

Chasqui

Comité Editorial

- Fernando Checa Montúfar, docente de la Universidad Andina Simón Bolívar Sede Ecuador, director general del CIESPAL.
- César Ricardo Siqueira Bolaño, docente e investigador de la Universidade Federal de Sergipe (UFS). Presidente de la Asociación Latinoamericana de Investigación de la Comunicación (ALAIIC).
- Ernesto Villanueva, docente de la Universidad de Las Américas de Puebla y miembro de la Fundación Fundalex, México.
- Marcial Murciano, docente de la Universidad Autónoma de Barcelona, España.
- Efendy Maldonado, docente e investigador de la Universidade do Vale do Rio dos Sinos (Unisinós), Brasil.
- María Cristina Mata, Argentina.
- Gabriel Kaplún, docente e investigador de la Universidad de la República, Uruguay.
- Erik Torrico, docente de la Universidad Andina Simón Bolívar, Bolivia.
- Rafael Roncagliolo, director del Institute for Democracy and Electoral Assistance (IDEA) del Perú.
- Ernesto Carmona, presidente de Federación Latinoamericana de Periodistas, capítulo Chile.
- Bruce Girard, presidente de Comunica.org.
- Gaëtan Tremblay, docente investigador de la Université du Québec à Montréal

Consejo de Redacción

- Gustavo Abad, periodista, comunicador, docente investigador de FLACSO Ecuador y secretario general del CIESPAL.
- Raquel Escobar, comunicadora y coordinadora de Planificación y Sostenibilidad del CIESPAL.
- Alexandra Ayala, comunicadora, articulista de opinión y coordinadora de Investigación del CIESPAL.

Créditos

Centro Editorial y Documentación
Raúl Salvador R.

Editor
Pablo Escandón M.
pescandon@ciespal.net

Concepción gráfica
Diego S. Acevedo A.

Suscripciones
Isaías Sánchez
isanchez@ciespal.net

Impresión Editorial QUIPUS - CIESPAL

Portada
Jorge Fernández
Foto: Archivo histórico de Ciespal

Consejo de Administración

Presidente
Édgar Samaniego
Rector de la Universidad Central del Ecuador

Luis Mueckay
Delegado del Ministerio de Relaciones Exteriores,
Comercio e Integración

Cecilia Herbas
Delegada del Ministerio de Educación

Héctor Chávez V.
Delegado de la Universidad Estatal de Guayaquil

Embajador Pedro Vuskovic
Representante de la Organización de Estados Americanos

Amparo Naranjo
Secretaria Permanente de la Comisión Ecuatoriana de
Cooperación con UNESCO

Vicente Ordóñez
Presidente de la Unión Nacional de Periodistas

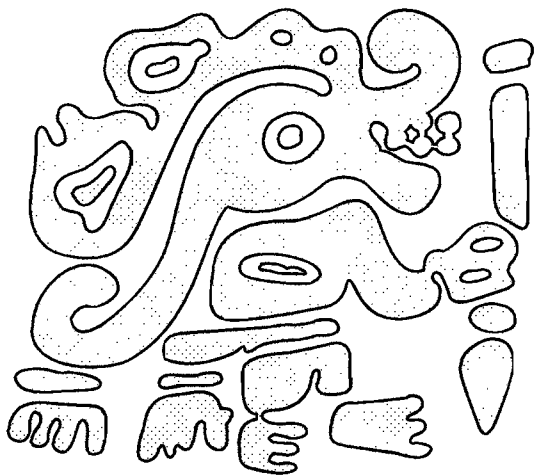
Roberto Manziati
Representante de la Asociación Ecuatoriana de
Radiodifusión

Susana Piedra
Representante de la Federación Nacional de Periodistas

Fernando Checa Montúfar
Director General del CIESPAL

Publicación trimestral
Edición junio 2012
Número: 118

Chasqui es una publicación del CIESPAL, incluida en el catálogo y archivo de Latindex. 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>. Todos los derechos reservados. Prohibida la reproducción total o parcial del contenido, sin autorización previa. Las colaboraciones y artículos firmados son responsabilidad exclusiva de sus autores y no expresan la opinión del CIESPAL.



Carta a los lectores

Estimados lectores, estimadas lectoras

En esta edición rendimos un justo homenaje a Jorge Fernández, promotor de la creación del CIESPAL y su primer director general. En este 2012 se conmemora el centenario de su nacimiento y es un compromiso de Chasqui recuperar su figura y pensamiento.

Jorge Fernández fue periodista, diplomático y escritor de ficción, pero ante todo, un hombre ilustrado, como los del Renacimiento, con un pensamiento humanista. Por ello, su afán de darle al periodismo un carácter formal y académico, para dejar de ser un oficio y configurarse como verdadera profesión.

Este número contiene las presentaciones de un homenaje que se realizó en Quito, en la sede del CIESPAL, bajo la coordinación de un querido colaborador de la institución y discípulo de Jorge Fernández, José Marques de Melo.

Los textos forman parte de un libro escrito por el profesor Marques de Melo titulado *Jorge Fernández, artífice del pensamiento comunicacional latinoamericano*, en donde se presenta una antología de su pensamiento mediático, sociopolítico y periodístico.

Para quienes hacemos Chasqui es importante recuperar la historia de todos quienes han aportado con su acción y pensamiento al desarrollo del periodismo y la comunicación en América Latina, por ello, desde estas páginas invitamos a todos nuestros lectores y colaboradores para que nos envíen textos sobre la historia de los medios y del periodismo de todos los países de la región, así como del pensamiento comunicacional latinoamericano.

Que este centenario del natalicio del fundador del CIESPAL sea un pretexto para configurar una gran base de datos de la historia mediática y comunicacional de nuestro continente para que sea una referencia de consulta y recuperación de nuestro acervo comunicativo.

Esta edición, también es importante, pues Chasqui ya forma parte del catálogo de revistas indexadas en Latindex, por lo que en cada número seremos más exigentes con nosotros mismos al momento de proponer temas y de recibir textos. Este es un paso importante para que nuestros colaboradores vean en Chasqui un medio de difusión de sus trabajos investigativos. Confiamos en seguir mejorando y estamos seguros de que esa confianza se transmitirá en los textos que entregamos a nuestros lectores.

El editor

En esta edición



Portada: Jorge Fernández

3 Jorge Fernández:
artífice del pensamiento
comunicacional latinoamericano
Fernando Checa Montúfar

6 Un momento oportuno
Margarida María Krohling Kunsch

8 Superar la condición periférica
Ana Sílvia Lopes Davi Médola

10 El Pensamiento Comunicacional
de Jorge Fernández
José Marques de Melo

17 La política en el relato periodístico
ecuatoriano: cómo contar la
historia de una democracia
postergada
Un acercamiento al relato
periodístico de Jorge Fernández
Salazar sobre la política
ecuatoriana
Raquel Escobar

Ensayos

22 Periodismo sin poder
Un estudio de un caso en Elpaís.
com; El mundo.es y ABC.es
Francisco de Assis Cordeiro da Silva

28 Los estudios de comunicación
social/periodismo en el Ecuador.
Una visión crítica al rol de la
universidad y la academia
María Isabel Punín Larrea

37 La radio en América Latina y el
Caribe. Mapa interactivo
Tito Ballesteros López

42 Da opinião pública para a
inteligência coletiva:
produção colaborativa e em rede
Rejane de Oliveira Pozobon

48 Comunicación Organizacional:
simetrías y asimetrías en la era de
la globalización
Renato Dias Baptista

52 Un recorrido sobre el autor:
su problematización en Gadamer,
Jauss y Eco
Mariana Patricia Busso

57 Construcción de la investigación
comunicacional:
una propuesta metodológica
Jiani Adriana Bonin

62 Traçados da corrupção no Brasil:
a enunciação visual em charges
políticas
Fabiano Maggion

68 ¿Hallaremos el radicalismo no
riguroso?
Imágenes y rastros sobre
el pensamiento crítico
latinoamericano en comunicación
Eduardo Gutiérrez

74 Aquela mulher sou eu?
A telenovela brasileira na
construção das identidades na
velhice
Laura Hastenpflug Wottrich

79 Un acercamiento a las nuevas olas
del cine latinoamericano: el caso
de Ecuador
Gabriela Alemán



Jorge Fernández:

artífice del pensamiento comunicacional latinoamericano

Fernando Checa Montúfar

Ecuatoriano, PhD (c) en Romanic Languages, University of Michigan (Ann Arbor, EEUU), magíster en Estudios Latinoamericanos Universidad Andina Simón Bolívar, sede Ecuador, director general del CIESPAL.

fcheca@ciespal.net

En respuesta al gentil pedido del maestro José Marques de Melo, me permito presentar estas palabras liminares de una necesaria antología. Si bien este es un homenaje a Jorge Fernández, fundador y primer director general del CIESPAL, me parece oportuno y necesario empezar rindiéndole uno al coordinador de este libro.

En principio, alguien se preguntará por qué un brasileño se preocupa de hacer una antología de la obra ensayística y periodística de un ecuatoriano. En la respuesta a esta pregunta está la clave para este primer homenaje, que destaca la figura de José y su aporte académico que desde su Brasil natal ha enriquecido enormemente el campo comunicacional latinoamericano.

Desde que participó en uno de los primeros cursos de investigación de la comunicación que el CIESPAL realizó en los años 60, hubo una influencia y beneficios mutuos. Como José lo ha reconocido en algunas oportunidades, no solo ese lejano curso influyó notablemente en su actividad profesional, que desde sus inicios estuvo orientada a la democratización de la comunicación, sino también lo convirtió en promotor incansable de esta institución y en un estudioso de su aporte al desarrollo del campo comunicacional: parte de su obra influyó en el conocimiento que sobre el CIESPAL se ha tenido en la región y fuera de ella, y ese interés ha sabido transmitir a sus colegas y alumnos para motivarles a que diversifiquen y profundicen en el análisis de ese aporte.

Precisamente, ese afán de compilar, analizar y sistematizar el rol de instituciones y personajes de la región en la génesis y desarrollo del Pensamiento Comunicacional Latinoamericano tomaría cuerpo

especialmente en la Cátedra UNESCO en Comunicación para el Desarrollo Regional, que dirige desde que con ese objetivo la creó en la UMESP, en 1996. En los archivos de este importante espacio académico se pueden encontrar varios estudios realizados sobre la contribución del CIESPAL. De los que hemos podido recoger en los últimos años, y que se encuentran en nuestra web (www.ciespal.net), algunos son de autores brasileños, colegas y alumnos del maestro.

En esta generosa apertura al mundo latinoamericano para construir memoria se encuentra la respuesta a esa pregunta, y se comprende por qué su preocupación intelectual por la vida y obra del primer director del CIESPAL.

Quienes conocemos la trayectoria y trabajo del maestro Marques de Melo sabemos de su aporte multifacético y prolífico en la investigación, la docencia, la generación de posgrados en comunicación, en la producción editorial (más de 30 títulos publicados) y como gestor de asociaciones científicas de comunicación, gremios importantes para constituir comunidades académicas que en la unión fundamentan su fortaleza.

Solo como muestra vale destacar la Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação INTERCOM, que creó en 1977 y que es una de las más importantes del mundo: actualmente, en su congreso anual reúne a alrededor de 6.000 participantes y se presentan unas 1.000 ponencias que se discuten en 18 grupos temáticos. En esta misma línea asociativa, y dado su reconocido afán integracionista, él lideró la constitución de la Confederación Iberoamericana de las

Asociaciones Científicas y Académicas de Comunicación (CONFIBERCOM), en el año 2009, que aglutina a esos colectivos de la región y de los países africanos de habla portuguesa.

Al respecto, cabe señalar que la Sociedad Ecuatoriana de Estudios Interdisciplinarios de Comunicación –SEICOM–, recientemente formada por iniciativa del CIESPAL, es parte de la confederación desde 2011.

Por todo esto, insisto en que no llama la atención que él nos entregue esta antología de Jorge Fernández, que permite rescatar y construir memoria sobre este importante escritor y periodista ecuatoriano.

Efectivamente, la figura de Jorge Fernández es una de las más destacadas del siglo XX en los campos del periodismo y la literatura de Ecuador. Por ello el significativo título de esta antología “Jorge Fernández, artífice del pensamiento comunicacional latinoamericano”. Más significativo si quien lo afirma, en su condición de coordinador del libro, es el mencionado maestro José Marques de Melo.

La labor pionera y fermental de Jorge Fernández, como fundador y primer director general del CIESPAL, permitió establecer sólidas bases para el crecimiento de una institución que respondía a las necesidades que en ese campo tenía la región, lo que hizo que desde sus inicios fuese ganando prestigio internacional y convirtiera a Quito en la capital de la comunicación latinoamericana. En este sentido, no es gratuito que José compare al CIESPAL con la CEPAL, y a Jorge Fernández con Raúl Prebisch, artífice del pensamiento económico latinoamericano.

Pero antes permítanme unas breves palabras sobre los orígenes del CIESPAL. Desde la creación de un centro para la capacitación a periodistas europeos, en la ciudad francesa de Estrasburgo, en 1957, en la UNESCO se venía hablando de la posibilidad de crear un centro similar en América Latina. Con el propósito de que Quito fuese la sede de ese centro, el Consejo Universitario de la Universidad Central del Ecuador acordó dar el apoyo material y económico para su funcionamiento. En coordinación con el gobierno de aquel entonces, se decidió proponer oficialmente a la Conferencia General de la UNESCO que aprobase la creación de ese centro en Quito.

Con este antecedente, la X Conferencia General de la UNESCO, realizada a fines de noviembre de 1958, acepta la propuesta ecuatoriana (que competía con las de Venezuela, Chile y Perú) y aprueba la creación del Centro

Internacional de Estudios Superiores de Periodismo (en aquel entonces; hoy, de Comunicación) para América Latina, CIESPAL, en Quito. El 9 de octubre de 1959, y sobre la base de un acuerdo tripartito entre el gobierno ecuatoriano y las instituciones mencionadas, empieza sus labores el CIESPAL bajo la dirección de Jorge Fernández, en las oficinas cedidas para tal efecto por la Facultad de Filosofía de la Universidad Central.

Pero la sola iniciativa de crear este centro no es suficiente, más aun considerando el gran reto que se planteaba originalmente (solo basta ver el nombre de la institución) y la cobertura geográfica. Era imprescindible establecer bases firmes con un liderazgo solvente y creativo, y en esto la conducción de Jorge Fernández fue clave. Permítanme destacar unos pocos pero decisivos hitos de la gestión de su primer director en sus diez años frente a la institución (1959 – 1969).

En respuesta a la misión primigenia del CIESPAL, la capacitación a periodistas fue tarea principal y muy necesaria, dado el hecho de que la mayoría de estos profesionales en América Latina eran empíricos. Varios cursos se realizaron, financiados por la UNESCO y la OEA, y con instructores de los Estados Unidos y Europa. Todos estos esfuerzos de capacitación estaban orientados a “cerrar la brecha –dice otro de sus directores, Luis Eladio Proaño– entre el conocimiento práctico del periodista y su desvinculación con el conocimiento del orden teórico y académico”.¹ Fue una capacitación orientada a convertir a los periodistas en verdaderos “agentes del cambio social”.

Otro aspecto importante en esta línea de acción, y a tono con las nuevas teorías de la comunicación que surgieron en aquel entonces, fue la formulación de un plan piloto para la enseñanza del periodismo (1964), que iba más allá de lo estrictamente periodístico para proyectar la comunicación, campo multifacético que incluye, pero no se limita, al anterior, en función de las necesidades de desarrollo económico y de cambio social de la región. Con esta propuesta, que tuvo una formulación más avanzada en 1968 y que fue adoptada por la mayoría de universidades de los países de América Latina, se buscó formar no solo periodistas, sino comunicadores, estrategias que estuviesen en condiciones de investigar, planificar y formular políticas de comunicación. Esto hizo que, incluso, se cambiara el nombre de las escuelas de Periodismo al de Ciencias de la Información y, posteriormente, a facultades de Comunicación.

Otro de los vacíos importantes en la región fue la investigación de la comunicación. Vacío diagnosticado

1 “25 años de CIESPAL”, *Chasqui* N° 11, julio-septiembre de 1984, pp. 2.

por el estudio de la UNESCO realizado en 1957, denominado "Investigaciones actuales sobre los medios de comunicación", en el cual se establece que en aquel año no había ningún proyecto de investigación en América Latina.

Esta otra importante necesidad de la región fue enfrentada de manera solvente con dos actividades clave. Primero, la capacitación: puesto que no había investigadores, había que formarlos. Y a ello se orientaron los esfuerzos con la organización de varios cursos dirigidos a investigadores latinoamericanos y que se realizaron en Quito, la mayoría de ellos, y en algunos países de América Latina, con el afán de descentralizar y llegar a más beneficiarios. Aunque inicialmente estos cursos de investigación respondieron a patrones, concepciones y metodologías importadas de los Estados Unidos y Europa (lo cual era absolutamente necesario, dado que en la región no había antecedentes), fueron importantes porque generaron las primeras experiencias investigativas y motivaron a los profesionales latinoamericanos a incursionar en este novísimo campo. De este mimetismo epistemológico original, la denominada etapa difusionista del CIESPAL (dada en el marco de la coyuntura desarrollista y de la hegemonía norteamericana, y criticada por alguna gente sin considerar el contexto y las carencias en las que se dio), se pasaría en los siguientes años a la conformación paulatina de una ciencia mestiza en la que los esquemas importados eran apropiados desde la matriz latinoamericana. Pero, como lo han señalado varios autores, empezando por Marques de Melo,² todo esto fue posible gracias a que estos primeros cursos sembraron y abonaron en una tierra fértil, que permitiría pocos años después el apareamiento y desarrollo de la "Escuela crítica latinoamericana".

La otra actividad clave tiene que ver con la realización de investigaciones. Entre los estudios realizados en esa década primera cabe destacar "Dos semanas en la prensa de América Latina" (1967), cuyos referentes teórico-metodológicos fueron las investigaciones de Jacques Kayser, en Francia, y de Wilbur Schramm y Paul Deutschmann, en los Estados Unidos. Este análisis de contenido, así como otros menores sobre el uso de medios, además de ser los primeros referentes de la investigación latinoamericana, fueron importantes porque se utilizaron como recursos pedagógicos para la capacitación de más investigadores y, consecuentemente, fueron modelos en casi todas las escuelas de periodismo de América Latina para la realización de sus primeras investigaciones. La difusión, capacitación y estímulo de la investigación

en comunicación se reflejan también en el hecho de que cerca de un tercio de las escuelas de periodismo de la región incorporaron en esa década la asignatura de Metodología de la investigación científica de la comunicación.

La capacitación, la renovación curricular en las universidades y la realización de investigaciones tuvieron un efecto bola de nieve, que permitió afianzar y ampliar las bases para la constitución del campo comunicacional de la región. Toda esta fermental actividad fue posible gracias al concurso de prestigiosos docentes provenientes de universidades de los Estados Unidos y Europa, que permitieron un nivel de excelencia y establecer las bases institucionales de su sólido prestigio enriquecido en los años posteriores.

A esto, dado en esta época primigenia, hay que sumar el inicio de la producción editorial: la publicación de las investigaciones realizadas, de los documentos que se presentaban en las diferentes actividades de capacitación y las memorias de los congresos y encuentros realizados, que dieron impulso a una actividad que hasta la actualidad ha producido alrededor de 400 títulos, que incluye a autores de renombre, y ha publicado la revista de comunicación más antigua de la región, la *Chasqui*, desde 1972, y que hoy llega a 116 números (en su segunda época: 1981-2011), más los 21 de su primera época: 1972-1978).

Además, en este periodo inicial liderado por Jorge Fernández, se sentaron las bases sólidas para el rol protagónico que el CIESPAL tuvo inmediatamente después en el proceso liderado por la UNESCO para la formulación y lucha por un Nuevo Orden Mundial de la Información y la Comunicación (NOMIC) y la necesaria democratización de la comunicación, tarea en la que hasta hoy estamos empeñados.

Cabe reiterar que, como en cualquier edificación, las bases, las que no se ven, son claves: solo gracias a su solidez es posible la edificación que se ve; es decir, la que estamos viendo luego de 53 años de vida. Esas bases las puso Jorge Fernández, "artífice del pensamiento comunicacional latinoamericano". Por eso este merecido homenaje al fundador y primer director general. Homenaje que extendemos a su mentalizador, el profesor José Marques de Melo, por todo lo que ha contribuido no solo al conocimiento y reconocimiento del CIESPAL en la academia internacional, sino por lo que él también ha aportado a ese Pensamiento.

² *Génesis del pensamiento comunicacional Latinoamericano. El protagonismo de las instituciones pioneras: CIESPAL, ICINFORM, ININCO* (UMESP-Cátedra UNESCO, Sao Paulo, 1999), es el título del libro coordinado por José Marques de Melo y María Cristina Gobbi que reúne trabajos de varios autores que dan cuenta de este hecho.



Un momento oportuno¹

Margarida María Krohling Kunsch

Brasileña, presidenta de CONFIBERCOM, Confederación Iberoamericana de las Asociaciones Científicas y Académicas de Comunicación.

mkkunsch@uol.com.br

Este libro, *Jorge Fernández, artífice del pensamiento comunicacional latinoamericano*, organizado por el profesor José Marques de Melo, se concibió con el fin de conmemorar el centenario del nacimiento de ese protagonista de los estudios de comunicación en América Latina. Surge en un momento muy oportuno, en el que la Confederación Iberoamericana de Asociaciones Científicas y Académicas de la Comunicación (CONFIBERCOM) congrega los esfuerzos institucionales para proyectar la rica producción científica y cultural en comunicación que existe en Iberoamérica a la comunidad mundial.

Los esfuerzos pioneros del visionario Jorge Fernández, al crear el CIESPAL -Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina-, hace 53 años, debe inspirarnos a todos los que estamos comprometidos con la causa de las ciencias de la comunicación en Iberoamérica.

La obra tiene el gran mérito de reunir una recopilación de las principales aportaciones de Jorge Fernández en tres grandes ejes temáticos: pensamiento sociopolítico, pensamiento periodístico y pensamiento mediático. Los contenidos de estas tres partes expresan la significativa participación de este pionero latinoamericano en defensa de las causas políticas, económicas, sociales y comunicacionales no solo de su país, Ecuador, sino de toda la región.

La creación del CIESPAL por parte de la UNESCO -Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura-, en 1959, bajo la dirección de Jorge Fernández, fue, sin duda, un hito que echó raíces

y sentó las bases para la capacitación de numerosos comunicadores y para que hoy exista la Escuela Latinoamericana de Comunicación.

La CONFIBERCOM le da la bienvenida al incansable maestro José Marques de Melo por este libro, una iniciativa más en pro de las ciencias de la comunicación. Su preocupación por recuperar la historia del campo comunicacional en América Latina es ejemplar, tanto para la generación actual como para las futuras generaciones de investigadores. Estas contarán con el privilegio de encontrar, para sus estudios y sus prácticas, un rico acervo de conocimientos acumulados que los pioneros tuvieron la dedicación y el coraje de producir.

Iniciativas como esta son, así, de suma importancia para la historia de las ciencias de la comunicación. Se trata de rescates que contribuyen no solo al conocimiento de las generaciones venideras, sino también a hacer justicia a aquellos pioneros que abrieron caminos, lanzaron semillas y cultivaron acciones, a menudo en terrenos áridos y difíciles.

Para la CONFIBERCOM es una gran satisfacción lanzar esta obra, en conjunto con el CIESPAL, con motivo del Foro Integrado Iberoamericano de Comunicación -Fórum Confibercom 2012-, en Quito, del 11 al 13 abril de 2012, un evento que cuenta con el apoyo de la SENESCYT -Secretaría Nacional de Educación Superior, Ciencia y Tecnología- del Ecuador, y que celebrará el centenario del nacimiento de Jorge Fernández con un seminario académico.

