão de Inovações No Brasil* -Vol. I y II (1976)- iban al encuentro de una de mis preocupaciones principales de conocimiento: la dirección del cambio técnico, la modernización como horizonte de las sociedades latinoamericanas y la necesidad de pensar en los roles sustantivos de nuestros institutos de desarrollo y nuestras universidades para escribir capítulos soberanos. En particular, cuando se trata de las preocupaciones por la mejora de vida y la producción de quienes viven en y de las áreas y los sectores rurales.

En ese marco el trabajo del profesor Melo era, por cierto, la punta de un iceberg que de a poco iba descubriendo. En esa exploración el interés puntual de mi tema se corría para dejar lugar a una preocupación mayor: comprender el papel sustantivo de nuestros propios esfuerzos para generar conocimiento para el sector. En palabras de Melo, en tanto era necesario salir de ciertas

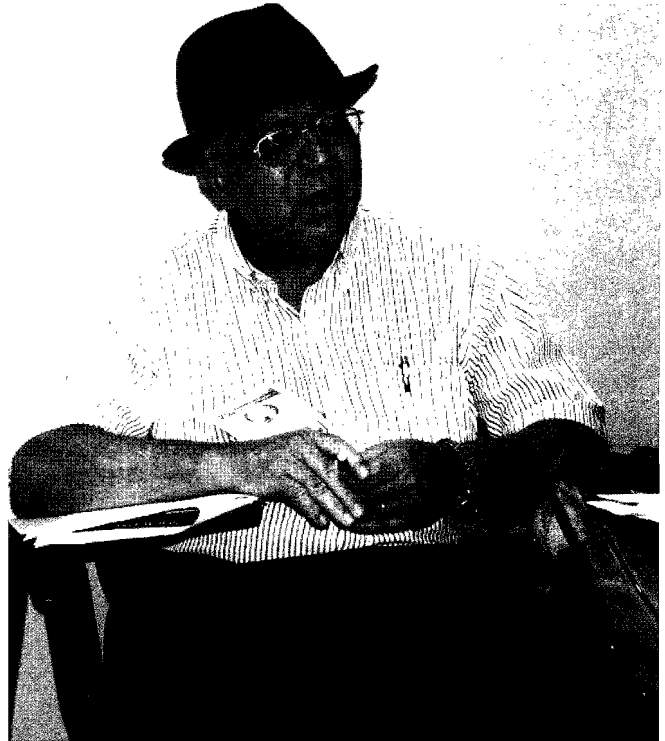
posturas cómodas de nuestras universidades más atentas a generar egresados que a producir conocimientos genuinos. O dicho en sus términos, que:

"La investigación sobre los fenómenos de la comunicación todavía no alcanzaron el desarrollo esperado en nuestro país (Brasil). A excepción de los trabajos promovidos en el ámbito de las organizaciones comerciales e industriales, con nítidos objetivos mercadológicos, casi nada se ha hecho. En los últimos diez años, el número de escuelas de comunicación prácticamente se quintuplicó (frente a la mirada reservada de los analistas extranjeros) pero sin tener repercusiones en el área de la investigación. Esto significa que las instituciones de educación superior -en este recorte humanístico- en lugar de posicionarse como órganos vivos capaces de diagnosticar y proponer soluciones para el desarrollo de la red nacional de comunicación de masas, optaron por ser entregadoras de diplomas y repetidoras de conocimientos importados". (Marques de Melo, 1976:5)

Y posteriormente Melo, con algo más de optimismo frente a un ambiente universitario caracterizado por la baja atención gubernamental, el deterioro de las condiciones de trabajo y el desánimo del conjunto docente, señalaba: "Si no fuese por el trabajo obstinado de algunos investigadores que por esfuerzo propio producen algunos estudios sobre aspectos fragmentados de la industria cultural, llegaríamos al fin de la década sin registros bibliográficos significativos en el área. Pero tal vez sean los cursos de posgraduación que, desde São Paulo, Río y Brasilia, puedan contrabalancear esa imagen (...) con la marca vibrante de la juventud universitaria". (Marques de Melo, op.cit., Pág 5)

