

Carta a nuestros lectores

Ponemos a consideración de nuestros usuarios la edición N° 100 de la Revista Latinoamericana de Comunicación Chasqui, que trae como tema central la investigación en la comunicación, tratado por dos especialistas de renombre, como son Luis Ramiro Beltrán y José Marques de Melo, quienes analizan el desarrollo de la investigación desde las cuatro últimas décadas, destacando la responsabilidad del comunicador como generador de mensajes con proyección más allá de lo aparente.

El desarrollo tecnológico de los medios de comunicación exige mayor apertura y agilidad en las fuentes informativas, tema que es analizado por José Zepeda Varas y Daniel Prieto Castillo, quienes detallan el derecho a la comunicación como importante soporte de los periodistas a la hora de realizar su trabajo.

Fernando Veliz, desde Chile, nos invita a reflexionar sobre el desarrollo alcanzado por el conocimiento social respecto de su propia realidad, sobre la base de los cambios que la historia recoge a lo largo de los siglos, teniendo como denominador común a la comunicación como lazo de relación entre los seres humanos y entre éstos y su entorno.

La crisis económica que agobia a un alto porcentaje de la humanidad ha obligado a desarrollar estrategias económicas para combatirla, y Fabiana Feijoo rescata el papel de la comunicación para activar procesos de apoyo económico social, como los microcréditos.

Los altos sitiales alcanzados por las grandes corporaciones transnacionales han dado lugar al apareamiento de mitos y leyendas que, muchas veces, provocan el rechazo a la imposición de sus intereses mercantiles, situación que es analizada en buena forma por el argentino Miguel Santagada.

El uso del marketing por parte de organismos seccionales, como herramienta para generar imagen y captar recursos del sector privado, que les permitan realizar obras, es un tema que lo trata a profundidad la catedrática mexicana Amaia Arribas Urrutia, quien enfoca este tema como alternativa para fortalecer a las arcas municipales.

La incursión de la televisión digital en América Latina es cuestión de tiempo, pues lo analógico pasará a la historia cuando lo digital se imponga como una realidad que el mundo desarrollado ya está disfrutando, aunque para esto se deban cambiar los conceptos de televisión e incluso la forma de vida, pues su disfrute dependerá, además, de la capacidad económica para acceder a un televisor de alta definición, según un análisis de Fernando Fuentes.

Un tema recurrente en nuestros países latinoamericanos es el referido a la defensa del periodismo profesional, acción que tiene varias aristas que son consideradas en un ensayo bien logrado por parte del español Ángel Arrese, quien reivindica para el lector los beneficios de un trabajo profesional por parte de los comunicadores.

Al igual que en ediciones anteriores, el número 100 de Chasqui presenta contenidos que, estamos seguros, serán un gran aporte para la actualización de conocimientos referidos a la comunicación y el periodismo, como el uso del artículo como género persuasivo para la comunicación política, que lo escribe Rafael Yáñez Mesa, el impacto de la publicidad en los jóvenes, y la oferta bibliográfica en temas de comunicación y periodismo.

Consejo de Administración



Presidente

Víctor Hugo Olalla P.

Universidad Central del Ecuador

María Isabel Salvador

Ministra de Relaciones Exteriores,
Comercio e Integración

Raúl Vallejo C.

Ministro de Educación

Héctor Chávez V.

Universidad Estatal de Guayaquil

Hugo Sagüer C.

Organización de Estados Americanos

Patricia Ashton

Comisión Nacional de UNESCO
para los países andinos

Héctor Espín R.

Unión Nacional de Periodistas

Freddy Moreno M.

Asociación Ecuatoriana de
Radiodifusión

Yolanda León T.

FENAPE

Edgar Jaramillo S.