La consolidación de la CONFIBERCOM depende, fundamentalmente, del apoyo institucional de las

¹ Traducción del portugués al español Oscar Curros

entidades, de los organismos públicos, gubernamentales e internacionales y de las escuelas y facultades de comunicación de las universidades de los países que integran la región iberoamericana. En este sentido, la acogida del CIESPAL para la realización de este foro, que pretende discutir propuestas de políticas públicas para promover avances en la capacitación, investigación, difusión y práctica profesional en el área de la comunicación, es un punto de partida esencial para la consecución de la utopía que representa la existencia de la CONFIBERCOM.

Crear en ideales, aunque vislumbrados como utópicos, es siempre edificante y nos alienta a partir a la acción.

Como el tan proclamado sueño de Simón Bolívar, de la integración latinoamericana, o, también, las batallas de Luis Ramiro Beltrán en defensa de las políticas nacionales de comunicación, no podemos permitir que se desvanezcan las iniciativas y los esfuerzos para que la CONFIBERCOM cumpla su misión de hacer que el mundo reconozca la fuerza de su comunicación y de su diversidad cultural.

Felicitemos a los profesores José Marques de Melo, por la organización de esta antología, y a Fernando Checa, director general del CIESPAL, por su publicación.



Jorge Fernández

Óleo de Oswaldo Guayasamín



Superar la condición periférica

Ana Silvia Lopes Davi Médola

Brasileña, vicepresidenta de SOCICOM, docente del Programa de Posgrado en Comunicación de la Universidade Estadual Paulista – UNESP, Bauru/SP. Doctora en Comunicación y Semiótica por la PUC/SP.

asilvia@faac.unesp.br

La antología que aquí se presenta, en homenaje al centenario del nacimiento de Jorge Fernández, fundador del CIESPAL -Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina-, es el resultado de un conjunto de acciones estratégicas derivadas del empeño de importantes pensadores en intensificar la integración de los países iberoamericanos en cuanto a la producción científica en el área de la comunicación. La relevancia de la obra de Jorge Fernández en el contexto del Ecuador se revela al lector de hoy como un conjunto estructurante del "Pensamiento Comunicacional Latinoamericano", tal como se organizó en este volumen.

Como coeditora de esta antología, la SOCICOM -Federação Brasileira das Associações Científicas e Acadêmicas de Comunicação-, junto con la CONFIBERCOM -Confederação Ibero-Americana das Associações Científicas e Acadêmicas de Comunicação | Confederación Iberoamericana de Asociaciones Científicas y Académicas de Comunicación-, no solo respalda el reconocimiento a lo que representa la trayectoria de Jorge Fernández para la construcción de un proyecto científico de comunicación en el espacio cultural y geopolítico latinoamericano, sino que concretiza acciones proyectadas en el acuerdo firmado en 2007, en el "Protocolo de Guadalajara". Integrantes de una comunidad más amplia, la iberoamericana, los firmantes de este protocolo tenían el objetivo de fortalecer su identidad ante la comunidad científica internacional. En aquel momento, los representantes de las asociaciones académicas de comunicación establecieron metas y acciones para superar la condición periférica de los países iberoamericanos y ocupar el espacio legítimo de esta comunidad en el contexto mundial.

Muchos son los resultados de esta iniciativa, entre los que registramos la fundación de la SOCICOM. Cabe recordar que la SOCICOM se creó para que Brasil pudiese participar en el proceso de fundación de la CONFIBERCOM, y, en ambos casos, la iniciativa y el manejo de las etapas contó con la firme actuación del profesor José Marques de Melo. De este modo, institucionalmente representado por la SOCICOM dentro de la confederación, Brasil tuvo la oportunidad de presentar a la comunidad iberoamericana el tamaño de sus organizaciones dedicadas a la enseñanza e investigación en comunicación. Doce asociaciones científicas y académicas participaron en la fundación de la federación brasileña en 2008, con el objetivo de promover el entendimiento mutuo y la cooperación entre las entidades, centrándose en problemas comunes y acciones coordinadas para la mejoría del área. En la actualidad, ya son 14 las asociaciones constituyentes de este importante foro para el debate constante sobre el desarrollo científico, artístico y tecnológico de la comunicación.

Este libro, al igual que el surgimiento de la SOCICOM y la CONFIBEROM, es el resultado de las acciones estratégicas articuladas de forma orgánica por los líderes científicos reunidos en Guadalajara, guiados por el objetivo de divulgar a la comunidad mundial del campo de la comunicación el pensamiento comunicacional de Iberoamérica. Cumpliendo la meta de fortalecer la identidad cultural y fomentar nuestra proyección internacional, la publicación de esta antología incorpora los esfuerzos de cooperación entre las entidades representativas de las asociaciones científicas y académicas reunidas por la CONFIBERCOM a partir de las federaciones nacionales. Para la SOCICOM, participar en este lanzamiento representa una manera de ayudar

a crear las condiciones para el diálogo no solo entre los investigadores iberoamericanos, sino también con interlocutores del entorno de conocimiento globalizado.

La organización del libro *Jorge Fernández: artífice del pensamiento comunicacional latinoamericano*, realizada por José Marques de Melo, produce un reflejo de la figura del artífice. Se trata de un hito importante desde el punto de vista histórico, ya que revela al articulador de muchas asociaciones científicas y académicas en torno a la consolidación de la identidad iberoamericana. Convocados por este artífice agregador a dirigir sus miradas a la producción de conocimiento iberoamericana en el campo de la comunicación y en un contexto globalizado, los investigadores y estudiosos de la comunicación tendrán la oportunidad de entrar en diálogo de manera horizontalizada, construyendo una red de apoyo destinada a concretar las acciones diseñadas en 2007.

Algunas de las balizas que guían este esfuerzo por establecer una relación más equilibrada entre las comunidades científicas de todo el mundo fueron expresadas por Jorge Fernández, como el lector podrá constatar. Sus ideas todavía impregnan temas muy candentes entre los investigadores de Iberoamérica, como la necesidad de autonomía y la difusión de nuevos conocimientos, lo que valida las tendencias de investigación de esta comunidad en el contexto internacional. Para la SOCICOM, coeditar textos que reúnen el sustrato de la obra de un pensador como Jorge Fernández, con ideas absolutamente contemporáneas con relación a las cuestiones esenciales para la comunicación en América Latina, significa contribuir a la construcción de un relevante espacio de producción y divulgación de pensamiento acerca de la comunicación, con el fin de integrarse con otros circuitos más universales.



Jorge Fernández

Portada del libro coordinado por José Marques de Melo



El Pensamiento Comunicacional de Jorge Fernández¹

José Marques de Melo

Brasileño, doctor en Comunicación, director de la Cátedra Unesco de Comunicación de la Universidad Metodista de Sao Paulo.

marquesmelo@uol.com.br

La coyuntura internacional

Varios autores han puesto de relieve el papel del Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina en cuanto a la constitución del ámbito académico en el área de la Comunicación. Apoyando este punto de vista, Gustavo Adolfo León Duarte (2007, p. 17) sostiene que "entre 1960 y 1970 el mayor estímulo para la investigación académica en América Latina tiene su origen en CIESPAL", donde "personalidades paradigmáticas" actuaron como "difusoras de las ciencias de la comunicación".

Se trata de un evento histórico que no ocurrió por casualidad. Es el resultado de la estrategia aplicada por un intelectual visionario de la estirpe de Jorge Fernández, a quien se le confió la dirección de la organización establecida en la ciudad de Quito (Ecuador), en convenio con el gobierno ecuatoriano e instituciones del país, con el apoyo de importantes organizaciones internacionales.

El vanguardismo de Jorge Fernández se equipara, dentro de la comunicación, con el de Raúl Prebisch en el campo económico. No es mera coincidencia que la sigla de la nueva entidad creada por la UNESCO en Quito (CIESPAL) mimetice la del organismo económico instalado por la ONU en Santiago de Chile (CEPAL). Esto explica la alianza que se establece entre el periodista ecuatoriano y el economista argentino, timoneles de dos proyectos respaldados por la Organización de Naciones Unidas. Ellos connotan ese pacto al promover de manera conjunta, en Santiago de Chile, la emblemática

"Reunión de expertos sobre el desarrollo de los medios de comunicación en América Latina". El evento cuenta con la adhesión de los dos científicos de la comunicación más importantes de la época, el estadounidense Wilbur Schramm y el francés Fernand Terrou, además de distinguidos representantes del aparato gubernamental, de los organismos empresariales y de los sindicatos (UNESCO, 1961, p. 43-47).

Quito, sede del CIESPAL, se constituye como el *locus* del Pensamiento Comunicacional Latinoamericano, de la misma manera que Santiago de Chile venía simbolizando nuestro Pensamiento Económico precisamente por ser la sede de la CEPAL -Comisión Económica para América Latina y el Caribe-.

A pesar del apoyo de la UNESCO y de la OEA, así como de fundaciones internacionales, con Ford y Rockefeller, la idea del CIESPAL germinó en el contexto de la sociedad ecuatoriana en la mitad del siglo pasado y tuvo en Jorge Fernández a su catalizador intelectual y en el diario *El Comercio*, de Quito, a su avalista institucional. (Marques de Melo, 2010b, p. 19-36)

Itinerario intelectual

Intelectual prominente, Jorge Fernández destacó en el Ecuador como autor de ensayos y novelas; pero ganó prestigio, sobre todo, como periodista, al escribir, a diario, los editoriales del periódico *El Comercio* de Quito, el medio más importante de la prensa nacional, mantenido por la familia Mantilla. Los propietarios de la empresa confiaban de tal modo en él que le encargaron

¹ Traducción del portugués al español Oscar Curros

escribir la biografía del referido periódico con motivo de su cincuentenario. Tarea que llevó a cabo por medio del libro *Tránsito a la libertad* (Quito, *El Comercio*, 1956).

En la presentación de dicha obra, Humberto Toscano lo caracteriza como diplomático y periodista, señalando que tenía “una pluma irrigada por su inteligencia clarividente y por el estudio profundo de las realidades. Enriqueció la literatura de Ecuador con una novela, *Los que viven por sus manos*, leída y comentada en todo el continente”. El referido escritor anota también: “Jorge Fernández supo narrar plenamente la historia de *El Comercio*; supo contarla como, de hecho, transcurrió la vida del periódico, en íntima comunión con la madre patria”. Y añadió: “Además de ser una biografía, (...) *Tránsito a la libertad* es un magnífico ensayo sobre la primera mitad del siglo XX ecuatoriano”.

Durante muchos años, el fundador del CIESPAL contó con la adhesión de “ecuatorianos ilustres”, incluidos los componentes del clan encabezado por don Carlos Mantilla, propietario del periódico *El Comercio*, empresa que apoyó públicamente las negociaciones entre el gobierno ecuatoriano y la administración de la UNESCO (León, 1991).

Al luchar para que Quito fuese la sede del centro internacional de estudios avanzados de periodismo proyectado por las Naciones Unidas, Jorge Fernández asumía un auténtico compromiso patriótico. Para entenderlo, nada más esclarecedor que revisar su pensamiento sobre el papel de la comunicación en aquel mundo conturbado.

El concepto de *información*, como fenómeno sociológico, no existía antes de los cambios causados por la sociedad industrial. Hasta entonces, el conocimiento se divulgaba de forma tosca, por medio de historias populares, chismes o rumores, en una época en la que estas narraciones no tenían influencia sobre el tejido social y no interferían en el equilibrio colectivo ni amenazaban la estabilidad de las instituciones. La información demandada por el *ciudadano* forjado en la Independencia Norteamericana o en la Revolución Francesa, diseminada por el periodismo, adquiere una dinámica en línea con los nuevos poderes mecánicos y espirituales controlados por el hombre, pues la *noticia* se convierte en una institución social.(...) el periodismo es el vínculo entre los acontecimientos y la comunidad, el canal o el sistema circulatorio, esencial para la salud del cuerpo colectivo; es el espejo de la historia que vive o se fortalece en nombre de este ser colectivo (Fernández, 1956, p. 14).

En los seminarios que la UNESCO promovió en Quito (1958/1960), él retoma esta idea, ampliándola para apoyar la filosofía del centro en cuya creación se empeñó firmemente. Entendiendo el periodismo como una forma de conocimiento, una especie de “espejo en el camino” que “proyecta el futuro”, argumenta acerca de su impacto social, proporcionándole al ciudadano juicios de valor que le permitan comprender “la situación social, la fisonomía política y la personalidad cultural”, así como participar en el “mundo al que pertenece”.

De ahí la responsabilidad que atribuye a las escuelas de periodismo, cuya misión radical es el fortalecimiento de las “nacionalidades latinoamericanas” a través de la capacitación de profesionales capaces de intervenir en los medios de comunicación como agentes de “cambio social” (Fernández, 1965, p. 4).

Consciente de las lagunas teóricas existentes en las universidades latinoamericanas, Jorge Fernández busca alinear al CIESPAL con las teorías del desarrollo cultivadas por la CEPAL -Comisión Económica para América Latina y el Caribe-, en Santiago de Chile, lugar de nacimiento de la Teoría de la dependencia.

Más tarde, al unirse a la fuerza de trabajo convocada por la UNESCO en 1965 para evaluar su programa de “capacitación profesional en materia de información”, Jorge Fernández ponía de relieve el “compromiso particular en el ámbito de la investigación científica”, considerando que esta prácticamente no existía en el continente (UNESCO, 1965, p. 17).

Este desfase científico mereció su reflexión contundente durante el seminario organizado en Quito, en 1966, para discutir el impacto de los satélites de comunicaciones en los sistemas de radio y televisión de los países latinoamericanos. Bramando que nuestro continente ha estado siempre atrasado en cuanto a ciencia y tecnología, llegando a su dominio cuando las herramientas ya estaban obsoletas en los países de donde las habíamos importado, defiende la necesidad de la cooperación internacional. “Los problemas que surgen de los medios de comunicación son vitales”. Y concita a los participantes en el seminario a imaginar lo que “nuestra América Latina debería hacer”. Su perorata desafía a los pensadores de América Latina a repensar nuestro “aislacionismo”, buscando formas de “integración universal” para definir nuestro propio “destino” frente a la “civilización” (Fernández, 1966, p. 8-9).

Cerca del final de la primera década de actividades del CIESPAL, su director defiende, frente a los líderes reunidos por la IAMCR -International Association for Media and Communication Research- los avances logrados, poniendo de relieve una “fenomenología común en las escuelas latinoamericanas”, que señala un

paso al frente en el esfuerzo inicial por recoger y procesar “los resultados de la experiencia disponible en los EE.UU. y Europa” (Fernández, 1968, p. 122).

Concluida su misión en el CIESPAL, el Gobierno de Ecuador convocó a Jorge Fernández para que asumiese nuevos cargos; entre ellos, el de embajador en los Estados Unidos. Por lo tanto, le tocó a su compañero y sucesor, Gonzalo Córdova, la tarea de estimular la superación de la dependencia original que tuvimos con relación a las matrices hegemónicas.

Pensamiento latinoamericano

Desde la fundación del CIESPAL, Gonzalo fue el brazo derecho de Jorge Fernández y le correspondió la responsabilidad de implementar las ideas de su amigo y jefe. Abogado de renombre, siempre tuvo un gran prestigio en la sociedad ecuatoriana gracias a las relaciones familiares y a su habilidad diplomática. Negociador incansable, movía la máquina operativa sin ausentarse de la vida intelectual, aunque se mantuviese a distancia de los programas académicos. Participaba cotidianamente en los procesos de toma de decisiones, supervisando el contenido de las publicaciones didácticas, los informes científicos y los documentos oficiales de CIESPAL. Mientras Jorge Fernández peregrinaba por todo el mundo, captando fondos internacionales y nuevos proyectos científicos, Gonzalo Córdova manejaba la maquinaria administrativa, fortaleciendo el esqueleto de la institución a nivel nacional.

Por lo tanto, no le resultó difícil darles continuidad a las utopías de Jorge Fernández, ya que las habían ideado de forma conjunta.

Iniciada en 1969, la gestión Córdova destacó por dos iniciativas pioneras:

- 1) La edición de la revista *Chasqui*, primera publicación periódica de América Latina en el área comunicacional.
- 2) El Seminario de Costa Rica, en 1973, que le dio nuevos rumbos a la investigación latinoamericana y consolidó un pensamiento autóctono.

Con la misión de difundir el conocimiento producido por el CIESPAL y otros centros de investigación de América Latina, *Chasqui* comienza a circular en 1972. La propia elección del nombre demuestra la apreciación de la identidad cultural de la región, rescatando a un personaje emblemático de la comunicación precolombina. “El hombre que, a través de los caminos, llevaba el mensaje o la noticia de un confín a otro del imperio” (inca).

En su edición inaugural, la revista del CIESPAL publica dos artículos paradigmáticos.

Uno de ellos, escrito por Gonzalo Córdova, hace un balance crítico de la investigación realizada hasta el momento. Le correspondió al CIESPAL difundir la investigación científica en la región, importando teorías y metodologías, incluso siendo consciente de que los resultados de las investigaciones foráneas eran inaplicables a “sociedades de estructuras distintas”; pero también cumplió el papel de alentar a los investigadores que sentaron las bases del pensamiento comunicacional latinoamericano.

“Poco después de la creación de CIESPAL, muchos estudiosos (...) efectuaron trabajos de gran importancia, como los realizados por los señores Mattelart, Pasquali, Marques de Melo, Gutiérrez y los promovidos por varios especialistas en comunicación rural” (Córdova, 1972, p. 24).

Firmado por el colombiano Antonio Garciano, otro artículo reivindica una “ciencia social latinoamericana”, argumentando que “el punto de partida de una estrategia de desarrollo independiente es una conciencia crítica de los estados de dependencia y de la correlación de fuerzas estratégicas, no solo en cuanto a áreas, estratégicas, regiones o hemisferios, sino del universo como totalidad pluralista” (García, 1972, p. 45).

Estaba abierto el camino para el gran giro de la investigación comunicacional latinoamericana, el que se va a producir en 1973, en la ciudad de La Catalina, en Costa Rica. Rotulado como “evento de gran trascendencia”, el documento final se reprodujo en su totalidad en el N° 4 de la revista *Chasqui*.

Este es el momento de la explosión del pensamiento comunicacional latinoamericano, pues, además de *Chasqui*, pasa a difundirse ampliamente por medio de la revista *Comunicación y Cultura*, editada en Santiago, después en Buenos Aires y en la Ciudad de México.

Identidad cultural

Desde principios de los 70 se pone en evidencia la aparición de nuevas áreas de investigación en comunicación en las universidades. La creación de cursos de maestría y doctorado en ciencias de la comunicación en algunas universidades de América Latina facilita el movimiento de una mezcla de teorías y metodologías foráneas, desde la semiótica hasta el psicoanálisis, desde las corrientes posmodernistas hasta los postulados neoliberales.

Estas ideas importadas, naturalmente, se confrontan con las embrionarias construcciones científicas autóctonas, realizadas por investigadores pensadores latinoamericanos, como el venezolano Antonio Pasquali, el brasileño Luiz Beltrão, el boliviano Luis Ramiro Beltrán, el argentino Eliseo Verón, el belga-chileno Armand Mattelart, el

uruguayo Mario Kaplún o el paraguayo Juan Díaz Bordenave.

Las marcas distintivas de todas estas elaboraciones científicas son el sincretismo teórico y la superposición metodológica, que plasman una singular investigación mestiza, que representa la fisonomía cultural latinoamericana. El concepto de mestizaje aquí empleado se filia al marco teórico basado en el libro clásico de Arthur Ramos *-Le Métissage au Brasil-* (París, Hermann, 1952), que fundamentó la acción institucional de la UNESCO en el campo de las ciencias sociales (Marques de Melo, 2011, p. 83).

Este perfil se caracteriza por los cruces de tradiciones europeas, herencias meso-sudamericanas (pre- y pos-colombinas), costumbres africanas, innovaciones de modernas matrices norteamericanas y muchas contribuciones hechas por los diferentes grupos étnicos que navegaban los océanos durante las recientes sagas migratorias internacionales.

En las producciones embrionarias del pensamiento comunicacional latinoamericano faltan reflexiones críticas que, al mismo tiempo, se anclan en postulados pragmáticos. Su meta siempre fue la de buscar soluciones a los problemas planteados por la emergente industria mediática de la región.

Tres generaciones integran esta corriente de pensamiento, tal como enuncié en el artículo "Difusão dos paradigmas da escola latino-americana de comunicação nas universidades brasileiras" (*Comunicação & Sociedade*, N° 25, São Bernardo do Campo, 1996, p. 9-20).

El grupo de los pioneros se compone de un contingente multifacético, cuyas marcas problematizadoras se inscriben en los años 50-60. Su marco constituyente, como se documentó, es el proceso de creación del CIESPAL, una institución que actúa como nucleadora de esta primera generación. Algunos de ellos maduran, profundizan o revisan sus ideas en las décadas posteriores.

A continuación, destaca el grupo de los innovadores, que actúa a partir de los 70, cuando se hace una fuerte crítica al conocimiento existente, definiendo con mayor claridad la naturaleza del campo de la comunicación en América Latina. El punto de partida de esta etapa es el Seminario de La Catalina (1973), promovido por el CIESPAL, cuyos participantes incitan a los investigadores de la región a buscar "nuevas brechas teóricas y metodológicas" en un intento de conseguir "resultados aún más satisfactorios, compatibles con las necesidades de América Latina".

El ciclo se completa en los 80, agregando las contribuciones del grupo de los renovadores, algunos de los cuales realizaron avances empíricos o reflexivos,

referenciados en las matrices esbozadas por los científicos que les precedieron. Este período se extiende hasta 1992, cuando se realizó el I Congreso Latinoamericano de Ciencias de la Comunicación, en la ciudad de São Paulo, Brasil.

El pensamiento de Jorge Fernández

Para entender mejor la génesis de esta corriente de pensamiento, resulta indispensable rescatar las ideas de su artífice intelectual, objeto principal de esta antología que circula durante las celebraciones del centenario del nacimiento de Jorge Fernández.

Los textos seleccionados se recogieron a partir de tres fuentes distintas.

La primera parte, aquí denominada "Pensamiento sociopolítico", se basa en la antología que su hijo, Marcelo Fernández, organizó y publicó en 2009, con el título *Medio Siglo Pensamiento Periodístico*, (Quito, Universidad Internacional del Ecuador, 2009). Se trata de un conjunto de artículos publicados en la prensa ecuatoriana, en los que Fernández explica, con elegancia y nitidez, su visión del mundo en la coyuntura 1955-1975. El bloque inicial, "Cronología del desconcierto" (p. 63-65 - 70-75), se centra en su visión de la escena política nacional. Los dos siguientes, "Para salir del subdesarrollo" (pp. 104-110) y "Hacia la integración latinoamericana" (p. 139-142) muestran su dominio de la economía. Los dos últimos, "La educación de las masas" (p. 189-197) y "Defensa de la libertad" (p. 209-214) se encaminan por el territorio sociocultural.

La segunda parte tiene como matriz el clásico libro *Tránsito a la libertad*, (Quito, *El Comercio*, 1956), una especie de biografía sociológica del más importante diario ecuatoriano, donde Jorge Fernández hizo su carrera profesional y desde donde alzó el vuelo hacia la universidad y la diplomacia. De él, se eligieron seis momentos históricos que reflejan el itinerario del periódico dirigido por la familia Mantilla. Son pequeños ensayos que, al reconstituir la memoria de la prensa, denotan la sensibilidad narrativa del autor y ponen en evidencia su pensamiento periodístico: "Progreso de la prensa y del periodismo" (p. 9-23), "Presencia y ausencia: los efectos de la incomunicación" (p. 25-49), "La nueva era: el ferrocarril y los nuevos talleres gráficos" (p. 91-102), "Otros horizontes: palpitations del universo civilizado" (p. 119-129), "Ventanas al mundo: los acontecimientos que hacen la historia" (p. 145-160) y "Las fuerzas del mal: los marcianos invaden la 'mitad del mundo'" (p. 161-178). Este último contiene matices preciosos, ya que restaura las escenas protagonizadas por la multitud asustada por el peligro de que los marcianos invadan la ciudad. Enfurecida, la masa saquea las instalaciones de radio *Quito*, al darse cuenta de que había sido engañada por el contenido de ficción de *La Guerra de los Mundos*. El

personaje vivido por Orson Wells en el cine renace en la ciudad de Quito, en los 50.