Y por cierto, el maestro no se equivocó. Si en algo resulta claro percibir cómo las políticas públicas pueden alcanzar impactos relevantes basta con observar el crecimiento sustancial que en Brasil ha tenido su denominada "masa crítica" de investigadores actuantes en el campo. Justamente en un trabajo reciente (Cimadevilla, 2008) nos referimos al modo en cómo el vecino país pasó a consolidar su liderazgo académico en América Latina en los últimos quince años. Y si había desánimo, como lo relata Melo, éste se pudo correr de escena gradual y sostenidamente

con políticas que afianzaron la educación superior y la inversión en ciencia y técnica; pero sobre todo porque la comunidad académica en formación apostó a esa trayectoria con una respuesta positiva.



Claro está que el interés del profesor José Marques iba también más allá de cuanto se producía. Su preocupación se concentraba, además, en la atención pública que merecía la investigación como campo de soberanía y por tanto en cómo repercutía el interés foráneo en la propia problemática brasileña. En su diagnóstico de la situación, Melo se encontraba con una academia brasileña indiferente a la producción de conocimiento pero por contrapartida con una importante producción de estudios en manos de los investigadores estadounidenses. "Más sorprendente aún -planteaba en la introducción de su libro de referencia (Marques de Melo, 1976)- es el hecho de que esos conocimientos no están disponibles en nuestros centros culturales y, por tanto, no están siendo incorporados críticamente al análisis del comportamiento de los medios en nuestra cultura. Son hechos que solo encuentran explicación en las contradicciones históricas que delinean la evolución de los países dependientes...", remata el autor. (Marques de Melo, 1976:5).

Y fue en virtud de esa preocupación que su iniciativa lo llevó a viajar a los Estados Unidos para localizar las investigaciones, documentos - tesis de maestría y doctorado- y publicaciones de acceso para el público universitario. Así, su trabajo permitió registrar 235 títulos muy variados entre sí -con cierta predominancia de trabajos orientados hacia lo rural- que a decir del profesor Melo daban la sensación de que Brasil era una especie de observatorio para foráneos, pero que además conservaba hacia adentro una pasividad desgarrante, pues el esfuerzo de conocimiento no volvía para que la academia nacional al menos lo compartiese y criticase. Al trabajo de registro le siguió entonces la sistematización y la divulgación de una selección muy interesante de algunos de los documentos relevados. Estos representaban contribuciones monográficas interesantes para el análisis comunicacional de la "empatía; alfabetización; dependencia patronal; aislamiento; búsqueda de información; relevancia situacional de las noticias agrícolas; estructura de oportunidades socioeconómicas; comportamiento de los agentes extensionistas; entre otras variables". Todo esto publicado en el volumen I de su obra (1976).

*Desde la perspectiva de este maestro brasileño, no solo la práctica comunicacional debe buscar su soberanía, sino también el espíritu crítico con el que se encara toda investigación y se asume la responsabilidad para compartirla*

En el volumen II, en tanto, Marques de Melo presenta lo medular de su trabajo de investigación: una parsimoniosa sistematización de los trabajos que encontrara y que en el volumen organiza en torno a dos grupos: a) el de los documentos específicamente relacionados con el Brasil; y b) el de los documentos generales o comparativos en los cuales Brasil figura como

una de las unidades de estudio. Para cada grupo los trabajos se presentan de acuerdo con su naturaleza académica. Esto es, en tanto se constituyen como i) tesis; ii) artículos y monografías; y iii) documentos de investigación y otros trabajos.

Como alguna vez sugerimos, esta recopilación guarda la vigencia que todo trabajo, sin nuevo relevo de guarda (Cimadevilla; Carniglia y Cantú, 1997). Por esa razón sigue siendo uno de los referentes principales para el campo de la especialidad -en particular el de la convergencia comunicación-desarrollo- y de un valor inestimable no solo para los académicos de su país, sino para todos aquellos estudiosos que encuentran en sus páginas un modelo de tratamiento que merecería replicarse. Pero encontrar en esta obra la expresión cabal de la preocupación de Marques de Melo por una ciencia autónoma precisa de un complemento sustancial. Y es que desde su perspectiva no es solo la práctica la que debe buscar su soberanía; sino también el espíritu crítico con el que se encara toda investigación y se asume la responsabilidad ciudadana para compartirla. Y ese complemento se manifiesta muy claramente en una posterior obra del autor que publicara bajo el título *Para uma leitura crítica da comunicação* (1985).