Director General del CIESPAL

Teléfonos.: (593-2) 250-6149 - 250-6148

Fax (593-2) 250-2487

web: www.ciespal.net

www.chasqui.comunica.org

weblog: www.revistachasqui.blogspot.com

Apartado Postal 17-01-584

Quito - Ecuador

Registro M.I.T., S.P.I. 027

ISSN 13901079

CONTENIDO

	Pág.		Pág.
Páginas de grandes periodistas		Marketing municipal	
<i>Juan Gargurevich</i>	3	<i>Amaia Arribas Urrutia</i>	40
Portada		En defensa del periodismo profesional	
Temas y objetivos de investigación en la comunicación de ayer		<i>Ángel Arrese</i>	46
<i>Luis Ramiro Beltrán Salmón</i>	4	Compras y fusiones mediáticas a nivel mundial	
Reto de la investigación latinoamericana en comunicación		<i>María Helena Barrera-Agarwal</i>	52
<i>José Marques de Melo</i>	8	Prensa	
Opinión		El artículo, un género persuasivo	
Dos apostillas a la libertad de expresión		<i>Rafael Yanes Mesa</i>	58
<i>Antonio Pasquali Greco</i>	14	Televisión	
Ensayos		Televisión digital, los olvidados de la revolución	
El derecho a la comunicación		<i>Fernando Fuente-Alba Cariola</i>	64
<i>José Zepeda Varas y Daniel Prieto Castillo</i>	16	Investigación	
Comunicación, organización y narrativas: Construyendo desde la seducción		El impacto de la publicidad de cigarrillos en menores de edad	
<i>Fernando Veliz Montero</i>	22	<i>Juan Felipe Mejía Giraldo</i>	70
Comunicación para activar el microcrédito y combatir la pobreza		Comunicación Organizacional	
<i>Fabiana Feijoo</i>	28	Comunicación corporativa en empresas chilenas	
Leyendas mercantiles y sabotaje a las corporaciones		<i>Dino Villegas y Alejandro Kemp</i>	76
<i>Miguel Santagada</i>	34	Periscopio Tecnológico	82
		Bibliografía sobre Comunicación	86
		Actividades del CIESPAL	92

Las colaboraciones y artículos firmados son responsabilidad exclusiva de sus autores y no expresan la opinión del CIESPAL.

Todos los derechos reservados.

Prohibida la reproducción total o parcial del contenido, sin autorización previa de Chasqui.

Revista Latinoamericana de Comunicación

Chasqui

N° 100 Diciembre 2007

<p>Director Edgar P. Jaramillo S.</p> <p>Editor (E) Raúl Salvador</p> <p>Consejo Editorial Lolo Echeverría - Héctor Espín Juan M. Rodríguez - Francisco Vivanco R.</p> <p>Portada Mayra Cajilema C.</p> <p>Diagramación Mayra Cajilema C. Gustavo Guerrero M.</p>	<p>Chasqui es una publicación del CIESPAL</p> <p>Miembro de la Red Iberoamericana de Revistas de Comunicación y Cultura http://www.felafacs.org/rederevistas</p> <p>Red de Revistas Científicas de América Latina y el Caribe en Ciencias Sociales y Humanidades http://redalyc.uaemex.mx</p> <p>Impresión Editorial QUIPUS - CIESPAL</p>
--	---

La investigación de la comunicación, ayer y hoy

Reto de la investigación latinoamericana en comunicación



José Marques de Melo ■

La nueva generación que se inicia en el campo de las ciencias de la comunicación, en este contexto de transición de milenio, sufre con la enfermedad que asola nuestras universidades, teniendo que superar la muralla de la amnesia histórica para no sucumbir delante del apelo seductor de los que proclaman el "fin de la historia" y la "muerte de la utopía".

Para comprender los desafíos actuales de esa área del conocimiento, en Latinoamérica, se torna indispensable rescatar su trayectoria intelectual para mejor percibir sus compromisos históricos. Ese retroceso puede ser hecho en tiempos distintos: el pasado reciente, distante y remoto.

José Marques de Melo, brasileño, Doctor en Ciencias de la Comunicación y Profesor Emérito de la Universidad de Sao Paulo, actual Director de la Cátedra UNESCO de Comunicación en la Universidad Metodista de Sao Paulo. Autor del libro Entre el saber y el poder: pensamiento latinoamericano de la comunicación (México, UNESCO, 2007).

■ Correo-e: marquesmelo@uol.com.br

Retroseso en el tiempo

El *pasado reciente* corresponde al momento en que la investigación científica de la comunicación se desarrolló en el interior de las universidades, siendo valorada también por las empresas, gobiernos o corporaciones profesionales. La existencia de una masa crítica de investigadores identificados con la nueva área de conocimiento produjo la creación de una nueva entidad asociativa, destinada a reunir a los científicos de la comunicación actuantes en los distintos países de nuestra región.



Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación

Al fundar, en Caracas, en 1978, la Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación (ALAIC), nuestros pioneros plantaron la semilla de una comunidad académica que batallarí­a por la legitimación social del nuevo campo del saber, ocupando los espacios disponibles en los organismos nacionales de fomento científico y al mismo tiempo representando la región en los respectivos foros internacionales.

Más importante que eso fue entretanto nuestra participación en los debates públicos en aquel contexto, especialmente aquellos relacionados con la construcción de un nuevo orden mundial de información y de comunicación.

Por su lado, el pasado distante está situado en el contexto en que la comunicación penetra en el ámbito universitario. Eso ocurre inicialmente en Argentina, en 1934, cuando la Universidad de La Plata establece la primera carrera de estudios de

Periodismo, concretado a través de un trabajo conjunto entre la Universidad de Columbia (New York, Estados Unidos) y el Sindicato de los Trabajadores en la Prensa de Buenos Aires.

Finalmente, el pasado remoto traza el perfil de la comunicación como objeto de estudios académicos. Se configuran allí los primeros análisis y reflexiones sobre fenómenos típicos de difusión simbólica, en un contexto en que los intelectuales empiezan a actuar como vanguardias en nuestras sociedades nacionales.

Estas incursiones asumían el carácter de estudios eclécticos o polivalentes, como, por ejemplo, la problematización hecha por el brasileño Fernández Pinheiro en 1856, sobre las estrategias evangelizadoras de los jesuitas. Se trata de una investigación pionera sobre la naturaleza de la comunicación intercultural, dimensionando la interacción grupal-religiosa entre los misioneros ibéricos y los nativos de las aldeas.

Si revisamos la historiografía de cada uno de nuestros países, vamos a encontrar estudios similares que rescatan, interpretan y descifran acciones comunicacionales, observadas por el ángulo puramente retórico o por los prismas educativo, religioso, lúdico, comercial, legal.

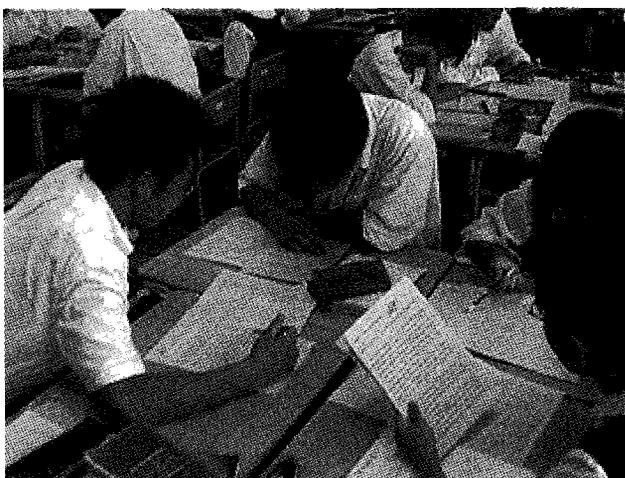
Procesos de aglutinación

La emergente comunidad latinoamericana en el campo de las ciencias de la comunicación asumió distintas fisionomías en épocas sucesivas.

Ella surge prematuramente como una *fraternidad corporativa* en el período pos-guerra (años 40 a 60). De ello hacen parte los pioneros de los estudios iniciales sobre periodismo, propaganda, cine, opinión pública. Generalmente son profesionales del área que ingresan en el magisterio universitario, como el cubano Octavio de la Suarée, el brasileño Carlos Rizzini o el ecuatoriano Jorge Fernández.

Se transforma en una *diáspora intelectual*, durante los años 70, reuniendo a los analistas del impacto social de los medios de comunicación de masa en los países de la región. Su contingente es formado por los pensadores que enfrentaron situaciones de exilio político, como el argentino Héctor Schmucler, el chileno Fernando Reyes Matta, el uruguayo Roque Faraone y el peruano Rafael Roncagliolo; por figuras notables invitadas por las organizaciones internacionales, como el boliviano Luis Ramiro Beltrán, el venezolano Antonio Pasquali, el paraguayo Juan Díaz Bordenave; o por inmigrantes intelectuales del calibre del belga Armand Mattelart, del español Jesús Martín Barbero o de la estadounidense Elizabeth-Fox.