La última parte tiene una nítida connotación CIESPALina. Se trata de piezas escritas en los 60, que atestan la consistencia del pensamiento mediático de Jorge Fernández.

Son textos heterogéneos que reflejan las diferentes motivaciones de su elaboración. El primero y el último los escribió para públicos internacionales: "Problemas de Desarrollo de los Medios Comunicación" (UNESCO, *Los Medios de información en América Latina*, París, 1961, p 61-83), y "Tendencias de la enseñanza del Periodismo en América Latina" (Benito, Ángel, org. *Los profesores del periodismo*, Pamplona, Universidad de Navarra, 1970, p 115-143). Los demás artículos pertenecen al universo latinoamericano y se destinaron a los participantes en los eventos promovidos por el CIESPAL: "La enseñanza y la función social del periodismo" (*Primera Mesa Redonda Centroamericana de Enseñanza del Periodismo*, Quito, 1966, p 7-12), "Dos semanas en la prensa latinoamericana" (CIESPAL, *Dos semanas en la prensa de América Latina*, Quito, 1967, p 1-14, 189-191), "Filosofía y objetivos de la enseñanza del periodismo y de los medios de comunicación colectiva" (*Enseñanza de periodismo y medios de comunicación colectiva*, Quito, 1965, p 8-15.), y "La Radio y la Televisión frente a necesidad cultural" (CIESPAL, *La radio y la televisión frente a la necesidad cultural de América Latina*, 1966, p. 5-14).

La organización de esta antología, al tiempo que representa un tributo de la comunidad académica iberoamericana al artífice del Pensamiento Comunicacional Latinoamericano, significa también un estímulo a los jóvenes que ingresan a la universidad en este nuevo siglo, para que puedan conocer y debatir las ideas de aquel visionario que tuvo la osadía de incluir a América Latina en el mapa del saber comunicacional.

Cronología de Jorge Fernández

1912

Nace en enero, en la ciudad de Quito, capital del Ecuador, donde comienza su formación intelectual. Se gradúa en Derecho y Ciencias Sociales en la Universidad Central del Ecuador. Completó su educación universitaria en los Estados Unidos, donde estudió Derecho Internacional en la George Washington University, además de Economía y Sociología en la Universidad de Chile.

1932

Debuta como escritor, con la publicación del libro de cuentos *Antonio ha sido una hipérbola*, aclamado por el crítico Benjamín Carrión como obra seminal de

la literatura ecuatoriana. Editada por el Sindicato de Escritores y Artistas, la editora La Palabra relanzó la obra en 2007, en la colección "Escritores de Quito", con el apoyo de la Alcaldía y del Fondo de Salvamento del Patrimonio Cultural de Quito -FONSAL-.

1937

Lanza la novela *Agua*, su segunda obra literaria, que despierta una gran controversia: algunos críticos alaban su osadía estética, con una arquitectura narrativa de corte freudiano, mientras que otros critican su crudeza narrativa, ya que rescata las penurias de las comunidades que sufren de escasez de agua en las zonas rurales dominadas por agentes inescrupulosos que monopolizan las fuentes del líquido vital. Acusada de subversiva, pasa a incluirse a su autor en la lista de los escritores que simpatizan con las ideas socialistas. En el mismo año publica el libro *Esquema para una interpretación del Ecuador*, tomando el camino del ensayismo sociológico.

1943

Integra una delegación de periodistas latinoamericanos que visitan los Estados Unidos, invitados por el gobierno de aquel país. Su inclusión en una lista de esa naturaleza refleja el reconocimiento al trabajo desarrollado en Ecuador, no solo como periodista, sino también como diplomático. Ocupando posiciones estratégicas en embajadas latinoamericanas, no tarda en obtener reconocimiento como un hábil negociador y actúa en las embajadas de Ecuador en Colombia, Chile y Panamá. Recibe una condecoración por parte de este último gobierno en 1947.

1948

Continúa con su actividad literaria, al publicar el libro *En torno a la cultura americana, de carácter periodístico-antropológico*. Tres años más tarde, en 1951, sale a la luz su última obra de ficción, la novela *Los que viven de sus manos*, donde el crítico Mariano Picón Salas vislumbró un "trozo de la historia universal, estrictamente contemporánea, vista desde una ventana de Quito".

1952

Ejerciendo el cargo de Consejero Encargado de los Negocios de Ecuador en Chile, participó activamente en la Primera Conferencia Diplomática sobre Riquezas Marítimas del Pacífico, que influyó en la Declaración de Santiago sobre Zona Marítima, que allanó el camino para la Conferencia de las Naciones Unidas de 1982, cuando se reconoció el principio del mar territorial de 200 millas, cuya soberanía pasan a ejercer los países costeros.

1955

Intensifica su actividad como comentarista del diario *El Comercio*, de Quito, y pasa a publicar artículos diarios firmados sobre política y economía del Ecuador.

Al mismo tiempo, prepara el libro conmemorativo del quincuagésimo aniversario de aquella empresa periodística de propiedad de la familia Mantilla.

1956

Publica *Tránsito a la Libertad*, la biografía sociológica del diario *El Comercio* de Quito, en la que selecciona episodios emblemáticos de su itinerario periodístico. Esta obra figura como un clásico de la literatura social ecuatoriana, pues no se limita a narrar la historia del periódico, sino que compone un mosaico que ilustra la trayectoria histórica nacional.

1959

Una vez aprobada por la X Asamblea General de la UNESCO, reunida en París en 1958, la decisión de instalar en Quito uno de los centros internacionales destinados a formar y perfeccionar periodistas, se convocó para el año siguiente un seminario internacional sobre el tema. Se designó a Jorge Fernández como organizador, por consenso de la Comisión Nacional de la UNESCO, el Gobierno del Ecuador y el diario *El Comercio*. A continuación, se le nombró director general del CIESPAL y se le asignó la responsabilidad de instalar el órgano y de preparar el I Curso Internacional de Perfeccionamiento para Periodistas de América Latina. Para ello, se invitó a los principales especialistas del mundo desarrollado; pero se incluyó, también, a estudiosos latinoamericanos. Se trataba de un programa intensivo de estudios de posgrado, para el que se seleccionó, a partir de 1962, a jóvenes profesores y a experimentados periodistas, a los que se les ofrecieron becas subvencionadas por la UNESCO y la OEA. Este fue el caldo de cultivo que nutrió el pensamiento comunicacional latinoamericano, que se procesó en Quito, pero se diseminó a todo el continente.

1963

Galardonado con el premio Maria Moors Cabot, otorgado por la Universidad de Columbia (EE.UU.), Jorge Fernández comienza a ser reconocido y premiado por su papel de gestor académico.

1965

Jorge Fernández preside, en Río de Janeiro, el último de los cuatro seminarios regionales sobre enseñanza e investigación en comunicación en América Latina, cuyas recomendaciones se publican inmediatamente, sirviendo así como apoyo a las acciones desarrolladas en los años posteriores.

1968

Completado un decenio de actividades en el CIESPAL, cuya estructura estaba debidamente consolidada, Jorge Fernández considera terminada su misión educativa, en aquel momento. Convocado por el gobierno ecuatoriano, asume otros cargos diplomáticos, incluyendo el cargo de Embajador del Ecuador en los Estados Unidos y en la OEA. En 1970 fue nombrado Embajador de la OEA para mediar el conflicto armado entre Honduras y El Salvador. Otras misiones ocuparon su tiempo útil hasta que decidió regresar a Quito, donde fundó la Universidad Internacional del Ecuador, que hoy capitanea su hijo, Marcelo Fernández.

1991

La dirección del CIESPAL homenajea a su fundador, instalando su busto en el jardín del nuevo edificio en Quito. En la ocasión, el secretario general de la institución, Andrés León Calderón, dijo que, gracias a la privilegiada visión de Jorge Fernández, Quito se convirtió en la "capital de la comunicación en América Latina".

2012

La elección de Quito para la realización del Foro Integrado de Ciencias de la Comunicación en el Espacio Iberoamericano, en abril de 2012, tuvo la intención de honrar al artífice del Pensamiento Comunicacional Latinoamericano, en el año en que se celebra el centenario de su nacimiento.

Bibliografía

Córdova, Gonzalo, 1972, "La investigación de la comunicación", *Chasqui*, Nº 1, Quito, CIESPAL, p. 23-30

Duarte, Gustavo Adolfo León, 2007, *La nueva hegemonía en el Pensamiento Latinoamericano de la Comunicación*, Hemosilla, Universidad de Sonora

Fernández, Jorge, 1956, *Tránsito a la libertad*, Quito, El Comercio, 1965, Preámbulo, *Las Escuelas de Periodismo en América*

Latina, 2ª. ed., Quito, CIESPAL

1966 - La radio y la televisión frente a la necesidad cultural de América Latina, in: CIESPAL -*La radio y la televisión frente a la necesidad cultural de América Latina*, Quito, p. 5-13

1968 "Tendencias de la enseñanza del periodismo en América Latina", in: IAMCR, *Los profesores de periodismo*, Pamplona, Universidad de Navarra, p. 115-144

Fuentes, Raúl, 1992, *Un campo cargado de futuro*, México, CONEICC

García, Antonio, 197, "¿Puede existir una ciencia social latinoamericana?" *Chasqui*, N° 1, Quito, p. 31-46

León, Andrés, 1991, Homenaje a Jorge Fernández, Quito, CIESPAL

Marques de Melo, José, 1996, "Difusão dos paradigmas da escola latino-americana de comunicação nas universidades brasileiras", *Comunicação & Sociedade*, N° 25

----- 2003, *História do Pensamento Comunicacional*, São Paulo, Paulus

----- 2008, *História Política das Ciências da Comunicação*, Rio de Janeiro, Mauad

----- 2009, *Pensamiento comunicacional latinoamericano*, Sevilla, Comunicación Social

Moragas, Miquel, 1981 – Teorías de la comunicación, Gustavo Gili

Nixon, Raymond, 1961, *Análisis sobre Periodismo*, Quito, CIESPAL

----- 1963, *Investigaciones sobre Comunicación Colectiva*, Quito, CIESPAL

----- 1974, "La enseñanza del periodismo en América Latina", *Comunicación y Cultura*, N° 2, Buenos Aires, Galerna, p. 197-212

Orozco, Guillermo, 1997, *La investigación de la comunicación dentro y fuera de América Latina*, La Plata, EPC


Schwarz, Cristina & Jaramillo, Oscar, 1986 – Hispanic American Critical Communication Research, In: Atwood & McAnany – Communication & Latin American Society, Austin, UT, p. 48-78

Schramm, Wilbur, 1964, *Proceso y efectos de la comunicación colectiva*, Quito, CIESPAL

----- 1965, *La ciencia de la comunicación humana*, Quito, CIESPAL

UNESCO, 1961, *Los medios de información en América Latina: factor de desarrollo económico y social*, París





La política en el relato periodístico ecuatoriano: cómo contar la historia de una democracia postergada

Un acercamiento al relato periodístico de Jorge Fernández Salazar sobre la política ecuatoriana

Raquel Escobar

Ecuatoriana, comunicadora social, directora de Planificación y Sostenibilidad del CIESPAL.

rescobar@ciespal.net

Resumen

Este texto se centra en un breve análisis de las nociones de democracia representativa, ciudadanía y sufragio; liderazgo carismático (caudillismo) y Estado liberal, en el editorial político de Jorge Fernández, en el marco de un relato, que sin dejar de ser un discurso político, apela a la estética en su contenido. Para ello, se revisan 13 artículos de la autoría de Fernández, que se recopilan en la obra Cincuenta años de pensamiento periodístico, cuyo coordinador editorial es Marcelo Fernández Sánchez (2009).

Palabras clave: Jorge Fernández, CIESPAL, editorial político, democracia.

Resumo

Este texto centra-se em uma breve análise das noções de cidadania democracia representativa, e sufrágio; liderança carismática (senhores da guerra) e Estado liberal na política editorial de Jorge Fernandez, no contexto de uma história, que apesar de ser um discurso político para o conteúdo estético. Para fazer isso, nós revisamos 13 artigos de autoria de Fernandez, que são coletadas no livro Cinquenta Anos de pensamento jornalístico, que é coordenador editorial Marcelo Fernández Sánchez (2009).

Palavras-chave: Jorge Fernández, CIESPAL, a política editorial, a democracia.



Introducción

Al cumplirse el centenario del nacimiento del periodista, diplomático y escritor ecuatoriano Jorge Fernández Salazar, identificado por el maestro Marques de Melo como *"Artífice del pensamiento comunicacional latinoamericano"*, se realizaron sendas publicaciones, y actos públicos que promovieron la reflexión y el reconocimiento de su obra periodística y literaria.

En estas publicaciones hay un acercamiento por demás detallado y cuidadoso a las distintas facetas de Fernández, que revelan su capacidad intelectual para producir conocimiento, organizar y coordinar equipos humanos de investigación y producción comunicacional. También se destaca su posicionamiento como un internacionalista, que identificó ya en su época la importancia de la variable de la cooperación internacional para el desarrollo, sustentada en relaciones de mutuo respeto y solidaridad.

Este texto se centra en un breve análisis de los 13 artículos sobre política, publicados en la obra *Cincuenta años de pensamiento periodístico*, cuyo coordinador editorial es Marcelo Fernández Sánchez (2009).

Me impactó la forma cómo, con claridad conceptual y manejo apropiado de términos, escribe sobre la democracia en Ecuador. Es decir, registra la historia política del país bajo una clara visión del Estado moderno; reclama el término de formas tradicionales (heredadas del sistema colonial) de entender y asumir la política; puntualiza la importancia de la división entre lo público y lo privado; defiende la representación política como mecanismo de construcción del Estado y viabilización del interés general y no como la representación de intereses personales o de grupo; define al sufragio como mecanismo de participación y sobre todo, como práctica que destierra la voluntad de pocos y permite el gobierno de muchos; y claro, se refiere a la libertades individuales como garantías necesarias de un sistema democrático.

Si bien estas dimensiones constituyen la definición mínima de la democracia representativa, con la cual podemos o no estar de acuerdo, ese no es el debate en este momento; la claridad de Fernández en este tema contrasta con la ausencia de manejo y conocimiento informado, que revelan el periodismo y la acción mediática, actualmente, sobre el sistema político.

Y aquello tal vez, particularmente, me llamó aún más la atención por el momento político que vive el Ecuador, en que la confrontación entre gobierno y medios de comunicación (que también se está dando en otros países de la región) ha pasado de un inicial y legítimo cuestionamiento gubernamental al deficiente papel

de los medios en la democracia, a un enfrentamiento, que libra batallas cotidianas. Enfrentamiento que revela cómo gobierno y medios se miran a sí mismos, son autorreferenciales en su acción; no dan paso al intercambio o comunicación con otros sectores sociales y se complacen en la construcción de un discurso que estigmatiza al otro; haciendo que la ciudadanía sea mero espectador de una práctica que hasta podríamos denominar corporativista, de lado y lado, que deja por fuera las opiniones críticas y termina en la intolerancia tanto gubernamental, como mediática.

En medio del escenario descrito, la lectura de Fernández hace ver que es posible un periodismo político que a más de relatar con base en nociones conceptuales manejadas con propiedad, lo hace con estética. Es decir, sin dejar la contundencia del relato de una realidad que posterga la democracia cada década; lo hace usando formas narrativas que pintan la estética de una tragedia.

A continuación paso a analizar algunos párrafos de los artículos que hacen parte de la recopilación mencionada anteriormente. Mi intención es dar cuenta de la noción conceptual que se maneja y, a la vez, fijar la forma cómo se relata ese concepto dentro de una historia: la historia de Ecuador y su vida política, entre 1955 y 1975.

Análisis del relato periodístico de la política en Jorge Fernández

La estabilidad: el arte de gobernar

En su ensayo *"Cronología del desconcierto"*, (1955) Jorge Fernández reflexiona sobre lo que ya Maquiavelo, en su tiempo, identificara como característica esencial del Estado moderno: la estabilidad, la capacidad de gobernar por el tiempo que debe gobernarse. Por tanto, el destierro de la inestabilidad, propia de regímenes que conservan formas personalistas (rey) de organizar el gobierno y que son sensibles a reacciones de grupos que se sienten afectados por las medidas del rey. Maquiavelo identifica esta capacidad como la *virtú* de un gobierno.

"Lo más exasperante, por su trágico costo, es la etapa que va desde 1931 a 1940: trece personajes ocupan la Presidencia; la crisis del cacao y la arrolladora debacle mundial se recorren en una turbulencia que dio al país la sensación de lo transitorio y siempre fugaz, en lo administrativo o económico. Desapareció el sentido del mañana, inútil proyectar o pensar a largo plazo. Se vivía al día, con la inquietud de ignorar el gobernante del amanecer siguiente (Fernández: *"Cronología del desconcierto"*).

1 Título del libro publicado por CIESPAL en abril de este año.

En cuanto al relato, la construcción discursiva deja ver la redacción cuidada de la enunciación que se formula: (...) "la sensación de lo transitorio y siempre fugaz"; para referirse a la frustración de las reformas administrativas y económicas. Y, cito nuevamente, "se vivía al día, con la inquietud de ignorar el gobernante del amanecer siguiente". Frase que relata lo que en ciencias políticas se denomina la revocatoria del mandato o, lo que comúnmente llamamos la *caída de un Presidente*.

El sufragio: democracia representativa y ciudadanía

Una condición necesaria para el sistema democrático son las elecciones. Fernández se refiere al sufragio como la consumación de la democracia representativa en Ecuador y, sobre todo, relaciona las elecciones limpias y transparentes con una representación que dé paso al imperio de la ley y no de los hombres. Además, hace referencia a la configuración de una ciudadanía que vota en función de un interés general y cuya acción será la expresión de la mayoría.

En su artículo "*Organizaciones electorales*" (1955), Jorge Fernández se refiere, textualmente, a los aspectos mencionados, así:

"La presencia de los ciudadanos, a decidir de las cuestiones de la administración pública, demuestra un adelanto en el proceso de la cultura y convicción, de anhelo por participar en las lides de la democracia, para formar la opinión mayoritaria del país. Ya la república es una organización de individuos con conciencia de sus obligaciones y también de sus garantías. El camino recorrido es perfectamente halagador."

"(...) que el sufragio sea el ejercicio del derecho cívico, libre de toda traba para que la elección refleje el pensamiento mayoritario de la nación (...) que el sufragio sea el verdadero signo de nuestra democracia." "Hay más de medio millón de ciudadanos preparados a presentarse en las urnas y expresar su opinión. La república ha entrado en la etapa en que la autoridad ha de ser la representación y el reflejo de la conciencia ciudadana."

En estas líneas Fernández enfatiza el relato contundente, aquel que comunica de forma directa, sin recurrir a formas tan cuidadas en la redacción. Pero, expresa con claridad absoluta los conceptos de sufragio, representación y ciudadanía.

Ecuador: el reino de los caudillos

Max Weber identifica como una de las formas tradicionales de poder el liderazgo personal, es decir, el ejercicio

personalista del poder, que disuelve la institucionalidad del Estado en una sola y absoluta persona. Autores más contemporáneos, como Guillermo O'Donnell (1994) denominan a esta forma de ejercicio del poder como propia de una *democracia delegativa*. Es decir, aquella en que el soberano (pueblo), supuestamente, a través del voto, delega a su representante todas las funciones del Estado, debido a su gran capacidad de gobierno, capacidad fundada en el carisma.

El líder carismático, el caudillo, no necesita la intermediación de otras instituciones del Estado para comunicarse directamente con el pueblo. Curiosamente, es el primer agente de des - institucionalización del Estado. Y, al controlar los distintos poderes del Estado es autoridad absoluta. Es decir, la democracia delegativa a la que se refiere O'Donnell, sin dejar de ser democracia, tiene rasgos de autoritarismo.

Jorge Fernández en su artículo "*La revolución liberal*" (1959) exalta los aciertos de la revolución liberal en Ecuador, contraponiéndolos a las prácticas del ex presidente conservador (segunda mitad del siglo XIX), Gabriel García Moreno, de quien deja ver su afán de gobierno absoluto y su autoritarismo:

"Hasta el 5 de Junio de 1895 dominaba la autocracia, como proyección de la vasta obra de García Moreno en sus varios períodos de ejercicio del poder. Tan gigantesca fue su voluntad de dominio, tan obsesivo su afán de realizarlo todo por sí mismo, tan arraigado su espíritu de mando que no permitió opositores y convirtió al país en un enorme campamento donde imperaba su exclusiva voluntad, un solo tipo de pensamiento, una sola dirección de las ideas y la imposición de una sola religión."

Y, en su artículo "*Paz constructiva*" (1956) Fernández diferencia a un candidato a la presidencia de la práctica tradicional de los caudillos en Ecuador y afirma "No es, por fortuna, la candidatura de Huerta una promoción caudillista; el nombre Huerta no forma un caudillismo privado y singularizado por el hombre, sino que, a la inversa, el convencimiento de la doctrina, con la cual coinciden los ciudadanos que no quieren abdicar de su dignidad y libertad, lo han exaltado y constituido en abanderado de los anhelos e inspiración del pueblo."

En 1968 Fernández escribe el artículo "*Perspectivas políticas*", cuya motivación es el reconocimiento del quinto triunfo electoral de José María Velasco Ibarra. En este artículo, Fernández a más de evidenciar su espíritu democrático ante este triunfo, porque es notorio su desacuerdo, construye la figura del cinco veces presidente del Ecuador, de una sola pincelada y, dice:

"Velasco ha sido y es el 'velasquismo'; en cada oportunidad la composición humana de los hombres que le apoyaban ha variado. La constante, una comunión mítica del pueblo y él, el pueblo en abstracto, difuso, movido por una esperanza de cambio social y el verbo arrebatador de Velasco Ibarra. Llega ahora al poder por quinta vez."

En las tres citas realizadas, Fernández ya no apela al relato contundente. Al contrario, describe a las figuras políticas desde una prosa bien concebida, casi exquisita.

García Moreno es retratado por Fernández de la siguiente forma: "Tan gigantesca fue su voluntad de dominio, tan obsesivo su afán de realizarlo todo por sí mismo, tan arraigado su espíritu de mando que no permitió opositores".

El retrato de Velasco Ibarra: "La constante, una comunión mítica del pueblo y él, el pueblo en abstracto, difuso, movido por una esperanza de cambio social y el verbo arrebatador de Velasco Ibarra".

Estos dos párrafos dan cuenta de personajes reales, de una definición política de éstos como líderes carismáticos, insertos en formas de gobierno personalistas. Conceptos trabajados desde una estética del relato periodístico, que no tiene ficción, pero que comunica la realidad desde el ejercicio gozoso de la palabra.

La reivindicación del Estado liberal y el paso al Estado de Bienestar

En el artículo "*La revolución liberal*" (1959) Fernández es muy claro sobre su posicionamiento frente al liberalismo. Declara su identificación con la revolución liberal ecuatoriana, de 1895 y dice: "A lo largo de la perspectiva histórica se concluye que más que por hombres, más que por partidos, se luchó por principios, por la libertad de pensar, de crear, de expresarse, de dar a los hijos la educación que a bien se tuviere. Estos postulados han calado hondo en el pueblo y hoy son circunstanciales a su naturaleza, se los considera sobre toda discusión".

En este relato contundente Fernández da cuenta de ese punto de encuentro entre el Estado liberal y el Estado democrático, que algún momento de la historia de la humanidad, se unieron, siendo el liberalismo el portador del reconocimiento de las libertades individuales. Hoy, condiciones sin las cuales la democracia sería inviable.