Este libro, lanzado por editorial Paulinas -y que muestra al autor en su afinidad cristiana- permite vislumbrar su preocupación por una crítica que cobre sentido en tanto resulte de una consecuencia democrática. Esto es, del reconocimiento de que toda "implantación de proyectos de comunicación democráticos depende innegablemente de la práctica de la democracia, o sea de la movilización permanente de los ciudadanos para intervenir continuamente en la gestión de la sociedad, garantizando el funcionamiento de los medios de comunicación como espacios de información plural y opinión libre. En otras palabras, como instrumentos de ejercicio conciente y responsable de la acción política" (Marques de Melo, 1985:9).

Y el autor se pregunta: "Cómo forjar nuevos ciudadanos capaces de vislumbrar en el derecho a la participación política la llave de la propia liberación al juego de las servidumbres impuestas por el capitalismo salvaje?" (Marques de Melo, 1985:9). Las respuestas vendrán,



entonces, desde la educación y el enfoque freiriano, lo que aportará sustento a sus planteamientos para que esa instancia de valoración crítica se asuma como alternativa real y concreta para quienes se constituyen como sujetos de la historia. Según su propia expresión, si "...el dominio del saber representa la condición indispensable para el ejercicio de la ciudadanía", resultará clave preparar a los ciudadanos para que frente a los medios de comunicación colectiva puedan constituirse como decodificadores concientes y preparados para la construcción de una nueva sociedad. (Marques de Melo, 1985:10)

Y desde la perspectiva metodológica esa convicción lo lleva a identificarse con la concepción de lectura política formulada por Paulo Freire: "concomitantemente es una lectura de la palabra y del mundo, afirma Marques de Melo. En suma, una lectura permanente de la realidad que vivimos y en la cual intervenimos. No sin consecuencia, con la finalidad consciente de motivar el individuo para la participación, para la acción política, para la interferencia en el proceso generador de la comunicación que está siendo leída". (Marques de Melo, 1985:12).

Y es con esa impronta que la obra dará repaso a una serie de escritos que permiten discutir la crisis de la lectura, su democratización y el papel de la escuela y de los medios; la televisión como instrumento del neocolonialismo, el escapismo y dependencia de las pantallas; las relaciones de poder en los medios y las dependencias

generadas en el capitalismo; así como las chances que se abren con las perspectivas de minorías, el periodismo científico y las discusiones de un nuevo orden mundial de la información y la comunicación. Finalmente, el texto pone en escena al papel de la Iglesia frente a los medios y la comunicación, y presenta también una muy interesante entrevista a Paulo Freire. Diálogo que se concretará en São Paulo en el cual Freire analiza su reencuentro con el Brasil y su perspectiva sobre las emergencias de la comunicación. Una obra que resulta, sin duda, comprometida con la política, y con los valores de la democracia, la libertad de prensa y de conciencia y la posibilidad de edificar una sociedad participativa y crítica.

#### Cosas de inventor

Pero dijimos que nuestro contador de historias inspiraba a este escrito por su capacidad de invención. Y es que la valoración que Marques de Melo asigna a consolidar las instituciones del campo requiere en la práctica de una estrategia específica. Creo que después de 30 años en los que este intelectual se ha dedicado a ello el mote de "inventor de tradiciones" se ajusta de la mejor manera. El concepto no me pertenece, en realidad deviene de un interesante trabajo que Eric Hobsbawm en colaboración con Terence Ranger (1997) realizan para analizar el proceso de constitución de los estados nacionales en Europa.

"El término '*tradición inventada*' es utilizado en un sentido amplio -afirma Hobsbawm-, pero no por eso indefinido. Incluye tanto las '*tradiciones*' realmente inventadas, construidas y formalmente institucionalizadas, como las que surgieron de manera más difícil de localizar en un período limitado y determinado de tiempo -a veces cosa de pocos años atrás- y se establecieron con enorme rapidez." (Hobsbawm y Ranger, 1997:9). Inventar tradiciones no es un juego ni un capricho, se supone que toda comunidad, en el ejercicio de serlo, cultiva tradiciones porque requiere de prácticas que la identifiquen con su propio pasado. Con ese principio, desde la



revolución industrial se suman ejemplos de prácticas de identificación que son creadas en virtud de su pasado y forjan las identidades de los pueblos. Por tanto, confirman su origen, caracterizan su presente y permiten proyectar también su futuro.