*En el plan
epistemológico, se
torna necesario
retomar la perspectiva
holística y comparativa*



Se configura después como una *red investigativa*, integrada por los participantes de los foros y proyectos patrocinados por ALAIC, en su primera fase. Su formación privilegiaba a aquellos investigadores independientes, actuando generalmente en instituciones públicas, organizaciones no-gubernamentales o en los movimientos sociales. Sus figuras emblemáticas son la colombiana Patricia Anzola, el peruano Luis Perano, el venezolano Alejandro Alfonso, la mexicana Beatriz Solís o el brasileño Luis Gonzaga Motta.

El surgimiento de una comunidad académica solo se confirma en los años 90, esbozada a partir de los congresos bienales de ALAIC y fortalecida por los Grupos de Trabajo (GTs), organizados como núcleos temáticos. Sus participantes actuaban, en gran parte, en las facultades de comunicación social o en los centros de investigación dedicados para dilucidar los fenómenos de la cultura de masas.

Se trata de un contingente numeroso, identificable a través de la acción de investigadores como los que fortalecen voluntariamente a ALAIC. Las evidencias perceptibles son los recientes congresos de ALAIC (Santa Cruz de la Sierra, Bolivia, 2002; La Plata, Argentina, 2004; Sao Leopoldo, Brasil, 2006), y demuestran que la comunidad se está ampliando y renovando, al incorporar a los estudiantes de los programas de posgrado en Ciencias de la Comunicación o de los jóvenes inscritos en cursos de pregrado, envueltos tempranamente en proyectos de iniciación científica.

El embrión de esta comunidad académica es, sin duda, el histórico Congreso de ALAIC en Embu-Guaçu, Brasil, (1992). Para consolidarla,

se torna necesario desarrollar iniciativas en varios frentes, superando idiosincrasias, ultrapasando prejuicios o simplemente construyendo alianzas.

Rescatando éxitos o fracasos acumulados en los últimos decenios, nos empeñamos en hacer un mapa del itinerario para ser desarrollado por nuestras vanguardias.

Cooperación y solidaridad

La tarea primordial reside en la ampliación y fortalecimiento de las comunidades nacionales de las ciencias de la comunicación. Con excepción de Brasil y México, que desde los años 70 poseen espacios académicos estructurados en torno a la INTERCOM (Sociedad Brasileña de Estudios Interdisciplinarios de Comunicación) y de la AMIC (Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación), solamente Bolivia tiene esbozada una vitalidad asociativa.



Demostración cabal de su potencia emprendedora son los congresos bienales organizados por la ABOIC (Asociación Boliviana de Investigadores de la Comunicación) y por su disponibilidad para integrarse a ALAIC, cuya sede está hoy en la ciudad de La Paz.



Chile y Argentina experimentan formatos peculiares de cooperación interinstitucional, pero no consolidados como estructuras permanentes, nacionalmente legitimadas.

En otros países en donde antes surgieron entidades académicas, como Venezuela, Perú o Colombia, las evidencias disponibles insinúan retrocesos asociativos, reflejo natural de las crisis socio-económicas o político-culturales, que debilitan las respectivas sociedades nacionales.



Paralelamente, debemos redimensionar nuestra cooperación internacional. Hubo una intensificación de la participación latino-americana en los foros internacionales del área comunicacional, especialmente en las conferencias promovidas por la *International Association for Media and Communication Research (IAMCR)*.

Desafíos académicos

En el plano epistemológico, se torna necesario retomar la perspectiva holística y comparativa. Vivimos en un contexto de dispersión investigativa, consecuencia del crecimiento impetuoso de la última década, suscitando la fragmentación del objeto de estudio y conduciendo al aislamiento analítico.

Se debe propiciar el rescate del conocimiento empírico, en su triple dimensión: autóctona, mestiza y popular

De la misma manera, es imprescindible intensificar nuestra autonomía teórica, fomentando la crítica metodológica. Se trata de superar la subordinación en relación a las ciencias sociales, asumiendo nuestro perfil de ciencias aplicadas y acudiendo a estrategias investigativas que permitan alcanzar conocimientos capaces de mejorar la calidad de los productos mediáticos demandados por la sociedad.