Casi 10 años después Fernández en su artículo "*La Constituyente y el futuro*" (1967) da un paso más en la definición del Estado moderno. De acuerdo con las transformaciones mundiales, la lucha obrera perfiló el Estado de bienestar en Europa. El autor, en 1967 reclama

ya para Ecuador el Estado de bienestar, es decir, la garantía de los derechos económicos y sociales, ante el advenimiento de un nuevo proceso constituyente y, dice:

"Sin lugar a dudas, la Asamblea es y tiene la clave del futuro de la república. De la Constitución y de las leyes básicas que dicte depende que el país se oriente por los caminos del progreso, del respeto a las instituciones y que la democracia, de la cual blasonamos, tenga vida real y vigorosa; democracia que signifique en su más alto y amplio sentido no sólo el pleno goce de los derechos y libertades individuales y colectivos, sino la redención económica de las grandes mayorías desposeídas."

Ciudadanos: el sentido de la democracia

En teoría de la democracia, parte importante de la constitución del sistema político es la ciudadanía. Es decir, la acción activa participante de la gente en una comunidad política para debatir y decidir temas de interés público. En la democracia representativa esa participación se realiza en el voto.

En el relato periodístico de Fernández, sobre la política ecuatoriana, se identifica protagonismo de la ciudadanía. Su tratamiento de los hechos políticos pasa por observaciones sobre una ciudadanía empoderada de su papel como soberano en una democracia. Se refiere a los ecuatorianos de la siguiente manera:

En su artículo "*El sufragio y el civismo*" (1956) afirma: "Por lo demás, es importante anotar cómo el pueblo viene dando las más plausibles demostraciones de haber comprendido a cabalidad cuál es su deber frente a los problemas de la democracia y de la libertad."

En otro artículo, titulado "*La función legislativa*" (1968) sostiene que "Los ecuatorianos han demostrado, a través de los tormentosos años de la República, ser un pueblo profundamente constitucionalista e institucionalista."

Y en "El Binomio del FDN, Raúl Clemente Huerta y José María Plaza" describe al ciudadano del país así: "(...) el ecuatoriano puede mirar hoy con optimismo el futuro, (...) hay ya conciencia clara, cierta, precisa, de lo que el pueblo quiere y puede; del camino escogido para la conquista de su destino."

En estos párrafos comunica con claridad sus reflexiones. Sin intencionalidad estética, pero con contundencia, presenta una imagen valorada del ciudadano ecuatoriano que se ha configurado en dos décadas de inestabilidad democrática. Habla bien del ciudadano y, sobre todo, no deja duda que habla de un ciudadano, es decir, de aquel se define como individuo frente al Estado.

No habla desde una visión del sujeto colectivo, propio de una visión tradicional, de grupo. Al contrario, ratifica de decisión individual y libre de las personas para elegir y actuar políticamente.

Final: cuando se rompe el relato perfecto

Pero, ni el relato contundente ni la estética del relato periodístico hacen que Fernández, ante su posicionamiento contrario al comunismo, en el contexto histórico que le tocó vivir, justifique las dictablandas en el país. Y dice:

En su artículo *"Soberanía, Independencia y Democracia"* (1964):

"La situación política del Ecuador es actualmente de transición. Motivos y antecedentes demasiado conocidos nos llevaron fatalmente a una especie de paréntesis que ha dejado en suspenso el ejercicio de la democracia representativa. Pero lo que se produjo tuvo precisamente una razón de ser: salvar al país de confusiones caóticas que podrían facilitar el avance definitivo del comunismo y el ocaso total de las libertades. Aquello fue inevitable para el efecto de preparar el renacimiento democrático sobre bases firmes."


La democracia y el autoritarismo son opuestos, no continuos. Por tanto, en este relato contundente Fernández opta por una visión ideológica que trastoca su

producción periodística en el marco de nociones claras de democracia. Ciertamente, somos hijos de nuestro tiempo, pero me atrevo a decir que en esta parte, el relato perfecto se rompió. La democracia no admite dictablandas y peor aún dictaduras, como las que se dieron en el cono sur, para luego esperar su laureado retorno.

Conclusiones finales

Hasta aquí el análisis de los textos de Fernández, que como puede verse, oscilan entre el relato contundente y la estética del relato periodístico. Presentan nociones claras y dimensiones del concepto de democracia, pero con el desarrollo de un texto que, en muchos casos, recurre a la prosa cuidada, a contar una historia real, con personajes y situaciones reales, de forma artística.

Jorge Fernández Salazar fue el fundador del Centro de Estudios Superiores de la Comunicación para América Latina (CIESPAL). Impulsó los primeros estudios de la comunicación desde esta entidad, con sede en Quito – Ecuador, y volcó en CIESPAL su buen ejercicio periodístico, así como su talento de gestor de acciones y pensamiento.

Por su convicción democrática CIESPAL, hasta el día de hoy, desarrolla su trabajo de investigación, capacitación y producción comunicacional con periodistas y comunicadores, para el fortalecimiento de la democracia en Ecuador y América Latina. Y ha renovado su visión de formación entendiendo y asumiendo la comunicación como un derecho. 

Bibliografía

Bobbio Norberto, *Liberalismo y Democracia*, FCE, México, 2002.

Francois-Xavier Guerra, "El soberano y su reino". Reflexiones sobre la génesis del ciudadano en América Latina, en Hilda Sabato (coordinadora), *Ciudadanía política y formación de naciones. Perspectivas históricas de América Latina*. México: El Colegio de México – Fideicomiso Historia de las Américas – Fondo de Cultura Económica. 1999, pp. 33 – 61.

Huntington Samuel, *El Sobrio Significado de la Democracia*. Revista de Estudios Públicos Nº33. Santiago de Chile, 1989.

O'Donnell Guillermo, *La democracia delegativa*, En: <http://www.lanacion.com.ar/1132901-la-democracia-delegativa>.

Sartori Giovanni, *Qué es la democracia*, Editorial Taurus, Madrid, 2007.

Weber Max, "Economía y sociedad" FCE, Bogotá, 1997.





Periodismo sin poder

Un estudio de un caso en *Elpaís.com*; *Elmundo.es* y *ABC.es*

Francisco de Assis Cordeiro da Silva

Máster en Gestión de la Comunicación en Instituciones Públicas y Estudios de Opinión, doctorando en Comunicación y Ciencias Sociales por la Universidad Rey Juan Carlos.

assisjornalista@hotmail.com

Recibido: febrero 2012 Aprobado: mayo 2012

Resumen

El periodismo, a lo largo de su existencia se ha enfrentado a numerosas crisis para consolidar unos elementos fundamentales que le permitan fortalecer el poder de contribuir a la democracia y ayudar al ciudadano a autogobernarse. El presente artículo es fruto de una tesina presentada a la Universidad Carlos III de Madrid y utilizó el análisis de contenido cualitativo para evaluar lo que las versiones online de los principales periódicos de circulación nacional en España están entregando a la población bajo el título de periodismo online. Las conclusiones pueden ayudar al debate respecto a la idea de periodismo que se quiera proponer a la sociedad. El marco teórico fue la teoría del framing y la agenda setting.

Palabras clave: Crisis del periodismo; Elementos fundamentales; Teoría del framing; Agenda setting.

Resumo

Jornalismo, ao longo de sua existência tem enfrentado muitas crises para consolidar alguns elementos-chave que permitem que o poder de ajudar a fortalecer a democracia e ajudar os cidadãos a se governam. Este artigo é parte de uma tese apresentada à Universidade Carlos III de Madrid e utilizada análise de conteúdo qualitativa para avaliar o que é que as versões online dos principais jornais nacionais em Espanha estão a dar à população sob o título jornalismo online. As descobertas podem ajudar o debate sobre a ideia de jornalismo que pretende propor para a sociedade. O referencial teórico foi a teoria da elaboração e definição de agendas.

Palavras-chave: Crise do jornalismo, Fundamentos, teoria de enquadramento agenda setting.

Introducción

Internet llegó y lo hizo para quedarse. Suceso poco calibrado y ponderado en sus inicios, especialmente por los propios periodísticos, pero porque, ya lo sabemos, marcó una revolución en las prácticas de lectura y escritura equiparables al momento en que hizo aparición la imprenta en el siglo XV (McLuhan, 1972; Peter Burk, 2002). Si en ese momento lo que se ganaba, entre otras cosas, era la liberación de la cultura en la exclusividad de los grupos más privilegiados, ahora el triunfo consiste en la práctica de la gratuidad y, por ello, en la mayor universalidad del acceso a contenidos antes vetados para gran parte de la población.

Unido a este proceso, se expandió también el número de personas e instituciones que quisieron dejar su registro online. Así, se puede decir que desde el instante en que casi de forma inconsciente se expandió el uso del lenguaje HTML, también se difundieron las estrategias de distintos medios ya sean públicos, privados, colectivos o individuales por alcanzar la Red, por "estar ahí" (Millán, 1976: web). Los medios de comunicación periodísticos no quisieron estar ausentes y su presencia dejó y está dejando huellas de dispersión, y no de desorientación. La situación ha sido indagada y demostrada por algunas investigaciones (Da Silva, 2007; Cerezo y Juan Safra 2003) las cuales apoyadas en numerosas contribuciones anteriores han concluido que los medios periodísticos han desarrollado un mero traspaso y recorte desde el papel a la Red, permiten un exceso de información banal y generan una diversidad de nombres que no constituye una identidad particular en cada medio.

Sin embargo, el problema no es reciente y tampoco ha estado ligado necesariamente al formato online. En ese sentido, antes de defender que el periodismo está en crisis es necesario considerar que de hecho, es solo en la época contemporánea que podemos atribuir ciertos fundamentos esenciales en la actividad periodística. Es cierto que vivimos una crisis empresarial del periodismo en sus diversos formatos (que es intensificada por la actual crisis económica mundial), conforme defiende Martínez Albertos (1997, 1989), pero la crisis deontológica defendida por Kovach y Rosentiel (2003) hay que considerarla con un poco de prudencia. Estar de acuerdo con el diagnóstico contrario es pasar por alto que el periodismo profesional data tan solo del siglo diecinueve y que "el periodismo" es un concepto que tiene su propia historicidad. En sus inicios, los "periódicos" impresos eran marcadamente políticos y unilaterales (Iglesias, 1989), con grandes porcentajes de espacio dedicado a la publicidad y la vida social de las clases privilegiadas (Seoane y Sáiz, 1996).¹ La profesionalización de la prensa es un hecho solo

del siglo XIX y aún del XX, desapareciendo por completo en períodos de efervescencia política y en etapas de guerra (Iglesias, 1989). En vista de ello, la normatividad que se constituye en esencia del profesionalismo del periodista es una nota reciente y que probablemente no ha impregnado las prácticas, precisamente, porque choca con el modo de financiamiento de la entidad generadora de la información.

Este artículo presenta los resultados obtenidos por nuestra investigación en el cual hemos realizado un análisis de los elementos fundamentales del periodismo presentes en las versiones online de los tres mayores periódicos de España (El País; El Mundo; ABC). Ello pretendió aportar evidencia respecto de qué estos medios están ofreciendo a la ciudadanía bajo el título de periodismo y si ello tiene relación con las metas propuestas por un periodismo que aporte temáticas que fortalezcan el sistema democrático.

Marco teórico

Así, habiendo contextualizado el problema que compete a esta investigación, hemos aplicado la teoría de la *agenda setting* (McCombs e Shaw, 1996) para el análisis. No fue comparado la agenda del público con la agenda del medio, pero sí se ha trabajado para decir cuál es la propuesta de los medios online al público, qué es lo importante para ellos en relación a lo que el público debiera conocer. O sea, fue investigada la agenda que los medios presentan al público.

Objetivos de la investigación

El objetivo general consistió en examinar los elementos fundamentales del periodismo presente en *El mundo.es*, *ELPAIS.com* y *ABC.es* y determinar si estos medios proponen o presentan algún rasgo que permita calificarlos como transmisores de una información de calidad y de una agenda que permita al ciudadano tomar decisiones en una sociedad democrática.

Con la determinación de llevar a cabo ese objetivo, fueron planteados los siguientes objetivos específicos: a) Caracterizar los elementos fundamentales del periodismo; b) Analizar cuantitativa y cualitativamente las portadas de las ediciones de los medios informativos señalados; c) Determinar cómo Internet modifica el poder de la agenda del periodismo practicado por los medios analizados

Metodología

Nuestra tesina está en sintonía con la idea de que "los medios juegan un papel relevante en la dirección de la

¹ En el siglo XVIII se registra el que constituye el primer "diario" español (no periódico ni semanario), cuyo nombre indica precisamente sus contenidos "Diario noticioso, curioso-erudito, comercial, público y económico" (vide Seoane y Sáiz, 1996).

atención sobre determinados temas”, hipótesis que ha sido estudiada por diversos autores y especialmente demostrada por McCombs y Shaw (1972). Por lo tanto, la metodología utilizada en nuestra tesina buscó observar qué es lo que entregan los periódicos online² al público. Para ello hemos medido la cantidad de información presente en los medios analizados. Si lográramos observar la predominancia de informaciones las contrastaríamos con los elementos fundamentales del periodismo, a ejemplo de los que han sido enunciados por Kovach y Rosentiel (2003), en “Elementos del periodismo”.

Unidad de análisis y tamaño de la muestra: Se ha considerado como unidad de análisis la portada de cada uno de los periódicos online investigados (elmundo.es; elpais.com; abc.es) entre el día 05 y 11 de agosto de 2010, siempre a las 14 horas. En total se ha trabajado con una población de 21 unidades de observación (21 portadas). Tratase de un micro-análisis de caso, efectuado sobre un periodo de tiempo muy limitado que no permite generalizaciones y cuyo valor es el de muestra con todas las limitaciones. Pero basándonos en estudios anteriores³ que han utilizado la misma metodología, creemos que el tamaño de la muestra tomada fue suficiente para lograr la consecución de nuestros objetivos, una vez que lo que hemos buscado fue detectar, con un criterio de sincronía, qué es lo que los referentes online de los principales periódicos de circulación nacional de España están entregando al público considerándose toda la discusión en torno a la definición y respeto a unos elementos básicos para el periodismo, que le otorgarían el poder de sujeto social importante en una sociedad democrática.

Nuestra muestra ha utilizado el análisis de contenido cualitativo⁴. El análisis mismo está dividido en 8 apartados temáticos que buscan, conforme ya hemos dicho, definir lo que hay de publicidad y promoción y de información en cada portada analizada. Los apartados elegidos fueron: 1 – Sucesos, 2 – Sociedad, 3 - Internacional, 4 – Política, 5 Economía, 6 – Cultura, Ciencia y tecnología; 7 - Deportes y espectáculos; 8 – Publicidad y Promoción.

Resultados

La observación de la agenda propuesta por los medios nos permite decir que el periodismo entregue no cumple el rol esperado en una sociedad democrática, presentando noticias superficiales y contribuyendo a la creación de personas que “algo saben” de la realidad nacional.

Los números de la agenda:

El gráfico N° 1 trata de la suma de los resultados finales en los tres medios destacándose los apartados temáticos “Publicidad y Promoción” y “Deportes y espectáculos”, que fueron los dos con mayor número registrado. En el gráfico N° 2 presentamos los números del apartado de política. La pregunta que si puede hacer es, esta agenda noticiosa es realmente la más importante para una sociedad que necesita de un periodismo que tenga el poder de ayudarlo a autogobernarse en un contexto de democracia, tal como lo defienden Kovach y Rosentiel (2003)?

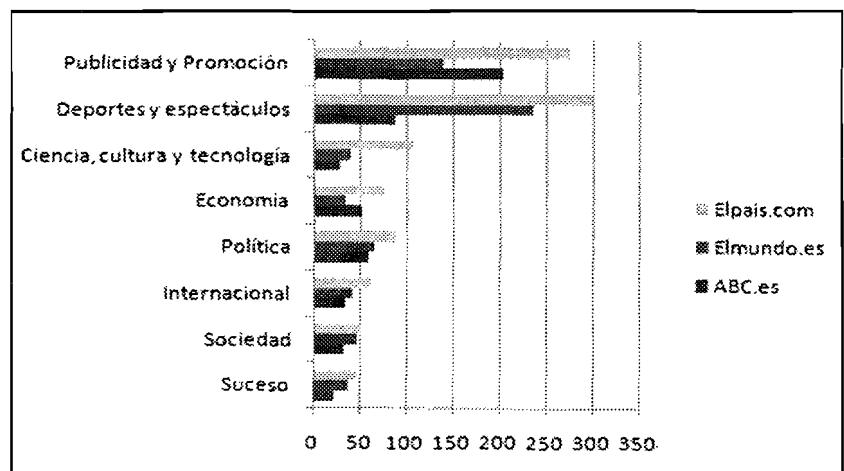


Gráfico N° 1: Resultado total del análisis con “Publicidad y Promoción” y “Deportes y espectáculos”. Fuente: Elaboración propia.

Conforme ya hemos expuesto, el gráfico N° 1 presenta los resultados totales incluyéndose la “Publicidad y Promoción”, y “Deportes y espectáculos”, y destaca una fuerte presencia de estos en todas las portadas de los medios investigados. En el caso de la publicidad y promoción, todo ello sin perjuicio de las secciones destinadas exclusivamente a vender productos y todo tipo de publicidad. El medio que más publicidad y

2 Nuestra muestra es compuesta por los referentes online de los 3 mayores periódicos de circulación nacional de España: abc.es; elmundo.es; elpais.com.

3 Investigadores de la Universidad Santiago de Compostela en el estudio “Información periodística en Internet: ¿versiones digitales de los diarios impresos o cybermedios?”, disponible en: http://cicr.blanquerna.url.edu/2005/Abstracts/PDFsComunicacions/vol1/05/LIMIA_ISASI_PEREIRA_LOPEZ.pdf, han realizado un estudio de 5 días con análisis de contenido para observar las características de lo que si podría llamar de periodismo online en el año de 2005, presentes en los periódicos online de Galicia. Para ello tomaron como unidad de análisis las portadas de los periódicos online gallegos entre los días 17 y 21 de enero de 2005.

4 Lo mismo lo hizo el estudio “Periodismo en la era de internet” (Diezhandino Nieto, 2003), donde “para el análisis de contenido se tomó una muestra representativa de 22 medios, de los que se analizaron sólo las portadas” más 24 entrevistas con profesionales del área.

promoción presenta es *Elmundo.es*, seguido por *Elpais.com* y *ABC.es*. La portada de *abc.es* fue siempre la más pequeña del análisis, lo que justifica que no presente tanta publicidad y promoción como *elmundo.es* o *elpais.com*.

Del porcentaje de las noticias políticas vemos en el gráfico N° 2 que pocas noticias podemos considerar de interés público. Hecho que nos indica como si ha direccionado la agenda, considerando lo que ya hemos expuesto a este respecto en el apartado de la metodología.

Relevancia

En el apartado de la relevancia hemos analizado lo que valora el medio como más importante en cada portada en las 3 primeras noticias de la columna izquierda, una vez que consideramos que esta es la columna en que los medios entregan las principales noticias. Considerando que fueron 3 los medios analizados y 3 noticias por medio, cada día fueron analizadas 9 noticias. Los resultados fueron divididos de la siguiente manera: 1 - Resultados

y gráfico considerándose la Publicidad; 2 - Resultados y gráfico sin considerarse la Publicidad.

Relevancia con publicidad:

En el gráfico N° 3 presentamos los resultados contabilizándose las veces en que lo que tiene mayor relieve son los anuncios publicitarios, muchas veces exactamente en el sitio donde estarían las noticias principales.

Relevancia sin publicidad:

Conforme hemos destacado en nuestra metodología, presentamos aquí los resultados de la relevancia sin la publicidad. Así se podrá comparar las temáticas destacadas con mayor importancia en las aperturas de portada de los medios. Si no consideramos la alta incidencia de publicidad percibiremos que estos han reservado la relevancia a 4 apartados temáticos, los cuales son: en primer lugar "Política", en segundo "Economía". El tercer lugar se lo reparten "Deportes y espectáculos" y luego después viene el apartado "Internacional".

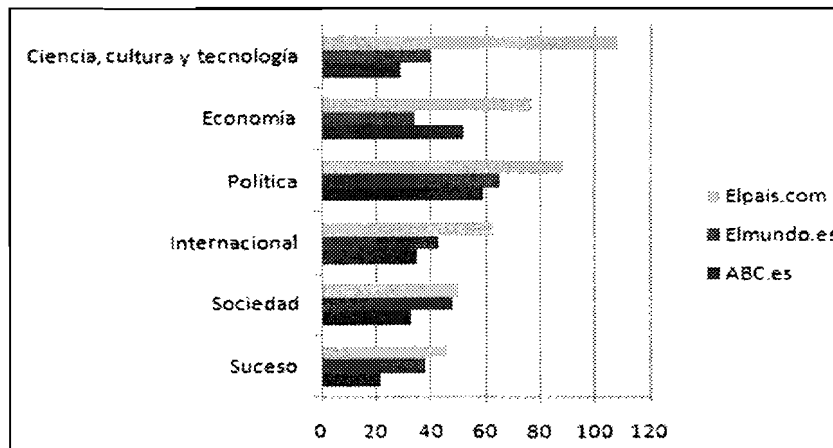


Gráfico N° 2: Comparación entre noticias políticas con tratamiento de interés público y sin interés público. Fuente: Elaboración propia.

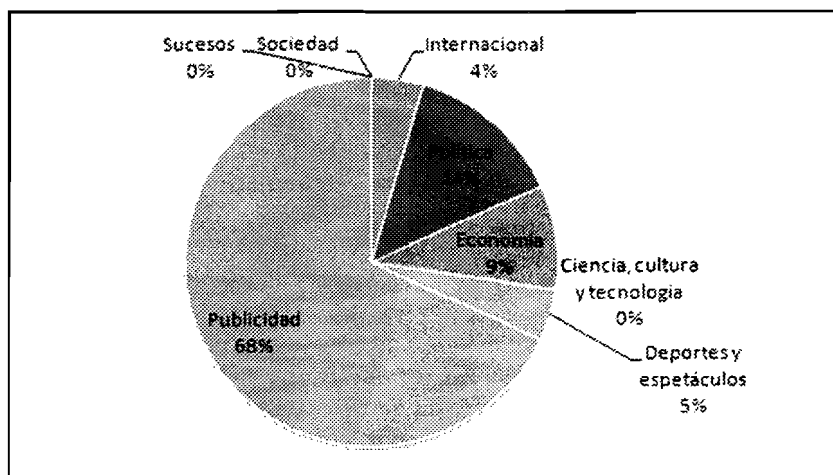


Gráfico N° 3: Suma de la relevancia considerándose la publicidad. Fuente: Elaboración propia.

Prominencia

Hemos visto hasta ahora la cuantificación del número de veces que los medios reservan a los apartados temáticos trabajados en nuestra investigación. Ahora vamos analizar un aspecto que puede profundizar nuestro análisis respecto al relieve con lo cual es tratada cada una de las temáticas que presentamos en los resultados hasta ahora. Tratase de la prominencia con que se aborda cada uno de los temas. Los temas en sí mismos no están totalmente relacionados con la información que un ciudadano debe tener para decidir sobre aspectos que le influyen en la sociedad. Además de ello, se agrega que lo poco que se entrega de información de interés público/general se hace en menor profundidad y con menos apoyos gráficos y audiovisuales que los destaques dados a la publicidad y promoción, los deportes y espectáculos y a la política partidaria. Veamos lo expuesto en el gráfico N° 5:



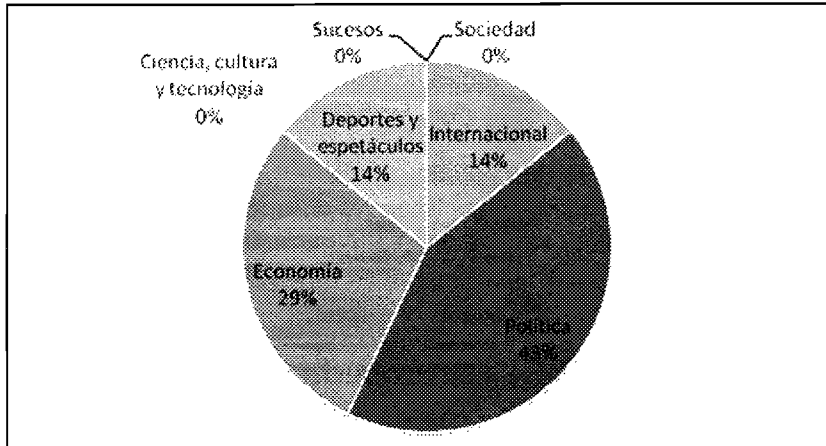


Gráfico Nº 4: Relevancia sin considerarse la publicidad Fuente: Elaboración propia.