"Por *'tradicción inventada'* -afirma el autor- entiéndase un conjunto de prácticas, normalmente reguladas por reglas tácitas o abiertamente aceptadas; tales prácticas, de naturaleza ritual o simbólica, tratan de inculcar ciertos valores y normas de comportamiento a través de la repetición" (...). Lo que por otro lado, siempre que es posible, intentan "establecer una continuidad con el pasado histórico apropiado". (Hobsbawm y Ranger, 1997:10).

Frente a un mundo que se constituye entre constantes mudanzas e innovaciones, la tentativa de estructurar de manera inmutable e invariable algunos aspectos de la vida social torna a las "tradiciones inventadas" un punto de apoyo medular. En el campo científico, en el campo académico y en la propia vida de las comunidades que en torno a éstos se constituyen, las tradiciones inventadas reafirman lazos y valorizan los capítulos ya escritos, pero también aquellos que aún están por escribirse. Y si nuestro protagonista es un inventor de tradiciones es porque justamente detrás de ese lineamiento ha actuado con sana convicción para hacer del campo comunicacional en Brasil tierra firme en donde pisar y cultivar la ciencia y las formaciones.

En un reciente discurso con motivo de otorgarse al profesor Marques de Melo un *Doctorado Honoris Causa* -por parte de la Universidade Estadual do Rio Grande do Norte-, decía: "Viviendo en un tiempo cuya velocidad implacable produce la sensación de anacronismo material o de obsolescencia espiritual, nada más oportuno que hacer una parada para construir íconos, premiar virtudes y reconocer méritos". (Marques de Melo, 2008c:2). Y es que el valor de la iconocidad, la virtud y los méritos son para nuestro inventor los dispositivos que permiten en una comunidad reconocer aquello que la caracteriza, pero también aquello que la fortalece y proyecta en su propio sentido de existencia colectiva.

Y si los discursos proveen definiciones e indicaciones del hacer, las acciones permiten definitivamente validarlos. No hay duda en ese

sentido que las acciones de Marques de Melo han sido, en ese terreno, contundentes y felizmente exitosas. Gran parte de su vida la ha dedicado a crear y fortalecer instituciones: desde la Escuela de Comunicaciones y Artes de la Universidad de São Paulo e INTERCOM hasta la reciente creada Federación Brasileira de Asociaciones Científicas y Académicas de Comunicación; o la proyectada Federación Iberoamericana de Asociaciones, y así por delante en un largo listado de participaciones y propuestas que por cierto ratifican su constancia de "inventor". Y su constancia, también vale reconocerlo, de recuperador del pasado comunicacional brasileiro, pero también iberoamericano y lusófono, en la medida que sus acciones han trascendido las fronteras para tejer hilos de comunidad continental.

*Marques de Melo es un inventor de tradiciones, simbólicas, icónicas que están en la realidad y que son las forjadoras de una cultura que se resiste a ser vencida*

Las tradiciones, a diferencia de las costumbres, relata Hobsbawm, tienen principalmente una función ideológica, no técnica. Su sentido es simbólico y ritual y por su intermedio forjan identidad, cohesionan y proyectan el espíritu de la colectividad. Y sin duda, nuestro protagonista ha logrado su cometido. Para un país que recién en el año 2034 celebrará el centenario de su primera universidad -expresa Melo en el discurso mencionado antes-, la celebración de las instituciones que están en marcha tienen un simbolismo particular. Y parafraseando a Luis da Câmara Cascudo agrega: éstas evidencian la "desesperada voluntad de vivir". Por tanto -sostiene-, de conmemorar las décadas vencidas para "festejar la sobrevivencia de los espacios cognoscitivos y los proyectos culturales". (Marques de Melo, 2008c:2) Y será por intermedio de esos espacios que nuestra figura concibe el modo en que una sociedad puede superar sus obstáculos y valorizar sus esfuerzos.