Debemos preservar el diálogo con las ciencias sociales en condiciones equilibradas de trabajo conjunto académico, superando el ancestral complejo de inferioridad intelectual que fragiliza una parcela vacilante de nuestra comunidad.

Otro desafío inmediato es la recuperación de la naturaleza singular de la comunicación. Las tendencias recientes de las investigaciones centradas en las **mediaciones** (estudios de recepción), ideología (análisis del discurso) y **mercadotécnica** (marketing político), están contribuyendo para hacer perder las características de la comunicación como fenómeno colectivo.

Se torna imprescindible también contemplar la comunicación como proceso social, incentivando estudios sobre el comportamiento de los **emisores** (mapas etnográficos o sociográficos) y

sobre los efectos (impactos sicosociales, políticos y educativos), con la finalidad de influir en la etapa de construcción de nuevos productos mediáticos. Se trata de producir conocimiento aplicable o de hacer la crítica socialmente utilitaria.

Identidad latinoamericana

En esta línea de acción se debe propiciar el rescate del conocimiento empírico, en su triple dimensión: autóctona, mestiza y popular. La actitud de deslumbramiento con relación a las teorías y metodologías foráneas traduce nuestro ancestral "complejo del colonizado". Despreciamos todo aquello que es nativo, peculiar, rústico, al mismo tiempo que recusamos las demandas populares.

Gran parte de la tradición comunicacional latinoamericana tiene su origen en las adaptaciones metodológicas que hicimos de los modelos importados, y de soluciones engendradas que asimilamos de las culturas populares. En la formación de las nuevas generaciones de comunicadores, debemos tener el coraje suficiente para recorrer al arsenal empírico alcanzado por las corporaciones profesionales, ayudar a sistematizarlo y actualizarlo a partir de la referencia crítica que siempre ostentó el trabajo universitario.





Como resultado, debemos intensificar el rescate del pensamiento comunicacional latinoamericano, que viene destacándose por su capacidad innovadora, audaz y creativa.

Sin asumir un comportamiento xenófobo, ha llegado el momento de reconocer que América Latina posee un legado comunicacional de buena calidad, reconocido y respetado internacionalmente. Se trata, ahora, de fortalecerlo y de hacerlo avanzar, ocupando el espacio que es nuestro en el atlas mundial de las ciencias de la comunicación.

Escuela Latinoamericana de Comunicación: paradigmas internacionales

Aunque el pensamiento latinoamericano en comunicación haya sido producto de una reflexión colectiva, generada por la diáspora intelectual resultante del autoritarismo continental como estertor de la "guerra fría", es evidente el liderazgo ejercido por algunos de ellos, resultando en proyección en el escenario internacional.

Los paradigmas mundiales de la Escuela Latinoamericana de Comunicación indudablemente son:

Años 60 - Antonio Pasquali - venezolano, de formación europea, quien impulsó la reflexión dialéctica sobre la industria mediática, ejercitando una autonomía intelectual y valorando la dialogicidad de los procesos comunicacionales.

Años 70 - Luis Ramiro Beltrán - boliviano, de formación norteamericana, quien tuvo la audacia de hacer la crítica al difusionismo y rechazar el imperialismo, siendo considerado el padre de las políticas nacionales de comunicación.

Años 80 - Jesús Martín Barbero - español que optó por la ciudadanía latinoamericana. Releyendo al determinismo político y económico vigente en el estudio de la comunicación, reivindicó las mediaciones socioculturales como variables indispensables a la comprensión de las sociedades mediáticas.

A partir de los años 90, con el descenso de los gobiernos militares y la reconstrucción de la democracia en América Latina, se nota el reflujo de los movimientos supranacionales. Se trata de una paradoja, pero en plena edad de la globalización, irrumpe en los países de la región una ola en cierto sentido nacionalista, desarticulando la hegemonía del pensamiento colectivo, solidario y utópico.

La nueva generación de comunicólogos actúa de forma más individualista, integrando competitivamente equipos plurinacionales, pero abandonando la mística latinoamericana. El pensamiento mestizo, comprometido con el fortalecimiento de nuestra identidad cultural, se convierte en objeto de estudio histórico o heurístico... Hasta que sea redescubierto o revitalizado, después del agotamiento de la euforia cibermediática en la emergente sociedad del conocimiento. ■