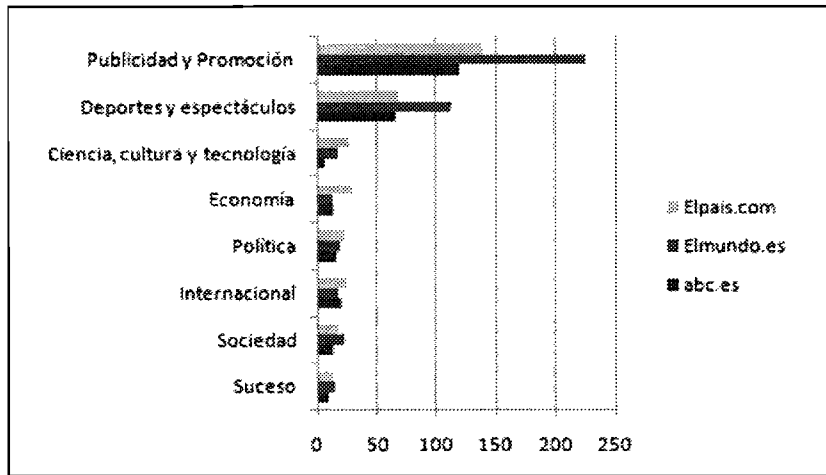


Gráfico Nº 5: Prominencia alta Fuente: Elaboración propia.

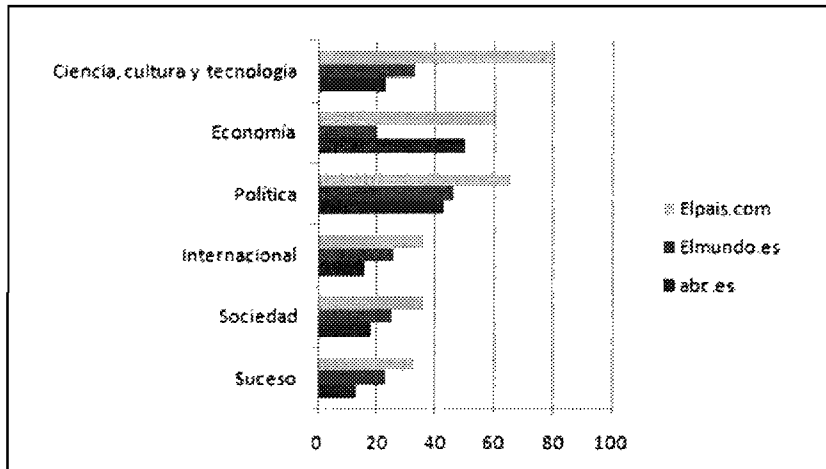


Gráfico Nº 6: Prominencia baja. Fuente: Elaboración propia.

Ya hemos visto que la prominencia alta es reservada a la publicidad, promoción, deportes y espectáculos, ahora, abajo presentamos los apartados que tienen menor prominencia:

entregue por los medios online y los "elementos del periodismo", ni tampoco caracterizar dichos elementos de manera consensuada.

Conclusiones

Las conclusiones presentadas en este estudio consideraron las discusiones del "Estado de la cuestión", consecuentemente los estudios ya realizados y los resultados de nuestro análisis, en la tentativa de contestar a la pregunta: ¿En qué medida medios online de información como *ABC.es*; *Elmundo.es*; *Elpais.com* están respetando o cambiando los principios básicos del periodismo en el ámbito de entregar información que permita a los individuos de una sociedad democrática tomar decisiones y/u opciones analíticas sobre los problemas que afectan a la ciudadanía.

Nuestro deseo era presentar una respuesta que considerara el contraste entre los elementos básicos del periodismo y lo que se está entregando al público bajo el nombre de 'periodismo online' en las versiones en internet de los 3 principales periódicos españoles de circulación nacional. Con ello cumpliríamos nuestro primero objetivo específico. Pero no nos fue posible realizar esta labor por dos motivos: 1º - Los elementos básicos del periodismo no están todavía consolidados, tal como lo defienden Kovach y Rosentiel. Son más bien un horizonte a seguir. 2º - Además de ello, hay otros autores⁵ que a pesar de defender el respeto a unos principios deontológicos básicos para el periodismo, no están necesariamente alineados con los elementos de Kovach y Rosentiel. O sea, hay que esperarse una formulación consensuada para decidir cuáles son los elementos básicos del periodismo. En consecuencia de lo expuesto no podemos todavía hacer una comparación entre el periodismo

5 A ejemplo de *Martínez Albertos* (1989;1997)

No obstante, respecto a nuestros objetivos específicos 2 y 3, nuestro estudio presentó resultados preocupantes para todos los que defienden unos principios deontológicos para el periodismo, sea impreso o en la internet. Nuestros resultados contestan que internet modifica el poder de la agenda del periodismo entregando al público un producto travestido de periodismo pero que presenta muy poco de interés general, caracterizándose el género periodístico como un servicio más de estos medios. Tal como lo predecía una de las conclusiones del informe del Pew Ressearch Center, titulado "State of the News Media 2010" sobre la actual tendencia del periodismo que si produce en internet. Los números presentados en el apartado de los resultados de nuestro estudio además de corroborar la conclusión del informe son preocupantes y nos permiten decir contundentemente que a pesar de no ser posible contestar nuestra pregunta de investigación, una vez que los principios básicos del periodismo todavía siguen sin consolidarse, el nombre periódico/periodismo es hoy una estrategia de marketing para vender productos, publicidad y promover personas o partidos políticos en nuestra sociedad.

Aclarada la cuestión de la respuesta a nuestra pregunta y objetivos, concluimos esta tesina destacando que tras

revisar las cifras de nuestro análisis, nos permitimos indicar que las noticias se diluyen dentro de toda la gama de servicios que ofrecen los portales. Las noticias son entendidas por la redacción como un servicio más, pero un servicio como los otros, inmediato, momentáneo, presentando una agenda con poco interés público o general, donde la información noticiosa tiene poca prominencia. Muy poco se puede hablar de elementos fundamentales del periodismo en un espacio en el que las informaciones que permiten un desarrollo ciudadano dentro de la democracia, tienen un poder relativamente escaso, en un espacio donde lo que hay es un periodismo sin poder.

Consideramos que investigaciones posteriores deberían evaluar los elementos del periodismo comunes en todos los autores que los han intentado clasificar, para así proceder a un trabajo de clasificación y caracterización de dichos elementos y posterior contraste entre estos y el periodismo online actual. Dicho estudio quizás debería ser realizado con una muestra más exhaustiva y que se extendiera a otros países para así entregar resultados y conclusiones que se puedan aceptar como generales y provenientes de distintos países y contextos.

Bibliografía

- Asociación Globalzate. "Análisis de 100 portadas del periódico El Mundo en 2007", Creative Commons, www.globalzate.org, 30 de noviembre de 2007;
- Burke, Peter, "De Gutenberg a Internet. Una historia social de los medios de comunicación de masas", Santillana, Madrid, 2002.
- Cerezo, José M. y Juan M. Zafra, "El impacto de Internet en la prensa", en Cuadernos. Sociedad de la Información, N° 3, Fundación AUNA, Madrid, 2003.
- Conboy, Martin y John Stell, "The future of Newspapers, Historical perspectives", Journalism Studies, Volume 9, Number 5, 2008, pp. 650-661.
- Da Silva, José Alfonso, "La homogeneidad de la cobertura periodística en línea. Un estudio de caso de tres portales brasileños", en Razón y Palabra, N° 30, <http://www.razonypalabra.org.mx/antiores/n30/adasilva.html>
- Diezhandino Nieto, María Pilar (coord.), Periodismo en la era de Internet: claves para entender la situación actual de la información periodística en España, Ariel, Madrid, colección Fundación Telefónica, 2007.
- Diezhandino Nieto, María Pilar (coord.), Periodismo digital en tiempos de crisis, Ariel, Madrid, colección Fundación Telefónica, 2009.
- Iglesias, Francisco "Reorganización de la prensa y nuevas empresas periodísticas", en Álvarez, J.T. (et al.), Historia de los medios de comunicación en España: periodismo, imagen y publicidad (1900-1990), Barcelona, Ariel, 1989.
- Kovach, Bill y Rosentiel, Tom, "Los elementos del periodismo", Madrid, Santillana, 2003.
- Martínez Albertos, José Luis. "El lenguaje periodístico". Madrid, Paraninfo, 1989.
- Martínez Albertos, José Luis. "El ocaso del periodismo". Madrid, Editorial Cims, 1997.
- Mcluhan, Marshall, "La Galaxia Gutenberg. Génesis del Homo Typographicus", Madrid, Aguilar, 1972.
- McCombs, Maxwell. Y Donald Shaw, "The agenda setting function of mass media": Public Opinion Quarterly. Vol. 36, No. 2 (Summer, 1972), pp. 176-187.
- McCombs, Maxwell, "Influencia de las noticias sobre nuestras imágenes del mundo". En J. Bryant, y D. Zillmann, Los efectos de los medios de comunicación. Investigaciones y teorías, Paidós, Barcelona, 1996.
- McCombs, Maxwell, "The Agenda-Setting role of the Mass Media in the shaping of public opinion", 2002. <http://www.utexas.edu/coc/journalism/SOURCE/faculty/facul/mccombsmain.htm>
- Millán, José Antonio. "Del papel a la Red", en <http://jamillan.com/papelred.htm>
- Seoane, María Cruz y María Dolores Sáiz, "Historia del periodismo en España". 1. Los orígenes. El siglo XVIII, 2. El siglo XIX y 3. El siglo XX, Alianza, Madrid, 1983-1996.
- Serrera Cobos, Pedro "¿Quién mueve los hilos en Internet y cómo se financia?", en Revista Dintel, N° 1, septiembre de 2009, pp. 86-87. <http://www.revistadintel.es/Revista/Numeros/Numero1/TyG/Serrera.pdf>
- Silva Junior, José Alfonso, "La homogeneidad de la cobertura periodística en línea. Un estudio de caso de tres portales brasileños", en Razón y Palabra, N° 30.



Los estudios de comunicación social/ periodismo en el Ecuador

Una visión crítica al rol de la universidad y la academia

María Isabel Punín Larrea

Ecuatoriana, PhD en Comunicación y Periodismo, profesora investigadora de la Universidad Técnica Particular de Loja (UTPL). Ecuador

mipunin@utpl.edu.ec

mariaisabelpunin@gmail.com

Recibido: marzo 2012 Aprobado: mayo 2012

Resumen

El presente artículo hace una revisión cronológica y crítica de los principales aportes académicos de las escuelas y facultades de comunicación social/periodismo y áreas afines en el país.

Identifica las principales tendencias formativas implementadas en las institucionales educativas antes mencionadas, así como los problemas que enfrentan docentes y futuros comunicadores sociales.

Concluye con una serie de recomendaciones de orden administrativo y académico para mejorar la formación de comunicadores sociales en el país, considerando de manera principal las demandas que se generan la sociedad de la información y la convergencia mediática.

Palabras claves: Comunicación, educación, universidad, Ecuador

Resumo

Este artigo apresenta uma revisão cronológica e crítica das principais contribuições acadêmicas de escolas e facultades de comunicação social e jornalismo e áreas afins no país.

Identifica as principais tendências em matéria de formação implementadas em instituições de ensino e os problemas que enfrentam os professores e futuros jornalistas.

Ele conclui com uma série de recomendações para apoio administrativo e acadêmico para melhorar a formação dos jornalistas no país, considerando as demandas da principal forma de gerar a sociedade da informação e convergência de mídias.

Palavras-chave: Comunicação, educação, universidade, Equador.

Los estudios de comunicación social periodismo en el Ecuador. Algunos apuntes históricos

En el Ecuador, el primer intento de formar a los periodistas dentro de las aulas universitarias, data de la década del 40, estuvo a cargo de la Universidad Central del Ecuador y la Universidad Estatal de Guayaquil, ubicadas en los principales polos productivos del país, Quito y Guayaquil.

Las primeras universidades del Ecuador están entre las más antiguas de América Latina, pero no entre las más prestigiadas, fueron influenciadas por los modelos españoles de marcada filosofía escolástica.

Según Fernando López, actual director de la Facultad en la Universidad Central del Ecuador, en 1943 se realiza el primer curso de periodismo en el país, en 1945 se crea la escuela de Comunicación Social, y en 1985 esta escuela pasa a formar parte de lo que hoy se conoce como la Facultad de Comunicación Social de la Universidad Central del Ecuador.

Paralelamente 1945 se crea, en la ciudad de Guayaquil, la Escuela de Información de la Universidad Estatal del Guayaquil. Estos dos centros educativos se establecieron vía decreto emitido por el Congreso Nacional.

Su implementación estuvo auspiciada de manera particular por un grupo de directivos de diarios como: El Comercio y El Universo, y por periodistas como: Abel Romeo Castillo, Carlos Alvarado Loo, entre otros.

En 1976, la propuesta académica de la Universidad Estatal de Guayaquil se convierte en escuela de Comunicación Social, adscrita al rectorado de la Universidad de Guayaquil. En la capital Quito, en los ochenta se consolida la Facultad de Comunicación de la Central. Algunos de sus primeros graduados se insertaron de manera natural en los diarios de mayor circulación de las ciudades de Quito y Guayaquil.

En la década del 90, se produce en el país una inusitada proliferación de facultades y escuelas de comunicación, con diversas especializaciones, desde las puramente técnicas y tradicionales (periodismo impreso, radio, TV, publicidad, marketing). Lo cual, evidencia de que la oferta académica en el país, obedece a las exigencias del mercado.

“En la formación profesional de los comunicadores sociales del país, predominan la parcelación y el carácter

instrumental de los conocimientos y de los contenidos, por exigencias del mercado laboral, sin considerar las necesidades y demandas sociales”¹

Para el periodista cuencano y decano de la facultad de Comunicación Social de la Universidad de Cuenca, centro público, Fernando Ortiz, el mayor aporte de las escuelas y facultades de comunicación en el país ha sido consolidar una nueva valoración profesional. “Se ha logrado una adecuación conceptual con los grandes debates y exigencias de la profesión”² a tono con los debates del mundo.

Las escuelas y facultades de Comunicación en el país, ha decir de Ortiz, han vivido dos momentos, que podría resumirse así: Un primer momento marcado por la ideología de izquierda; los periodistas se formaban bajo una óptica marxista; los medios de comunicación eran unos enemigos que había que combatir.

En este esquema se formaron algunos dirigentes y guerrilleros ecuatorianos, quienes usaron los medios desde la visión de la comunicación contestataria, que combatió al sistema dominante. Época que según Ortiz estaría superada en el Ecuador.

Un segundo momento, marcado por la tendencia neoliberal que dominó al mundo. Se estudian las relaciones públicas, la comunicación organizacional. La formación de comunicadores sociales es apolítica.

Hay acercamientos puntuales con la empresa periodística del país para fortalecer la formación de los futuros profesionales, usando la figura de pasantías, que han merecido todo tipo de críticas positivas y negativas también.

Según Ortiz Vízquez prevalece aún una distancia permanente entre la empresa periodística y la universidad pública, en especial. Subsiste aún un error, en la universidad “seguimos formando obreros de la comunicación”. Falta una visión empresarial que debe estimularse en las aulas, como una salida creativa a los problemas que tiene el mercado laboral.

La estructura universitaria de las escuelas y facultades de Comunicación Social / periodismo en Ecuador

Con fecha 2012, en el Ecuador existen 26 y facultades de Comunicación Social y sus otras vertientes del

1 Revista Textos y contextos (2009). La formación de comunicadores sociales. Fundamentos teórico del proceso de formación profesional de la carrera de Comunicación Social de la Universidad Central del Ecuador. Editorial: Sol ecuatorial

2 Las versiones del Lic. Ortiz, fueron recogidas de una entrevistas personal realizada en la ciudad de Cuenca, en mayo del 2011

conocimiento, por lo cual el perfil y las salidas profesionales son diversas, como lo explicaremos más adelante.

En el Ecuador los centros de estudios dedicados a la formación de comunicadores sociales y áreas afines, cronológicamente se han ido consolidándose académicamente de la siguiente manera:

FACULTAD	AÑO DE FUNDACIÓN	UBICACIÓN
Universidad de Guayaquil – Facultad de Comunicación Social	1945	Guayaquil
Universidad Central del Ecuador - Facultad de Comunicación Social	1945	Quito
Universidad Interamericana del Ecuador – Facultad de comunicación Social	1947	Riobamba
Universidad de Cuenca – Facultad de Comunicación Social	1954	Cuenca
Universidad del Azuay – Escuela de Comunicación Social	1989	Cuenca
Universidad Nacional de Loja – Carrera de Comunicación Social	1989	Loja
Universidad Técnica Luis Vargas Torres – Escuela de Comunicación Social	1989	Esmeraldas
Universidad Técnica de Machala – Escuela de Comunicación Social	1991	Machala
Universidad Técnica de Ambato –Facultad de jurisprudencia y Ciencias Sociales – Carrera de Comunicación Social	1992	Ambato
Universidad Internacional del Ecuador – Facultad de Ciencias Sociales y Comunicación	1994	Quito
Universidad Católica de Santiago de Guayaquil - Facultad de Filosofía, Letras y Ciencias de la Educación – Escuela de Comunicación Social	1995	Guayaquil
Pontificia Universidad Católica del Ecuador – Escuela de Comunicación Social	1997	Quito
Universidad Andina Simón Bolívar – Especialización maestrías en Comunicación Social	1999	Quito
Universidad Casa Grande Facultad de Comunicación Mónica Herrera	1999	Guayaquil
Universidad Técnica Particular de Loja – Escuela de Comunicación Social	2000	Loja
Universidad Santa María – Carrera de Gestión de Diseño y Comunicación Visual	2000	Guayaquil
Universidad Estatal de Bolívar – Escuela de Comunicación Social	2003	Guaranda
Universidad Estatal de Bolívar – Escuela de Comunicación Social	2003	Guaranda
Universidad Estatal de Milagro	2004	Milagro
UTE – Carrera de Periodismo	2004	Milagro
Universidad Nacional de Chimborazo - Carrera de Comunicación Social	2009	Riobamba
Universidad Politécnica Salesiana	2009	Guayaquil
Universidad Particular San Gregorio de Portoviejo Carrera Profesional de Periodismo	2010	Portoviejo
Universidad Católica de Cuenca Facultad de Ciencias de la Información y Comunicación Social	2010	Cuenca
Escuela Superior Politécnica del Litoral - Escuela de Comunicación Social	2010	Guayaquil
Universidad Técnica de Babahoyo	2010	Babahoyo

Elaboración: Autora

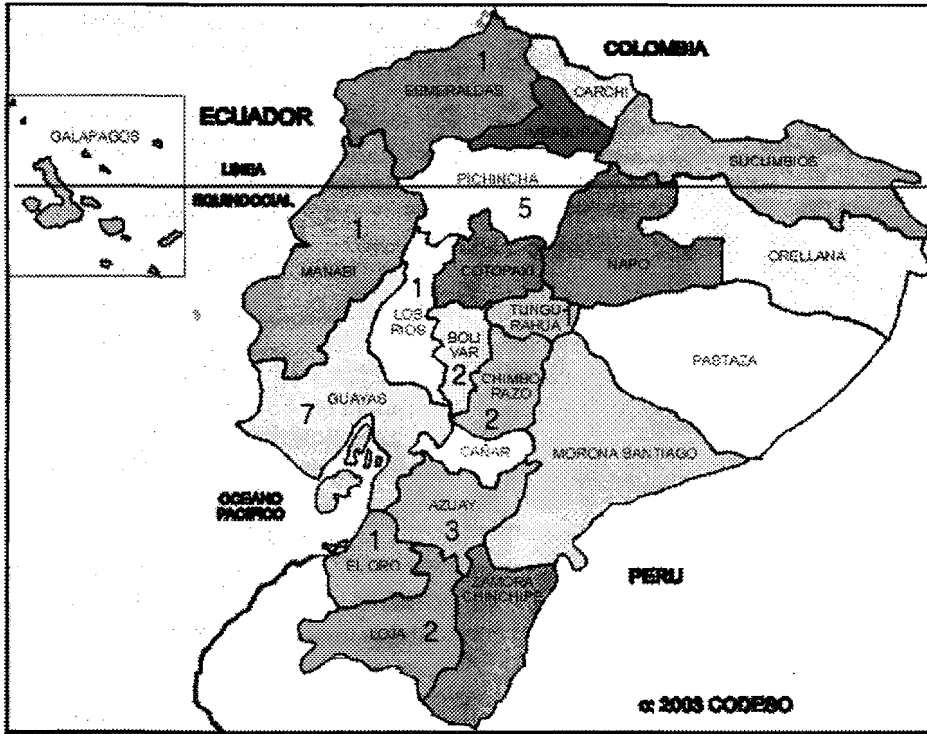


Gráfico 1: mapa geográfico de la estructura general del país, de las escuelas y facultades de Comunicación.

La mayor concentración de las propuestas académicas está en Quito, Guayaquil y Cuenca, aunque es importante destacar que la Universidad Técnica Particular de Loja (UTPL), ofrece la carrera de Comunicación Social, en su modalidad de estudios a distancia, y cuenta con más de seiscientos estudiantes, en cada ciclo académico.

Es importante mencionar que el país bajo el auspicio y liderazgo del gobierno nacional se realizó un proceso de evaluación y acreditación de la Universidad Ecuatoriana por medio del Consejo Nacional de Evaluación, Acreditación y Aseguramiento de la calidad de la Educación Superior del Ecuador (CONEA), otorgando categorías A, B, C, D y E.

Analizando la estructura general del país, en cuanto a las escuelas y facultades de Comunicación. El mapa geográfico quedaría estructurado según se muestra en el gráfico 1

Del total de facultades y escuelas de comunicación que existen en el país 10 son de carácter público, que son a su vez las más antiguas y con mayor número de estudiantes, el resto corresponden a universidades cofinanciadas y/o privadas de reciente creación.

Lo cual, por supuesto, no es un fenómeno ecuatoriano únicamente; veamos por ejemplo, lo que dice Francisco Sierra Caballero (1998), en su artículo: *"La comunicación total el reto de la revolución del conocimiento"*. Publicado por el Instituto Europeo de Comunicación y Desarrollo:

"El binomio Universidad/Empresa ha sido progresivamente instalado en el mismo corazón de los programas asumidos por todas las políticas culturales de raigambre educativa. Competitividad, modernización, calidad y excelencia académica son los conceptos-anzuelo instrumentados a modo de panoplia por el nuevo discurso publicitario del capital que la contraofensiva conservadora ha generalizado privatizando el conocimiento : directamente, mediante la eclosión de universidades e institutos de investigación privados, e indirecta sumisión de los principios modernizadores de la globalización". (SIERRA, 1998).

En el Sistema de Educación Superior del Ecuador (2011) se encuentran registrados 72 centros de estudio de educación superior. Los mismos que han sido reagrupados de acuerdo a su correspondiente categoría académica.

En la categoría A, es decir con la máxima en su evaluación están 11 universidades, de estas 11 universidades 7 de ellas ofrecen la carrera de comunicación social y/o sus otras vertientes del conocimiento y aplicación.