Si como relata Hobsbawm, toda tradición inventada, en la medida de lo posible, utiliza la historia como legitimadora de las acciones y como cemento de la cohesión grupal, nuestro maestro ha sabido explorar y recuperar del mejor modo la propia historia de su nación y el pasado comunicacional que sedimenta su campo. La larga nómina de escritos que ha dedicado a su efectivización son testimonio claro de su trabajo intelectual en esa línea.

### En el pasar de los relatos

La figura del profesor José Marques de Melo presenta tantas aristas como el campo de las ciencias de la comunicación admite en su trayectoria latinoamericana.

Sobre ese camino posible escogí volver sobre mi memoria, repasar algunas de sus obras y destacar lo que a mí entender son algunas de sus marcas personales: la preocupación por construir una ciencia autónoma, un campo propio y un hacer en y con libertad, y con responsabilidad participativa y crítica.

Si como expresa Hobsbawm, el fenómeno nacional no puede ser comprendido si no se da atención a las tradiciones inventadas; el desarrollo institucional que tiene Brasil en el campo de los estudios comunicacionales tampoco puede hacerse si no se reconocen sus propias tradiciones inventadas. Y hacerlo es recalcar en quien se vuelve su figura principal.

Dijimos recientemente que en toda versión en la que una historia tiene un final destacable su tenor resuena épico. Y toda épica, sabemos, suele simplificar, estereotipar, reducir y magnificar personajes, ocasiones y situaciones que puestas a la luz del sol a veces resultan ser menos luminosas. En este caso, la figura que ha movido las emociones y los reconocimientos está seguramente por encima de cualquiera de esos destellos. Y las tradiciones inventadas que lo tienen por autor en la creación y fortalecimiento de las entidades y las identidades valen para afirmarlo. Pero en el pasar de los relatos, a este maestro inventor le quedan tantas otras vueltas de página que solo hay que tener la pluma atenta. La historia sigue y el profesor Marques la continuará escribiendo, contando e inventando para que muchos otros encuentren señales para recorrer y ampliar ese camino. 🌿

### Referencias

**Cimadevilla, G.;** Carniglia, E. y Cantú, A. *La bocina que parla. Antecedentes y Perspectivas de los Estudios de Comunicación Rural*. Río Cuarto, UNRC, 1997.

**Cimadevilla, G.** "A comunidade acadêmica brasileira no campo comunicacional: epopéia de encontros e vitória da ação", en Marques de Melo, J. (Org.) *O campo da comunicação no Brasil*. Petrópolis, Edit. Vozes, 2008.

**Hobsbawm, Eric y Terence Ranger (Org.).** *A invenção das tradições*. Rio de Janeiro, Paz e Terra. Marques de Melo, J. e Outros. 1976. *Comunicação, Modernização e Difusão de Inovações No Brasil - Vol. I-*. Petrópolis, Ed. Vozes, 1997.

**Marques de Melo, J. e Outros.** *Comunicação, Modernização e Difusão de Inovações No Brasil. Bibliografia Anotada -Vol. II-*. Petrópolis, Ed. Vozes. 1976.

**Marques de Melo, J.** *Para uma leitura crítica da comunicação*. São Paulo, Ed. Paulinas, 1985.

**Marques de Melo, J.** *História do pensamento comunicacional*. São Paulo, Paulus, 2003.

**Marques de Melo, J.** *História social da Imprensa*. Porto Alegre, EdIPUCRS, 2003.

**Marques de Melo, J.** *Jornalismo Brasileiro*. São Leopoldo, Sulina, 2003.

**Marques de Melo, J.** *Entre el saber y el poder. Pensamiento Comunicacional Latinoamericana*. México, UNESCO, 2007.

**Marques de Melo, J.** *História Política das Ciências da Comunicação*. Rio de Janeiro, Mauad, 2008a.

**Marques de Melo, J.** *A Batalha da Comunicação*. São Paulo, Eduniso, 2008b.

**Marques de Melo, J.** "Valorizar o Brasil, missão irrenunciável da Universidade". *Discurso do Professor Marques de Melo em Mossoró (RN)*. Inédito. Versión digital. Comunicación del autor, 2008c.