Las universidades en el grupo A son:

1. Pontificia Universidad Católica de Quito
2. Universidad Central del Ecuador
3. Universidad de Cuenca
4. Universidad del Azuay
5. Universidad San Francisco de Quito
6. Universidad Técnica de Ambato
7. Universidad Técnica Particular de Loja

En la categoría B se ubicarían también 7 universidades que cuentan con escuelas y facultades de Comunicación:

1. Universidad de Guayaquil
2. Universidad Nacional de Loja
3. Universidad Estatal de Bolívar
4. Universidad Nacional de Chimborazo
5. Universidad Politécnica Salesiana
6. Universidad Técnica Del Norte

7. Universidad de Las Américas

El resto de universidades, que son las que no se encuentran ubicadas en capitales de provincia, se ubican en la categoría C y D, con el evidente peligro de cerrar su oferta académica, debido al incumplimiento de los estándares de calidad, esto según los resultados que presentará el Consejo Nacional de Evaluación de la Educación Superior (Conesup/2009).

En cuanto a las acreditaciones y certificaciones internacionales, se evidencia que la Escuela de Comunicación Social de la Universidad Técnica Particular de Loja, realizó un proceso de acreditación con el Consejo Latinoamericano de Acreditación de la Educación en Periodismo (CLAEP) a finales del 2010. No hay evidencias de otro tipo de acreditaciones internacionales por parte de las restantes ofertas académicas.

Dentro del ámbito latinoamericano y también recurrente en el Ecuador, se cuestiona el rol que las escuelas de periodismo y comunicación adquieren en torno a las dinámicas que dan forma a la profesión, producto de su falta de definición académica; su escasa vinculación con la sociedad (BARBERO, 1989). En palabras del maestro colombiano Gabriel García M, "se enseñan muchas cosas útiles para el oficio, pero muy poco del oficio mismo" (GARCIA, 1996)

Lo cual podría derivarse en un problema mayor "que las escuelas de periodismo y las facultades de comunicación hoy se enfrentan a la dificultad de unir de manera armoniosa el contenido de las técnicas periodísticas, con las bases teóricas y el estudio de la comunicación social" (MELLADO, 2001). Lo amplio y multifacético de la comunicación a decir de Mellado permite que el Periodismo comience a transformarse en una actividad profesional poco definida, y en algunos casos sea más bien vista como un oficio cualquiera.

Se cuestiona, además, la incapacidad de conjugar su proyecto de identidad con las salidas profesionales de sus egresados (HERNÁNDEZ & SCHWARZ, 2008). Como una debilidad frecuente y constante en las ofertas formativas.

Problemas que enfrentan las escuelas y facultades de comunicación

En el caso particular de Ecuador las escuelas y facultades de Comunicación Social, se enfrenten a los siguientes problemas, que han limitado su desarrollo y su aporte al universo de la investigación aplicada, función fundamental de toda universidad.

Los criterios que se exponen a continuación han sido evidenciados de manera particular, gracias al contacto con académicos, periodistas en ejercicio y la empresa periodística, que a manera de resumen presentamos así:

a.- Bachilleres sin fundamentos

Existen problemas muy recurrentes en relación a la comprensión de la lectura y la expresión de ideas básicas de lo escrito. La situación varía más aún cuando el estudiante proviene de sectores rurales.

Veamos algunas estadísticas para poder contextualizar esta problemática. Según J. J Brunner (1990) en Ecuador gastamos un 5.5% del total mundial en educación, tenemos menos del 4% de los ingenieros científicos trabajando en laboratorios de investigación y desarrollo, nuestros autores científicos con menos del 2% de las publicaciones registradas a nivel mundial y además solo tenemos un 1% de los hosts de internet y patentes registradas por latinoamericanos en EE.UU al 0.2%.

Si revisamos cifras más actuales el índice de desarrollo humano en el país es 0.720, esto según Human Development Report 2011. Sustainability and Equity: A Better Future for All. New York: United Nations Development Programme. Según este mismo informe la tasa de alfabetización de personas mayores a 15 años es de 91.0%, es decir 1.4% superior a la de nuestro vecino Perú. Volviendo al ámbito universitario el número de publicaciones estaría distribuido de la siguiente manera:

#	Nombre de la universidad	IBE ⁴	LAC ⁵	PC	CI	CCP	IQ
1	Universidad San Francisco de Quito	251	175	276	92,4	1,50	70,3
2	Pontificia Universidad Católica del Ecuador	306	222	180	78,3	1,10	51,1
3	Escuela Politécnica Nacional	362	276	131	78,6	1,10	58,8
4	Escuela Superior Politécnica del Litoral	433	338	77	83,1	0,80	39
5	Universidad Central del Ecuador	510	410	50	66	0,70	52
6	Universidad Católica de Santiago de Guayaquil	538	435	43	46,5	1,90	51,2
7	Universidad de Cuenca	542	438	42	88,1	1,30	66,7
8	Universidad de Guayaquil	587	478	34	61,8	0,50	26,5
9	Universidad Nacional de Loja	639	527	26	92,3	1,20	69,2
10	Universidad Técnica Particular de Loja	641	529	25	40	1,00	32

De nuestro acercamiento con los principales autores del proceso formativo de Comunicadores Sociales en el país, la formación básica de los estudiantes, ha sido un tema citado como una debilidad evidente y frecuente independientemente de la clase social, y sería más bien un vacío del sistema escolar que la universidad de manera inevitable hereda, pero que tampoco puede solucionar.

Consultamos a uno de los periodistas ecuatorianos de amplia trayectoria en el país, Francisco Febres Cordero, su criterio valorativo en relación a la formación de comunicadores sociales en las universidades ecuatorianas, quien reconoció que hay grandes avances en la formación sobre todo en la diversidad de ofertas que existen tanto en universidades privadas como públicas, en primera instancia.

Para Febres Cordero, el problema más grave está en la errada concepción de los estudiantes que deciden estudiar comunicación social y periodismo "Me parece que hay un distorsión en la concepción del oficio.

Hay chicos que confunden el periodismo con ser estrellas de televisión. O hay alumnos que ingresan a las facultades por marketing o relaciones públicas. Pero la conciencia de que el oficio es duro, que es necesario leer, ser autocríticos... todavía no existe". El problema estaría a decir de él, en la ausencia de un hábito básico de lectura, también.

b.- Profesores taxi

El Ecuador irá hacia donde su Universidad vaya" (HURTADO, 1992), expresó un ex presidente de la república con acierto y precisión; pese a ello, no todo el panorama es optimista. Las escuelas y facultades del Ecuador no tienen una planta docente vinculada a tiempo completo, sino por el contrario echan mano de periodistas en ejercicio o expertos de campos específicos, pero siempre la vinculación es por tareas y horas puntuales de clases.

Este grupo de profesionales presta sus servicios en dos y hasta cuatro universidades al mismo tiempo. Esta figura laboral no ha permitido la consolidación permanente de un claustro docente para debatir sobre la pertinencia y actualización de los procesos académicos.

La infraestructura y la realidad histórica de las escuelas de comunicación en el Ecuador no permitía tener

profesores a tiempo completo. " El profesor nuestro ha sido un profesor que debía dar clases en varios lugares para completar el presupuesto" (TUTIVEN, 2011),³ porque además no existe una cultura de investigación, ni esta actividad era apoyada por la estructura universitaria en general.

Hay dice Tutiven "una necesidad histórica de pagar bien primero, para luego crear las condiciones materiales para el desarrollo de la investigación" caso contrario las escuelas y facultades de comunicación seguirán siendo meramente docentes.

El Conesup en informe del 2009 (Vol. 6:19) reconoció que parte de la desmotivación docente que ya existe, está aumentando cuando los salarios, que además de ser extremadamente bajos, son con frecuencia pagados tarde; situación que es bastante común.

Pero no todo es malo en la universidad ecuatoriana. "La universidad ecuatoriana siempre ha mantenido una elevada conciencia de su responsabilidad frente al desafío de su continuo perfeccionamiento, aunque hasta los años 80, ese reto era ante todo asumido de manera individual" (FALCONI, 1997)

Según el libro titulado Misión de la Universidad Ecuatoriana para el Siglo XXI, Vol. 6:17, la investigación y la tecnología en el Ecuador son considerados de "extrema debilidad". En 1990 únicamente el 6% de los directores de proyectos de investigación tenía el título de doctorado, y 25% con título de master.

El Senacyt (2011), organismo dependiente del gobierno presenta datos muchos más abultados y alentadores, en relación al número de profesionales con título de Ph.D en el país.

AÑO	NÚMERO DE PROFESIONALES
2003	845
2004	895
2005	870
2006	1555
2007	1615
2008	2623

Fuente: Senacyt (2011) Proyecto Prometeo

Elaboración: La autora

Es importante mencionar que por las propias características y estructura de la Universidad

³ Estas versiones fueron recogidas, mediante una entrevista personal realizada en la ciudad de Guayaquil, en junio 2001, al sociólogo Carlos Tutiven, director de proyectos de investigación, comunicación y cultura de la Universidad Casa Grande.

Ecuatoriana, la mayor parte de sus actividades están centradas de manera particular en la docencia.

Según la Red de Observación de Buenas Prácticas de Dirección Estratégica Universitaria en América Latina (2011), la dedicación docente en los centros de educación superior estaría distribuida de la siguiente manera:

Carga horaria	Porcentajes
11 a 20 horas clase por semana	38.29%
1 a 10 horas clase por semana	29.8%
21 a 30 horas clase por semana	19.2%
31 a 40 horas clase por semana	12.8%

Fuente: Macias W (2011): El sistema de educación superior del Ecuador. Red de Observación de Buenas Prácticas Universitarias

Elaboración: La autora

Citemos un caso particular para graficar y ejemplarizar este hecho un profesional de comunicación vinculado a tiempo completo en la Universidad Central del Ecuador, deberá cumplir con 26 horas de trabajo a la semana, esto implica tener una carga académica, de 20 horas de clase.

"El escaso desarrollo de la investigación empírica en comunicación estaría asociado al poco reconocimiento institucional de los estudios de comunicación y a su bajo reconocimiento en el ámbito académico internacional" (SCOLARI, 2008), sumado a una escasa y débil vinculación con los cuerpos académicos líderes en investigación en el mundo.

Otro de los temas preocupantes sería el número de docentes de cuarto nivel vinculados con la

universidad, el área de ciencias sociales presente una serie de debilidades. El mapa de formación de comunicadores y periodistas en América Latina y el Caribe de la FELAFACS (2009), aunque no figura Ecuador, nos trae algunos datos interesantes en relación al número de profesores con doctorados, veamos las cifras según el gráfico 2

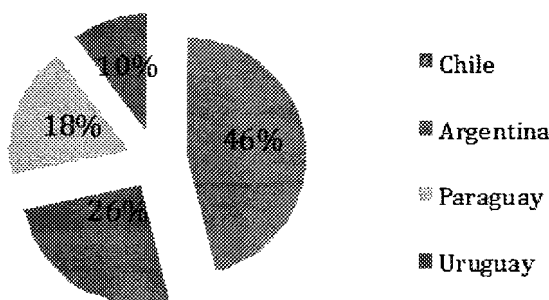
El mismo estudio realizado por el FELAFACS tiene como conclusión: "La comunicación no tendría ni objetivo de estudio, ni métodos de indagación propios, por lo que representaría una rama específica de otros campos disciplinarios. La consecuencia derivada de ello sería la dificultad para acceder a fondos de investigación, lo que explicaría la escasa producción de investigaciones en comunicación"; es decir es, un círculo complejo que requiere de la correspondencia de funciones y de responsabilidades compartidas.

c.- Amplia oferta académica

El hecho de satisfacer a las demandas del mercado ha diversificado las salidas profesionales de la comunicación. Muchos de los títulos que se ofrecen en el país tienen una amplia relación con la comunicación organizacional, las relaciones públicas y los cimientos de orden administrativo que esta área tiene.

"... en la actualidad, el principio económico domina la mayoría del mercado formativo en materia de comunicación. No en vano, en un sentido estricto, las escuelas e instituciones que imparten la licenciatura dan consistencia a sus texto-léase planes de estudio- como parte de una sugestiva oferta para captar la atractiva demanda de los estudiantes, más allá de los requerimientos sociales de un contexto completo y denso en su aprehensión" (SIERRA, 1996)

Profesores con doctorado vinculados en las escuelas y facultades de comunicación de América Latina



Datos: FELAFACS

Elaboración: La autora

Sierra Francisco, refiriéndose al contexto latinoamericano, dice que el campo académico está devaluado y es objeto de críticas por el mundo empresarial. La proliferación de licenciaturas en comunicación ha devaluado, según la lógica del saber-poder, el valor de los saberes profesionales como parte de la estrategia económica que favorece el dumping social, dejando de lado la misión fundamental de la universidad.

Como consecuencia, el desprestigio profesional y el excesivo pragmatismo ha impedido el apoyo estatal hacia políticas de investigación básica y la ayuda a la formación de investigadores capaces de renovar el campo, práctica y teóricamente.

Esta fracción está provocando un riesgo eminente, centrar la formación en aspectos puramente

técnicos. Esta situación haría que la universidad cumpla un rol muy similar al encomendado a los institutos de formación técnica profesional.

Luego de revisar las páginas Web oficiales de las escuelas y facultades de comunicación social, periodismo y otras áreas afines, podemos afirmar que títulos más frecuentes en el país son:

- a.- Periodismo/ Comunicación Social
- b.- Relaciones Públicas
- c.- Comunicación Organizacional
- d.- Comunicación Audiovisual/ productor audiovisual

La distribución de escuelas y facultades de comunicación en cuanto a las salidas terminales de los títulos estaría estructurada de la siguiente manera:

Universidades que ofrecen título en Periodismo/ Comunicación Social

Escuela/ Facultades	Ubicación
Escuela Politécnica Javeriana del Ecuador	Quito
Pontificia Universidad Católica del Ecuador	Quito
Universidad Central del Ecuador	Quito
Universidad Católica Santiago de Guayaquil	Guayaquil
Universidad de Especialidades Espíritu Santo	Guayaquil
Universidad Casa Grande,	Guayaquil
Universidad de Guayaquil	Guayaquil
Universidad Católica de Cuenca	Cuenca
Universidad de Cuenca	Cuenca
Universidad del Azuay	Cuenca
Universidad Politécnica Salesiana del Ecuador	Cuenca
Universidad Nacional de Loja	Loja
Universidad Técnica Particular de Loja	Loja
Universidad Estatal de Bolívar	Guaranda
Universidad Estatal de Milagro	Milagro
Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí	Manta
Universidad Nacional de Chimborazo	Riobamba
Universidad Regional Autónoma de los Andes	Ambato
Universidad Técnica de Ambato	Ambato
Universidad Técnica del Norte	Ibarra
Universidad Técnica de Babahoyo	Babahoyo
Universidad Técnica de Cotopaxi	Latacunga
Universidad Técnica de Esmeraldas Luis Vargas Torres	Esmeraldas
Universidad Técnica de Machala	Machala

Facultades y escuelas que ofrecen el título en Relaciones Públicas

Escuela/ Facultades	Ubicación
Universidad Internacional del Ecuador	Quito
Universidad Tecnológica Equinoccial	Quito
Universidad de las Américas	Quito
Universidad San Francisco de Quito	Quito
Universidad Espíritu Santo	Guayaquil
Universidad Estatal de Cuenca	Cuenca
Universidad Laica Eloy Alfaro	Manabí
Universidad Técnica Particular de Loja	Loja

Facultades y escuelas que ofrecen el título en comunicación audiovisual y publicidad

Universidad Casa Grande (Mónica Herrera)	Guayaquil
Universidad Católica de Santiago de Guayaquil	Guayaquil
Universidad Internacional SEK	Quito
Universidad San Francisco de Quito	Quito
Pontificia Universidad Católica de Ecuador	Quito
Escuela Superior Técnica del Litoral	Guayaquil

Facultades y escuelas que ofrecen el título de comunicación social/ organizacional

Escuela/Facultades	Ubicación
Universidad Internacional del Ecuador	Quito
Universidad Casa Grande	Guayaquil

Dentro de este análisis no se incluyen a los institutos técnicos y profesionalizantes que existen en el Ecuador, puesto que sus títulos no están reconocidos por el Estado Ecuatoriano en el rango de educación superior.

Conclusiones y reflexiones finales

Las 26 escuelas y facultades de Comunicación Social en el país tiene una cualificación académica intermedia. 7 se encuentran en categoría A y 7 en categoría B, las restantes tienen problemas académicos y de gestión universitaria en general.

El aporte de los académicos es meramente docente, lo cual obedece a la estructura universitaria en general del país, que va cambiando de manera muy lenta. Sobresale además la vinculación profesional con

varias universidades lo que dificulta una planificación académica integral.

En general, los planes académicos tienen acercamientos a la parte práctica y técnica del periodismo (reportería) matizada con el uso de las nuevas tecnologías, aunque este ámbito no se evidencie como un indicador de orden transversal en las malla curriculares estudiadas. Son los profesores quienes planifican, bajo la figura de libertad de cátedra, los contenidos a estudiarse; una limitante también es la infraestructura universitaria.

La existencia de varias salidas profesionales podría ser un riesgo dentro del proceso formativo, existe el peligro de caer en una prematura especialización, minando la importancia de la formación en ciencias básicas.

Bibliografía

Barbero, J. (1989). Crisis en los estudios de comunicación y sentido de una reforma curricular". *Diálogos de la Comunicación*. n.º. 19,

Brunner, J. (1990). Educación superior en América Latina: cambios y desafíos. Santiago Chile.

Hurtado, O. (1992). *Crisis y reforma de la universidad ecuatoriana*. Edit. FESO, Quito

Falconi, G. (1997). Proceso de Estructuración del Sistema Nacional de Evaluación y Acreditación Universitaria, Quito. CONUEP.

García, G. (1996). Discurso de orden 52º. Asamblea de la Sociedad Interamericana de Prensa (SIP).

Mellano, C. (2010). Reflexiones sobre la oferta académica, la situación laboral y la formación del periodista en Latinoamérica. *Revista de Ciencias Sociales*, mar. 2010, vol.16, no.1.

Sierra, F. (1998). La comunicación total: el reto de la revolución del conocimiento. Instituto Europeo de Comunicación y Desarrollo. Disponible: <http://sapiens.ya.com/cedicom/biblioweb/Temuco.pdf>. Acceso: 11/ 12/ 2012.

Scolari, C. (2008). *Hipermediaciones. Elementos para una teoría de la comunicación digital interactiva*. España-Barcelona: Editorial Gedisa.



La radio en América Latina y el Caribe

Mapa interactivo

Tito Ballesteros López

Comunicador social, Especialista en Gerencia de la Comunicación, docente universitario, formador de radio en la región. Especialista en radio, TICS y plataformas educativas virtuales.

titoballesteros@gmail.com

Recibido: febrero 2012. Aprobado: mayo 2012.

Resumen

La radio en América Latina y el Caribe, Mapa interactivo, es una construcción colectiva realizada en 19 países y se terminó de escribir en el mes de abril del año 2012. El estudio consta de un Mapa interactivo y un informe en PDF que describe la forma como son llamadas las radios en la región, su número en AM y FM, la distribución de frecuencias y los organismos encargados de regular las mismas en los países participantes. Cada una de las tablas y gráficas citadas permite visualizar la realidad actual del dial latinoamericano y caribeño. Al final del presente texto se comparte la mirada de los 19 autores del estudio sobre las principales necesidades que en sus pueblos tienen las estaciones de radio.

Palabras clave: Radios en América latina y el Caribe. Mapa interactivo de radios. Estudio de radio

Resumo

A rádio na América Latina e no Caribe, Mapa Interactivo, é uma construção coletiva em 19 países e que terminou-se de escrever no abril de 2012. O estudo consiste em um mapa interativo e um relatório em PDF que descreve como são chamadas as emisoras radiais na região, o seu número em AM e FM, a sua distribuição de frequências e os organismos reguladores dos países participantes em si. Cada uma das tabelas e gráficos mostra a realidade atual da América Latina e do Caribe de discagem. No final deste texto partilha-se o olhar dos 19 autores do estudo sobre as principais necessidades que em seus países têm as estações de rádio.

Palavras-chave: Rádios na América Latina e no Caribe. Mapa interativo das rádios. Estudo Rádio



A pasos de cumplir 100 años de radiodifusión en la región presentamos el estudio “La radio en América Latina y el Caribe, Mapa interactivo” como una construcción colectiva que recoge un sinnúmero de datos relacionados con la clasificación de las radios y distribución de sus frecuencias en nuestros pueblos.

El estudio indaga y confronta datos oficiales para alcanzar con rigor y veracidad una visión de las emisoras que hoy existen en la región. Cada informe presenta datos, tablas, vincula enlaces a fuentes consultadas y rutas que llevan a datos oficiales de cada país sobre su modo de ver y sentir la radiodifusión.

México, Guatemala, El Salvador, Costa Rica, Nicaragua, Panamá, Colombia, Venezuela, Ecuador, Perú, Bolivia, Brasil, Chile, Uruguay, Paraguay, Argentina, Cuba y República Dominicana atestiguan sobre los nombres, número, distribución de frecuencias y organismos encargados de regular la asignación de emisoras en los países vinculados al estudio.

Múltiples han sido los frutos del texto sonoro porque ha sido alternativa de desarrollo para sus localidades;

vehículo de participación; agente que anuncia y denuncia como en El Salvador, educa como en Colombia, favorece la población indígena como en Bolivia y se acerca a las necesidad popular como en América y todo porque el medio visibiliza, aclara el panorama social y entonces, empuja, se mete y compromete en la vida cotidiana.

El país con menor número de emisoras en A.M y F.M es Cuba (62) y el que más posee es Brasil (3.788). Los países centroamericanos suman 3.649 emisoras mientras los países suramericanos alcanzan la cifra de 21.039. Brasil es el país con mayor número de estaciones, le siguen, en su orden, Perú y Chile.

Hacia una clasificación.

Cada país clasifica sus radios de acuerdo a la necesidad, no sólo de nombrarla, sino de hacerla viva para que responda a objetivos comunicativos que favorezcan las libertadas y el derecho a informar y estar informado. No es sólo una clasificación cualquiera, sino, más bien, es una identidad, un modo de ver el mundo, de leer cada contexto. La clasificación de las radios es tan variada como las necesidades mismas de la región. Ver tabla.

Clasificación de las radios en países de Centro América

País	Clasificación de las radios
México	Concesionarias. Permisiónarias
Guatemala	Frecuencias de uso público. Frecuencias de uso privado. Frecuencias para radioaficionados
El Salvador	No hace ninguna tipificación de radios
Honduras	Comerciales. De interés público. Comunitarias
Costa Rica	Según perfil: variada, religiosa, cultural, musical. Según su frecuencia: A.M y F.M. Según la zona: en y fuera del Gran Área metropolitana
Nicaragua	Según su frecuencia: A.M y F.M. También existen otras formas de agrupar a las emisoras de acuerdo a su cobertura de allí que existan radios de carácter nacional y local
Panamá	Comerciales. No comerciales

Clasificación de las radios en países de Sur América

País	Clasificación de las radios
Colombia	Comerciales. De interés público. Comunitarias
Venezuela	Privadas. Públicas. Comunitarias
Ecuador	De momento privadas. Hay algunos medios públicos y se habla en la nueva constitución de Medios Comunitarios, pero no hay ley aún que legisle lo que dice la constitución. Aunque aparece en las estadísticas
Perú	Comerciales. Educativas. Comunitarias
Bolivia	Comerciales. Comunitarias. Culturales y Originarias
Brasil	Radio Públicas Federais. Comunitarias. Educativas. Comerciales
Chile	Amplitud Modulada. Frecuencia Modulada. Comunitarias, ciudadanas. Onda corta
Uruguay	Comerciales. Comunitarias
Paraguay	Radios comunitarias. Comerciales. Educativas
Argentina	Gestión estatal. Gestión privada con fines de lucro. Gestión privada sin fines de lucro

Muchos radialistas en el continente luchan por sostenerse en el dial. Lugares cercanos a la más profunda de las pobrezas materiales generan desde el derecho a la comunicación la mayor riqueza para una comunidad. La radio es un medio de comunicación vivo que migra de lo análogo a lo digital, que está lleno de nuevas “amigas y amigos” para fortalecer su presencia en la escena de los medios de comunicación modernos. Sin embargo, hay que decir que muchas emisoras operan a partir de caprichos, modas, gustos y corren el riesgo de clonarse entre sí. Falta originalidad.

Al texto sonoro le sobra el descuido por la producción, formatos que no salen de la “zona segura”. Publicidad que en muchos casos no es radiofónica, sobra improvisación que se escuda en “frescura” para el medio.

Necesidades de la radio en la región

“La radio en América Latina y el Caribe, Mapa interactivo” canalizó informes de sus autores sobre la realidad del medio. La necesidad más común: Más apertura, asignación de frecuencias y equidad en el dial para todas las frecuencias.

Arthur Willian, “Hoy, en Brasil, las radios comunitarias son sinónimo de radios pobres, de baja potencia, todo por la ley 9612 de 1998”. Carlos Rivadeneyra en su informe desde Perú comparte esta situación: “Las radios comunitarias necesitan tener publicidad” y Carlos Castillos en Uruguay habla de las “restricciones que tiene algunas emisoras de este tipo para venta de publicidad”. “En Brasil las radios comunitarias no pueden expandir su señal más allá de un kilómetro, así la comunidad sea más grande en territorio. Su antena no puede ser mayor a 30 metros. Las radios no pueden tener más de 25W de potencia, esto es, hasta mil veces menos que las estaciones de radio comerciales”.

El reto de la participación ciudadana, es el reto de la radio en Colombia y de casi todos los informes presentados. Mónica Valdés: “Desafío: mejorar la dimensión creativa del medio”. – Situación que comparte Haydeé Galeano desde Paraguay y Claudia Segura desde México. Colombia: “Fortalecer equipos y colectivos de producción. Las agendas deben profundizar en temas estratégicos para la ciudadanía como gestión del riesgo, cambio climático, soberanía alimentaria, memoria histórica del conflicto, cambio de hábitos de salud, enfoque de derechos humanos y comunicación inclusiva”.

Otto Chinchilla Cotto plantea necesidades inmediatas para la radio en Costa Rica: “Definir el estándar que seleccionará el país para la transformación Digital”. - Situación parecida cita Ana Bélgica Güichardo desde Rep. Dominicana: “Fortalecer a los pequeños empresarios costarricenses que están en desventaja económica para continuar en la actividad de la industria radiofónica”. “Hacer una radio más participativa y transparente. Permitir que la voz de la gente se escuche mediante sus necesidades e inquietudes y tratar, día a día, ser mejores cubanos”: Fabio Bosh.

Natacha Gómez de Chile, Santiago García en Ecuador, Amalia Jiménez en Guatemala y casi todos los informes ponen el acento en: “Un cambio a nivel legislativo que permita ampliar el ejercicio del derecho a la comunicación”.

Guillermo Ramos habla de la necesidad, en El Salvador, por reconocer que existe la radio comunitaria en la posible tipificación de una Ley de Radio y Televisión (que no existe). La visión de Wendy Quintero en Nicaragua es la de revisar la ley de telecomunicaciones que lleva dos años en discusión como propuesta en el Congreso de su país. Jorge Arabito en su informe desde Argentina expresa la preocupación por hacer realidad la nueva ley de medios en su país.

Claudia Segura. México, contexto: Paridad de condiciones para realizar la mudanza de frecuencias de Amplitud Modulada a la Frecuencia Modulada y Elvys Castillo desde Venezuela pone el acento en la politización del medio y la autocensura complaciente con el actual Gobierno.

Los nombres de la radio en América latina son cambiantes¹, variados y responden a necesidades locales. Cada país nombra las radios de acuerdo a sus experiencias, a sus marcos regulatorios. Los nombres de la radio en los países objeto de estudio son: Concesionarias. Permisionarias. Frecuencias de uso público y uso privado, Radios comerciales. Radios comunitarias. Radios culturales. Radios originarias. Radios educativas. Radios en onda corta. Radios de A.M y F.M. Radios de gestión estatal y gestión privada con y sin fines de lucro.

Los nombres de la radio en América Latina y el Caribe

País	Nombre de las radios
México	Concesionarias y permisionarias
Colombia, Honduras, Panamá, Perú, Bolivia, Brasil, Uruguay, Paraguay	Comerciales
Guatemala, Honduras, Colombia, Venezuela, Ecuador	Medios públicos
Nicaragua, Honduras, Colombia, Venezuela, Ecuador, Perú, Bolivia, Brasil, Uruguay, Paraguay	Comunitarias
Costa Rica, Bolivia	Culturales
Bolivia	Originarias
Perú, Brasil, Paraguay	Educativas

1 Del libro Las Otras Radios. Sobre las radios en el mundo, sus nombres y dinámicas sonoras.



Al volver sobre los pasos dados

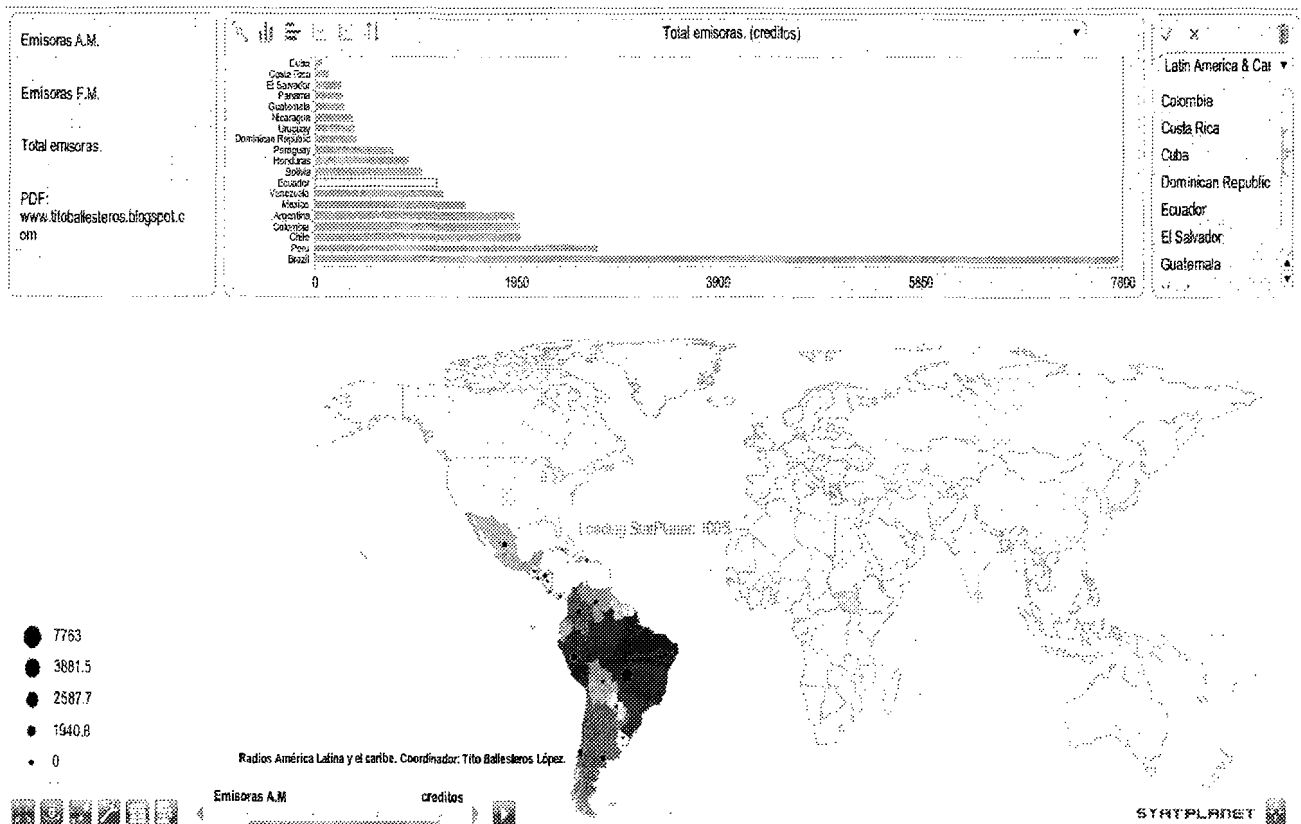
“En términos radiofónicos esto significa que la sociedad actual es bien distinta de aquella para la que fue pensada, hace 25 años, una radio a la medida; radio que aún hoy hacemos. Crudamente dicho: aquella generación, en parte, ha desaparecido y el resto dará el relevo en breve. En cambio la radio de hoy vive como si el tiempo se hubiera detenido. Hay una sociedad nueva y un lenguaje nuevo en la sociedad que no tiene reflejo en los medios en general y menos en la radio.

Hay 5 nuevos núcleos de interés ausentes de la antena. Hay una nueva cultura; modos y maneras nuevas; senderos sin pisadas; sueños inéditos; latidos frescos; obra novicia, botas flamantes, zurroneos recién cargados, surcos sobre los que levanta y a la semilla muerta que dará vida, cauces con nuevas aguas, gentes que buscan nieve en Marte y quienes se van a vivir al espacio en busca de un poco de aislamiento mediático. Es hora de investigar, de preparar, de reprogramar, de reinventar”².

Somos pacientes en estado final. Nacemos, pero al instante nos instalamos en la muerte física y a veces, la de los sueños. Mientras el calendario camina la vida retrocede y empezamos a navegar en rápidas corrientes que pierden fuerza y se convierten en gotas, gotas de agua. Es ahí cuando estamos muertos. Muertos físicamente. Y cuando la rutina nos derrota, también morimos y cuando nos instalamos en el pasado sin mirar el futuro, morimos también.

Las Américas están más cerca que lejos de celebrar 100 años de radio. Sobre el micrófono mucho se habla pero, poco se escribe. Y no es porque la radio sea oral, creo, más bien, se debe al poco rigor con que ha sido visto el medio en materia de investigación.

El tiempo pasó y dejó huellas importantes en la memoria sonora de América Latina y el Caribe, prueba de ello son las miles de voces que giraron y giraron en el dial desde el A.M. frecuencia que hoy registra caída de audiencias y dificultades para comercializar sus productos³. Para algunas radios, de cualquier categoría, la creatividad cada vez es menor y la zona segura mayor. La A.M. cada vez es menos valorada y la F.M. más escuchada. Los hallazgos del estudio atestiguan sobre el hecho: Las emisoras A.M. en América Latina y el Caribe suman 6.892, en F.M 13.394.



2 BELAU, Faus Ángel. Sobre la necesidad de reinventar la radio, atender los cambios tecnológicos, insertarse en los cambios sociales.

3 ESARTE, Eduardo. Las radios de A.M en los grandes centros urbanos y las dinámicas de las distintas frecuencias en relación con su programación y participación de las audiencias.

País	Emisoras AM	Emisoras FM
México	675	388
Guatemala	288	52
El Salvador	100	148
Honduras	277	626
Costa Rica	56	69
Nicaragua	52	228
Panamá	99	177
Colombia	850	1.124
Venezuela	680	563
Ecuador	233	926
Perú	466	2.192
Bolivia	850	262
Brasil	1.583	2.205
Chile	174	1.410
Uruguay	89	283
Paraguay	72	637
Argentina	177	1.839
Cuba	28	34
Rep. Dominicana	143	231
Total emisoras	6.892	13.394

Algunas, las más antiguas y con mayor alcance, transmiten en AM. Otras, más modernas y con mejor sonido, lo hacen en FM. Y otras, a pesar de que Internet les come terreno, se mantienen en la larga distancia de la Onda Corta. Un detallado recuento de todas las radios que llenan de ondas radioeléctricas América Latina y el Caribe. Y un buen aporte para saber cuántos somos y dónde estamos”.

Docentes y analistas de medios de 19 países realizaron este informe con la Coordinación de Tito Ballesteros López. **Autores:** México: Claudia Segura. Guatemala: Amalia Jiménez. El Salvador: Guillermo Ramos. Costa Rica: Otto Chinchilla Coto. Nicaragua: Wendy Quintero. Panamá: Eunice Meneses. Colombia: Mónica Valdés. Venezuela: Elvys Castillo. Ecuador: Santiago García. Perú: Carlos Rivadeneyra. Bolivia: Rubén D. Choque. Brasil: Arthur Willian. Chile: Natacha Gómez. Uruguay: Carlos Castillos. Paraguay: Haydeé Galeano. Argentina: Jorge Arabito. Cuba: Fabio Bosh. República Dominicana: Ana Bélgica Güichardo.

Los datos relacionados con población, esperanza de vida y acceso a Internet en cada país fueron tomados del Instituto Brasileiro de Geografía y Estadística. IBGE

La presentación del presente estudio es del capacitador en radio José Ignacio López Vigil y en ella anota: “Son más de 25.000 y están en cada uno de los rincones de esta Patria Grande que sus primeros pobladores llamaron Abya Yala.

Las conclusiones pueden ser múltiples, pero nuestra principal ilusión es aportar con algunos datos, al debate del hoy y ahora de la radio en la región. El total de emisoras en América Latina y el Caribe es de 25.144

Bibliografía

Bouissa, Alfredo. Eduardo Curuchet y Oscar Orcajo. Las Otras Radios. Editorial Nordan-Comunidad, 1998.
Faus, Belau Angel. “Reinventar la radio”. Chasqui. Ecuador, 2011.
Esarte, Eduardo. “Las radios de A.M. en los grandes centros urbanos”. 2005. 10 de abril de 2012. “Radiodifusión y tecnología”; [http://](http://radiotekno.blogspot.com/2005/08/las-radios-de-am-en-los-grandes-centros.html)

radiotekno.blogspot.com/2005/08/las-radios-de-am-en-los-grandes-centros.html.
Instituto Brasileiro de Geografía y Estadística. IBGE. “Países”. 5 de marzo de 2012. <<http://www.ibge.gov.br/home>>



Suscríbese a Chasqui
¡palabra en comunicación!

Telf. (593 2) 252 4177 Fax: 250 2487
e-mail: isanchez@ciespal.net
Quito - Ecuador
www.ciespal.net

PERIODO	AMERICA LATINA	E.E.U.U. Y EUROPA	RESTO DEL MUNDO	ECUADOR
Por un año	US. 80	US. 90	US. 100	US. 25
Por dos años	US. 150	US. 170	US. 190	US. 45
Números anteriores	US. 20	US. 23	US. 25	US. 5

Formas de pago para el exterior:

1.- El pago debe hacerlo con cheque pagadero en un banco de los Estados Unidos a nombre de CIESPAL, y enviarnos con sus datos a la siguiente dirección postal:
2.- Pago en efectivo a través de Western Union a nombre de Isabel Neptali Sanchez Mosquera, y enviar el número de la transferencia con el nombre de la persona que realizó, más los datos de suscripción a la siguiente dirección electrónica: isanchez@ciespal.net



Da opinião pública para a inteligência coletiva: produção colaborativa e em rede

Rejane de Oliveira Pozobon

Doutora em Ciências da Comunicação pela Universidade do Vale do Rio dos Sinos. Professora do Departamento de Ciências da Comunicação e do Mestrado em Comunicação da Universidade Federal de Santa Maria. Membro do Grupo de Pesquisa "Estudos do Jornalismo - CNPq".

rejane.op@terra.com.br

Recibido: enero 2012 Aprobado: marzo 2012

Resumo

Durante muitos anos os fluxos comunicativos foram unidirecionais e os conteúdos eram distribuídos na direção emissor-receptores. A ambiência digital introduz uma nova arquitetura cognitiva e uma perspectiva comunicativa baseada num sistema de rede. Observamos que este cenário também reconfigura o processo de formação da opinião pública, na medida em que impacta nas relações "públicos versus organizações" e "produtores versus consumidores de informação". Este artigo analisa como a cultura da convergência e o protagonismo dos usuários no processo de produção e difusão de informações têm transformado a instância midiática e de que forma estes processos podem reconfigurar a ideia de opinião pública que temos hoje.

Palavras-chave: Opinião pública; mídia; convergência.

Resumen

Durante muchos años, los flujos de comunicación eran unidireccionales y el contenido se distribuye en la dirección transmisores-receptores. El ambiente digital introduce una nueva arquitectura cognitiva y de un modelo comunicativo basado en un sistema de red. Tomamos nota de que este escenario también se vuelve a configurar el proceso de formación de la opinión pública, en la medida en que influye en las relaciones "frente a las organizaciones públicas" y "productores versus consumidores de información." Este artículo examina cómo la cultura de la convergencia y el papel de los usuarios en la producción y difusión de la información han transformado a la instancia de los medios de comunicación y cómo estos procesos puede volver a configurar la idea de la opinión pública que tenemos hoy.

Palabras claves: la opinión pública, los medios de comunicación, la convergencia.

A opinião ontem e hoje: do ágora grego às redes digitais

O conceito de opinião pública está presente no desenvolvimento da história da humanidade. Entretanto, o entendimento de opinião pública que temos hoje foi se formando ao longo dos tempos e das proposições teóricas de diferentes autores.

Se recuperarmos alguns referentes históricos, veremos que uma das primeiras tentativas de constituição de uma opinião pública remete-se à Idade Antiga, quando Platão tenta lançar mão desta para combater a pederastia. O filósofo pediu aos poetas que representassem esse vício como execrável, criando uma opinião pública sobre o tema.

A Grécia também deu sua contribuição para o conceito. Notável pelo fato de ter refletido a respeito da comunicação humana, a cidade-estado reunia o povo nas praças para definir assuntos de interesse geral, ainda que excluísse mulheres e crianças. Este desenvolvimento da democracia grega, praticada por meio das deliberações dos cidadãos da polis grega, permitia a prática do debate de idéias e, conseqüentemente, a formação da opinião pública.

Os sofistas, por sua vez, também colaboraram para a formação do conceito de opinião pública ao exercerem a comunicação como prática de poder. Ensinavam técnicas que auxiliavam as pessoas a defenderem o seu pensamento e suas opiniões contrárias. Por desprezarem algumas discussões feitas pelos filósofos, eram chamados de céticos, até mesmo por Sócrates, que se rebelou contra eles dizendo que desrespeitavam a verdade e o amor pela sabedoria.

No período romano também observamos uma contribuição para o conceito. Em um fórum eram decididos os destinos do país. O *fórum* romano substituiu o ágora grego e a *vox populi* dos romanos correspondia aos cidadãos de Roma com direito a expressar a sua opinião.

A Idade Média também nos proporciona uma ampliação do conceito de opinião pública. Os sermões e as cantigas expressavam a voz de uma opinião coesa em torno da fé cristã. E, quando as multidões se reuniam em praças públicas para a execração dos condenados, um *Consensus omnium* – acordo de todos, reforçava a ideia das grandes exibições e consolidava a expressão que marcou o período: "A voz do povo é a voz de Deus", uma tentativa de ocultar o poder hegemônico da Igreja e criar a falsa ideia de que a decisão (opinião) era de um grupo maior.

Na Idade Moderna, príncipes e reis cultivavam os espetáculos como rituais de seus governos e

demonstrações de seus poderes. Maquiavel (O príncipe) defendia que um governante ou futuro rei deveria prestar atenção à opinião pública. O princípio desta relação é "diga com quem andas, que te direi quem és".

A partir do século XVIII, ficou mais evidente a força da opinião pública e esta passou a ser objeto de análise. Com o surgimento da escola e o aprimoramento de outras instituições que colaboraram para o desenvolvimento cultural, a opinião pública se desenvolveu ainda mais. Na Inglaterra e na França dos séculos XVIII e XIX os cafés se popularizaram como pólos de disseminação de notícias, debates políticos e crítica literária.

É visível que, depois da revolução francesa a comunicação conheceu outro patamar, graças às conquistas industriais e ao alargamento e aprimoramento dos públicos. Os públicos restritos se transformaram, lentamente, num público aberto, aumentando o seu tamanho e sua importância à medida que o analfabetismo diminuía. Ao mesmo tempo, as atenções não estavam mais centradas nas grandes multidões e passaram a se voltar para as especificidades dos públicos. No início do século XX, o sociólogo Jean Gabriel Tarde, na obra "A opinião e as massas", dizia que entrávamos na "era dos públicos" e não mais das massas ou multidões.

Com o passar dos anos, a ascensão da opinião pública vai se relacionando com o desenvolvimento das instituições democráticas, com a diminuição das taxas de analfabetismo e com o destaque que os meios de comunicação vão assumindo.

No entanto, o avanço das discussões sobre o conceito não levam a um consenso em relação ao mesmo. As críticas ao conceito de opinião pública proliferam na mesma velocidade que suas revisões são feitas. Bourdieu (1983), por exemplo, não aceita muitos dos entendimentos propostos. Afirma que, sendo a informação um bem de consumo, ela é consumida de maneira desigual. Portanto, a opinião pública seria uma ilusão, já que a sociedade é manipulada pelos sistemas de comunicação que colocam interesses particulares acima dos interesses da sociedade.

Ao realizarmos uma breve retomada histórica da formação do conceito de opinião pública, observamos que este muda de acordo com a tecnologia informativa de cada época. Quando o foco estava voltado para a oralidade, filósofos e sofistas tinham um papel de destaque. Nos tempos modernos, com o acesso mais fácil ao conhecimento, a opinião é ampliada. Logo após, as mídias de massa passam a atingir um número muito significativo da população, possibilitando a ampla difusão de mensagens e o acúmulo quantitativo de informação. Com as redes digitais, o sistema informativo ganha nova forma, muitos passam a ter a possibilidade de se

tornarem produtores de informação e a opinião pública passa a ser constituída a partir deste novo cenário.

O fim da distinção identitária entre emissor e receptor

Autores como Jenkins (2009) sinalizam que vivemos a cultura da convergência. Para o autor, convergência não é somente um processo tecnológico que une múltiplas funções dentro de um mesmo aparelho. Representa uma transformação cultural, à medida que consumidores são incentivados a procurar informações e fazer conexões em meio a conteúdos de mídia dispersos. Convergência implica, portanto, transformações tecnológicas, mercadológicas, culturais e sociais.

Observamos, portanto, que existe uma profunda mudança na forma de construção, difusão e armazenamento de informações, o que corresponderia, nas palavras de Di Felice (2008, p.18), a uma “passagem de uma lógica e uma prática de participação de massa receptiva para uma lógica e uma prática de participação individual e ativa”.

A antiga distinção entre emissor e receptor é substituída pela interação de fluxos informativos entre o internauta e as redes, resultado da singularidade promovida nas diferentes arquiteturas informativas que as redes digitais promovem.

Castells (1999) entende que existe uma nova lógica de configuração social, na qual as redes digitais constituem o eixo central. Sustenta a tese de que a integração de textos, sons e imagens acaba mudando totalmente o caráter da comunicação. A partir desta tese inicial o autor avança afirmando que “como a cultura é mediada e determinada pela comunicação, as próprias culturas, isto é, nossos sistemas de crenças e códigos historicamente produzidos são transformados de maneira fundamental” (CASTELLS, 1999, p. 354).

Essa proposição é aceita por uma grande parcela de investigadores do campo da comunicação. No entanto, os esforços atuais estão voltados para, dentre outras questões, tentar entender em que medida o alto grau de velocidade e visibilidade que essas mídias alcançam estão potencializando e reconfigurando as relações sociais.

Conseqüentemente, ao lado desta realidade, surgem formas diferenciadas de interação entre os sujeitos que participam deste processo comunicativo, distintas sociabilidades e novos modos de formação da opinião. Em suma, existe uma reorganização das relações de poder.

Neste cenário, o mais importante é não entendermos as mudanças nas formas de construção, difusão e armazenamento somente a partir de seu caráter evolutivo/tecnológico, pois a grande distinção que essas mudanças promovem tem uma perspectiva eminentemente qualitativa, ou seja, modifica-se a forma de se pensar e realizar o processo comunicacional.

A partir de uma retomada histórica, Di Felice (2008) propõe que a humanidade passou por quatro grandes revoluções comunicativas, que promoveram não somente o surgimento de uma nova forma de comunicar, mas também introduziram novas possibilidades de comunicação e, por conseqüência, novas práticas de socialização e interação.

A primeira revolução citada pelo autor remete-se ao surgimento da escrita, no século V a.C, marcando a passagem da cultura e da sociedade oral para a cultura e a sociedade da escrita. A segunda revolução ocorre no século XV, a partir da invenção dos caracteres móveis e da possibilidade de impressão de materiais. A terceira revolução pertence ao período da Revolução Industrial, entre os séculos XIX e XX, e marca o início da cultura de massa, ou seja, a difusão de mensagens via meios de comunicação eletrônicos.

Por fim, a quarta revolução, que corresponderia ao período que vivenciamos hoje, algo ainda em construção. Trata-se agora de uma revolução implementada pelas tecnologias digitais e que, assim como as anteriores, está ocasionando significativas transformações no convívio humano e nos processos comunicacionais. Di Felice (2008) salienta, entretanto, que nesta revolução não é somente o elemento comunicativo que se modifica, é o próprio significado do ato de comunicar que será radicalmente transformado.

A partir do exemplo acima citado, podemos ampliar nossa observação analisando teorias propostas por outros autores que, assim como Di Felice (2008), buscam explicar as profundas mudanças pelas quais o campo comunicacional atravessa. Muitas destas teorizações que objetivam compreender tais modificações são balizadas numa retórica da ruptura radical com o passado, num discurso fundamentado na perspectiva da novidade absoluta. Erick Felinto (2010, p.2), ao analisar diversos títulos de obras sobre comunicação e tecnologias digitais, afirma que essas narrativas trazem um culto ao novo, reforçando a ideia de que “nada existia antes do novo e nada existirá depois, senão ele mesmo”, o que segundo o autor equivale a uma espécie de seqüestro da história.

Percebe-se a presença de alguns traços exaustivamente repetidos – o que não deixa de constituir uma irônica contradição com o discurso da novidade radical. Em primeiro

lugar, o didático “como”, que coloca o leitor num banco escolar a espera de ser instruído nos mistérios das profundas transformações tecnológicas. (...) Em segundo lugar, o sentido da *revolução* permanente; a idéia de que não basta ser novo: é necessário fazer política de terra arrasada com o passado (FELINTO, 2010, p. 02).

Neste sentido, a obra de Pierre Lévy (2000) é fundamental para que não consolidemos a perspectiva ingênua de que as tecnologias “impactam” a sociedade e a cultura. O autor explica que a tecnologia não é um projétil e a sociedade jamais foi seu alvo. Em linhas gerais, o autor afirma que a tecnologia não determina a sociedade, mas, de alguma maneira a condiciona. Nas palavras de Lévy (2000, p.25) isso implica dizer que a técnica “abre algumas possibilidades, que algumas opções culturais ou sociais não poderiam ser pensadas a sério sem sua presença. Mas muitas possibilidades são abertas, e nem todas serão aproveitadas”. Não se trata, portanto, de avaliar os “impactos” da tecnologia e sim de observar, nas palavras de Lévy (2000, p.26), as “irreversibilidades às quais seus usos nos levam”. Trata-se de um universo de possibilidades. Ao interagirmos com o mundo que Lévy nomina de virtual, não só exploramos, mas também dinamizamos esse espaço.

Produção colaborativa e em rede

Na década de 1990, quando a internet começa a ganhar força no Brasil, seu uso estava associado à publicização de grupos e corporações. Tínhamos um modelo informacional de mídia, que privilegiava a acumulação quantitativa de informações.

Hoje, observamos uma gama de dispositivos que aceleram a socialização e o compartilhamento de informações, dados e conhecimentos, criando as condições para a existência de um modelo comunicacional das multimídias.

Neste cenário, até mesmo o fazer jornalístico ganha novos contornos. A notícia, que sempre esteve ligada aos personagens e aos dispositivos que detinham o poder de “falar sobre”, hoje está sendo construída nos mais distintos espaços, por meio de uma cultura colaborativa. Não conseguimos mais compreender a notícia como um produto final, pois esta, além de ser coletivamente construída, é, a todo o momento, reconstruída.

Lemos e Lévy (2010) elucidam este cenário a partir do premiado *Overmundo*¹. Os autores salientam que, neste

espaço, os leitores são também produtores, jornalistas potenciais, e isso marca uma tendência mundial, que pode ser nominada de *jornalismo cidadão*. Nessa perspectiva, cada pessoa que se encontra como testemunha de um acontecimento pode propor ao mundo a sua versão dos fatos.

Hoje temos algumas nomenclaturas que dão conta de explicar a nova estrutura comunicacional que se instala. Belochio (2009) propõe o uso do termo *jornalismo colaborativo*, por ser baseado em um trabalho comum, realizado entre os interagentes e em espaços colaborativos.

A opção pelo termo [colaborativo] deve-se à compreensão de que se formam, nos espaços colaborativos, esquemas interativos que configuram, de maneiras distintas, uma construção coletiva, que privilegia a colaboração entre os interagentes. Trata-se de um estilo que implica intervenção, mais que uma participação subjetiva e reativa no jornalismo digital (BELOCHIO, 2009, p. 61).

Anderson (2006, p.70) nomina a construção coletiva que é possibilitada pela ação coordenada dos usuários do ambiente digital de “peer production”²². Lemos e Lévy (2010) falam em *jornalismo móvel*, onde tanto o jornalista quanto o “cidadão comum” utiliza as tecnologias para localizar e publicar notícias.

Independentemente da nomenclatura, em todas essas definições observamos dois aspectos comuns. O primeiro aspecto é que, mesmo que as mídias baseadas em redes digitais proporcionem um nível de interação entre público e conteúdo infinitamente maior do que as mídias de suporte analógico, o filtro e o gerenciamento das informações ainda são de responsabilidade das empresas jornalísticas. O segundo aspecto comum é que toda e qualquer colaboração em massa é baseada na “inteligência coletiva” (LÉVY, 2000), ou seja, na capacidade de troca de informação e conhecimento potencializada pela união de pessoas com saberes e interesses diferenciados.

Obviamente, é impossível negarmos a importância que a mídia assume ao *agendar* os acontecimentos que ganharão espaço na esfera pública. Ao mesmo tempo em que *agenda* os acontecimentos, a mídia também propõe um significado para estes eventos, oferecendo interpretações e formas específicas para seu entendimento. O avanço de hoje reside no fato de que essa é somente a primeira construção, as informações

1 “Site colaborativo voltado para a cultura brasileira e a cultura produzida por brasileiros em todo o mundo, em especial as práticas, manifestações e a produção cultural que não têm a devida expressão nos meios de comunicação tradicionais”. Fonte: www.overmundo.org.br

2 Tradução da autora: produção colaborativa ou entre pares.

disponibilizadas pela mídia serão reelaboradas, ampliadas e ressignificadas pela opinião e discussão pública.

Mais do que nunca, podemos afirmar que a construção social da realidade não se constitui em uma prática exclusiva dos meios de comunicação, pois os atores sociais estão vinculados a outras tantas instituições que não apenas a instituição midiática e constroem múltiplas formas de mediação social. Ao jornalista cabe, portanto, recolher os acontecimentos relevantes e atribuir-lhes sentido. Embora essa construção dependa, como já é sabido, do receptor e das inúmeras mediações sociais.

O acontecimento percorre um longo caminho até tornar-se notícia e ser publicado na mídia. A partir deste entendimento, é possível pensar que a notícia, e mais especificamente sua produção, é um processo que se inicia com um acontecimento. Aqui um importante ponto a ressaltar: o acontecimento, mesmo sendo gerado por fenômenos externos ao sujeito, não adquire sentido à margem desse sujeito.

Assim, poderíamos pensar o acontecimento como uma mensagem recebida e a notícia como uma mensagem emitida, ou seja, "el acontecimiento es un fenómeno de percepción del sistema, mientras que la noticia es un fenómeno de generación del sistema" (ALSINA, 1989, p.91). Isso significa que "todo hecho social es potencialmente acontecimiento para los mass media y toda noticia es potencialmente un acontecimiento para la sociedad". O autor de "La construcción de la noticia" trabalha o conceito de acontecimento focado na questão da ruptura da lógica sistêmica onde se situam os indivíduos.

A abordagem proposta pelo autor, no entanto, pouco enfatiza a dimensão constitutiva da produção noticiosa enquanto uma prática que, ao identificar essa variação sistêmica, realiza um recorte da realidade, atribuindo-lhe características próprias. A obra de Alsina também não discute o fato de que, esse *novo* acontecimento, agora *contado* pelos *medias*, a partir de um formato próprio, não é mais o mesmo acontecimento percebido como alteração sistêmica. Esses acontecimentos que rompem a ordem social são eventos *em construção*, ou seja, deixam margens de significação em aberto e que serão apropriadas pelos sujeitos durante os processos de intercâmbio com os diferentes campos sociais com os quais entrarão em contato.

A partir da percepção de uma construção coletiva dos fenômenos sociais, nos aproximamos da compreensão de Rodrigues (1993) acerca do discurso jornalístico e da construção noticiosa. O autor defende que este não se reduz a uma representação da realidade, pois se torna

parte, constrói situações da vida social. "Ao relatar um acontecimento, os *medias*, além do acontecimento relatado produzem ao mesmo tempo o relato do acontecimento como um novo acontecimento que vem integrar o mundo" (RODRIGUES, 1993, p.31).

Como podemos observar, a construção da notícia não é um processo simples, isolado, ao contrário, trata-se de uma atividade complexa e que, segundo Alsina (1989, p.14) "se realiza de forma industrial en el seno de una institución reconocida socialmente". Alsina (1989) trabalha uma perspectiva sobre a produção jornalística na qual a notícia assume um papel de criação de uma realidade específica, entendida como pública. Para o pesquisador, "notícia é uma representação social da realidade cotidiana produzida institucionalmente e que se manifesta na construção de um mundo possível" (ALSINA, 1989, p.185).

A definição proposta pelo autor, além de considerar a notícia como um produto da industrialização, trabalha sua função de mediação. Essa mediação se dá entre o campo midiático e o campo onde o acontecimento se deu. Isso significa dizer que, não basta detectar o acontecimento, este deve ser discursivamente construído e posteriormente veiculado. Nesse sentido, poderíamos inferir que, enquanto o acontecimento constrói a notícia (por ser seu referente) a recíproca também é verdadeira, ou seja, a notícia também constrói o acontecimento, pois este também é um produto do processo de produção. Outro fator que faz com que a notícia também construa o acontecimento é que, na medida em que esta produz ressonâncias na esfera pública, acaba incidindo e ressignificando o acontecimento em questão e os acontecimentos posteriores que serão gerados a partir da entrada da mídia neste circuito.

As questões acima explicitadas assinalam que, efetivamente, existe uma nova lógica de comunicação, onde todos somos construtores da notícia, podendo pautar, agendar e reorganizar as lógicas de produção.

Da opinião pública para a inteligência coletiva

Essa reorganização das lógicas de produção tem fortes implicações na construção da opinião pública, impondo novas formas de arranjo para a conversação coletiva. As mídias pós-massivas têm a conversação como característica principal, possibilitando debates não necessariamente mediados pelos grandes editores de informação.

O controle do pólo da emissão desloca-se e difunde-se. Pela primeira vez, podemos ter um acesso significativo

a obras e produtos criados por indivíduos dispersos geograficamente, fazendo ressurgir nichos e indivíduos que estavam excluídos da cultura massiva.

As pessoas sempre têm muita coisa a dizer, imagens e músicas a difundir, coisas a trocar, injustiças a denunciar, sofrimentos a expressar, histórias a contar, opiniões a oferecer, questões a colocar, poemas a declarar, testemunhos a compartilhar (...). E esse deslocamento da palavra, esse "poder de dizer enfim", esse "mostrar" e "se mostrar" generalizado é que é uma das principais dimensões da revolução ciberdemocrática em curso (LEMOS e LÉVY, 2010, p.89-90)

Lemos e Lévy (2010, p.221) definem inteligência coletiva como "a potência da autocriação", uma capacidade de aprendizagem autônoma. Os autores entendem que a inteligência é sempre um feito coletivo e que, conseqüentemente, o termo "inteligência coletiva" seria um pleonasma. A vigência do termo se justifica, segundo eles, pela necessidade de romper alguns preconceitos culturais que nos levam a imaginar que a inteligência seria uma propriedade dos indivíduos.

Esse argumento reforça a tese aqui defendida de que hoje, mais do que nunca, a opinião pública pode ser entendida como um processo de inteligência coletiva, um espaço privilegiado de negociação, formada e modificada na discussão coletiva.

Apontamentos finais

Não cabe aqui analisarmos se é a inovação tecnológica que gera a mudança social ou se é a mudança social que alavanca a inovação tecnológica. Importa pensarmos em que medida esse cenário comunicacional possibilita ou modifica determinadas práticas sociais e como essas

práticas colaboram para a formação ou dinamização da opinião pública.

A partir de Lemos e Lévy (2010) podemos observar que o cenário de transformação contemporânea das mídias é sustentado por três grandes pilares: a crescente relação de dependência entre mídias e comunidades; a convergência entre os suportes midiáticos e; o princípio da conexão generalizada, aliando mobilidade e eficácia informativa.

Por meio destes três pontos, os itens trabalhados neste artigo tentam mostrar que não se trata apenas de uma mudança na forma de consumo midiático e sim de uma profunda alteração nas formas de produção e distribuição de conteúdo informacional, o que, conseqüentemente, resulta numa construção diferenciada da opinião, que estamos entendemos como "inteligência coletiva" (LÉVY, 2000).

A realidade nos mostra que caminhamos rumo à outra prática de comunicação, gerada e ampliada na ambiência digital. Podemos dizer que, uma das principais contribuições que o atual cenário comunicacional, marcado pelo processo de convergência, oferece ao processo deliberativo é a disponibilização de uma pluralidade de informações. Ao expor informações qualificadas, a mídia disponibiliza pontos de vista diferenciados para que a audiência possa formar seu próprio juízo e interpretar a informação recebida a partir das suas experiências de vida.

Não se trata de excluir o sistema de filtragem jornalística, pois é ele que garante a profissionalização do processo de informação. O que buscamos (e a ambiência digital nos oferece os recursos necessários) é uma ampliação da esfera pública midiática, que até pouco tempo estava restrita ao poder e ao controle das grandes empresas jornalísticas.

Bibliografia

- Alsina, Miguel Rodrigo. *La construcción de la noticia*. Buenos Aires: Paidós, 1989.
- Andeson, Chris. *A Cauda Longa*. 5ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2006.
- Belochio, Vivian de Carvalho. *Jornalismo Colaborativo em Redes Digitais: Estratégia Comunicacional no Ciberespaço – O Caso de ZeroHora.com*. Dissertação de Mestrado desenvolvida no Programa de Pós-Graduação em Comunicação Midiática da Universidade Federal de Santa Maria (UFSM). Santa Maria, 2009.
- Bordieu, Pierre. A opinião pública não existe. In: *Questões de Sociologia*. São Paulo: Marco Zero, 1983.
- Castells Manuel. *A Sociedade em rede*. São Paulo: Paz e Terra, 1999.
- Di Felice, Massimo. *Do público para as redes*. São Caetano do Sul: Difusão, 2008.
- Felinto, Erick. Em busca do tempo perdido: o seqüestro da história na cibercultura e os desafios da teoria da mídia. *XIX Encontro da Compós*. Rio de Janeiro, 2010
- Jenkins, Henry. *Cultura da Convergência*. 2ed. São Paulo: Aleph, 2009.
- Lemos, André; LÉVY, Pierre. *O futuro da internet: em direção a uma ciberdemocracia planetária*. São Paulo: Paulus, 2010.
- Lévy, Pierre. *A inteligência coletiva: por uma antropologia do ciberespaço*. 3.ed. São Paulo: Loyola, 2000.
- Rodrigues, Adriano Duarte. O acontecimento. In: TRAQUINA, Nelson (org.). *Jornalismo: questões, teorias e estórias*. Lisboa: Vega, 1993.
- Tarde, Gabriel. *A opinião e as massas*. São Paulo: Martins Fontes, 1992.



Comunicación Organizacional:

simetrías y asimetrías en la era de la globalización

Renato Dias Baptista

Docente de la Universidad Estadual Paulista – campus Tupã - UNESP – Brasil. Doctor en Comunicación y Semiótica por la Pontificia Universidad Católica de São Paulo/PUC. Investiga la comunicación y la cultura en empresas que utilizan nuevas tecnologías en los sectores productivos.

rdbaptista@tupa.unesp.br

Recibido: enero 2012 Aprobado: mayo 2012

Resumen

Los países viven en una nueva exclusión asociados con el cambio en la organización en alta velocidad. Además de las máquinas, los sistemas de especialistas, la logística y los factores económicos, las transiciones reconfiguran los conceptos de trabajo. A pesar de toda presión para lograr las necesidades de cambios, cada país tiene una fisura tecnológico-cognitiva. En frente de los impactos, es poco probable que la situación actual se convierta en una contracción. Defendemos la teoría, que la transición tecnológica y cognitiva, deben ser graduales, deben estimular las estrategias de gestión de conocimiento. Cada realidad tiene un código, como un grado de conocimiento que no pueden ser fácilmente cruzados. Nuestro objetivo es discutir críticamente la cultura de la organización y la necesidad de conexión en un amplio contexto donde es estimulada por las nuevas tecnologías.

Palabras claves: ; cultura; tecnología; empresa; cambio.

Resumo

Os países estão em uma nova exclusão associado com a mudança na organização a alta velocidade. Além das máquinas, sistemas especialistas, logística e fatores econômicos, reconfigure transições os conceitos de trabalho. Apesar de toda a pressão para as necessidades de mudança, cada país tem uma fissura tecnológico-cognitiva. Em frente dos impactos, é improvável que a actual situação torna-se uma contracção. Defendemos a teoria, a tecnologia ea transição cognitiva deve ser gradual, devem incentivar estratégias de gestão do conhecimento. Cada realidade tem um código, como um grau de conhecimento que não pode ser facilmente cruzados. Nosso objetivo é discutir criticamente a cultura da organização ea necessidade de conexão em um contexto amplo, onde é estimulada pelas novas tecnologias.

Palavras-chave: comunicação, cultura, tecnologia, negócios, mudar.

Introducción

El camino establecido por las organizaciones, por los accionistas y el sistema financiero mundial exigen acuerdos sin refutación: o aceptamos los cambios o seremos relegados de la sociedad. Esta imposición es encaminada a las naciones, las empresas y las personas sujetas a las decisiones de los más fuertes. Es también una presión desigual, pues, las naciones, las empresas y las personas se encuentran en etapas distintas. Cada empresa o país tiene su brecha, una distancia frente a las determinaciones de los más avanzados que imponen un ritmo rápido. Hay miles de situaciones, puntos de conexión en una red donde todo interfiere en todo. En esta complejidad acrecientan las empresas que generan valores de persuasión para que los equipos acepten los cambios.

Así, muchas empresas están llenas de disonancia, pues hay comandos que no saben qué dirección seguir, dicen una cosa y hacen otra. Los antagonismos son dignos de atención, una vez que son la expresión de una cultura inadecuadamente gestionada y una comunicación incipiente.

Frente a un escenario creado por la velocidad que modifica la relación de los seres humanos con las máquinas, hay una fomentación por la reducción del ciclo de cambio. La velocidad siempre ha estado presente, pero son conceptos que han cambiado sobre ella. En ese sentido, lo que es rápido sólo puede considerarse así en comparación con los lentos, los rápidos de hoy pueden ser los lentos de mañana y, en cada distancia entre la producción y las personas, también hay excluidos, porque ni todos son capaces de trabajar en un local en que la velocidad es la clave de orden.

En esta complejidad, los estudios sobre la cultura pueden ser considerados como elementos estratégicos. Pero la cultura no es un objeto, ni siquiera surge de la simple relación entre causa y efecto sobre el comportamiento del hombre. En las empresas, no es exclusivo de los funcionarios, de los accionistas o propietarios, es más dinámica e interconectada con la multiplicidad de la vida. Aunque el estudio de la cultura pueda garantizar la información esencial para la comprensión del cambio y el desarrollo tecnológico en las organizaciones, son pocas las empresas que gestionan la cultura.

Para un mejor entendimiento de la cultura de la organización con la sociedad, véase el caso de las empresas extranjeras, **cuando éticas** y bien gestionadas, tienden a utilizar valores típicos de la matriz y luego adaptarlos a la realidad local. Esta realidad, a su vez, la mezcla en todas las partes representadas en la empresa extranjera.

Así, la cultura de una organización se refleja, entre otros, en los seres humanos, la ubicación, las tecnologías, los productos fabricados, en el perfil de liderazgo y el tamaño de la empresa (BAPTISTA, 2007a).

En las próximas páginas discutiremos esa dinámica organizacional con base en la literatura y datos empíricos obtenidos en una investigación de doctorado. Buscaremos comprobar la grande relación entre la comunicación, la cultura y las tecnologías como factores esenciales para el cambio en las organizaciones.

Cultura: un código que se debe descifrar

La lectura-diagnóstico es fundamental en uno proceso de cambio, pues sin ella, las decisiones pueden ser caracterizadas como rígidas e autoritarias por los empleados. Con un enfoque que la organización sólo existe con la comunicación, hemos adoptado la tesis de que los **cambios organizacionales, requieren cambios de comunicación**. Es una interacción que caracteriza la no separación de la comunicación y de la cultura (BAPTISTA, 2006a). En la opinión de Schein (2004), "la cultura determina las percepciones, los pensamientos, los sentimientos y, en cierta medida, el comportamiento." Todos estos elementos están expuestos a las consecuencias de las nuevas tecnologías, e son consecuencias favorables o desfavorables al proceso de cambio dependiendo de las estrategias utilizadas por la empresa e de la extensión de las brechas cognitivas existentes en los cuadros funcionales.

En este sentido, la defensa de una cultura es una defensa cognitiva. Toda fisura representa una intensa protección del *statu quo*, porque cuando los individuos no asimilan los cambios, desde un simple *software* o la interrelación con los procesos de trabajo donde operan los robots y sistemas especialistas, surge el miedo, la inseguridad y el conflicto. El trabajo solamente cambia con las interacciones entre los seres humanos y sus subjetividades.

Esta complejidad se relaciona con la historia de las industrias. Desde Taylor con la organización y las normas de trabajo en el período 1903 a 1930, en los modelos de las relaciones humanas de Elton Mayo en las primeras décadas del siglo XX, en los métodos de Douglas McGregor con sus reglamentos por escrito, y en la reciente propuesta de los sistemas de participación propuestos en a las ideas de Taiichi Ohno, responsable por la creación de *toyotismo*.

Sin embargo, la historia de la industria no sigue el mismo ritmo a escala mundial. Hoy, cada país busca superar sus defasajes. Hay una interferencia de la escolaridad y del conocimiento. Una empresa, con empleados que tienen buenos niveles de escolaridad, tiende a tener una mejor comprensión del cambio.

En la opinión de Hopenhayn, "hay una noción generalizada de que la educación puede unirse a la revolución de la tecnología de la información y del aumento de los trabajos "inteligentes" y unirse a redes de conocimiento"

(Hopenhayn, 2003 p. 176). Los estudios de Hopenhayn (2003), por cierto, hablan de los obstáculos causados por la falta de simetría entre los sistemas educativos y las nuevas tecnologías en América Latina. La educación, según el autor, "por mucho tiempo ha sido considerada una movilidad social y una integración cultural y un desarrollo productivo" (Ibíd., p. 176).

Así, el primero paso es conocer la realidad, el código que cada empresa tiene, pero no podemos descifrar el código de la cultura organizacional, cuando no tenemos el código del conocimiento. Esto dato es dependiente de una análisis de las simetrías y asimetrías de la globalización.

Globalización: simetrías y asimetrías

La globalización tiene una heterogeneidad conceptual. Para los ricos y poderosos, es vista como una condición *sine qua non* para la continuación de la humanidad y los negocios. En un sentido amplio, la globalización presupone la interdependencia, la línea para el equilibrio y la simetría entre los componentes.

El término global, a propósito, surge "a principios de los años 80, en las principales escuelas de administración de empresas de las universidades de Harvard, Columbia, Stanford, etc" (Chesnais, 1996, p. 23). Sin embargo, independiente de la dirección que tome esta palabra, la globalización estimula una serie de efectos que se acumulan con el desarrollo de la microelectrónica y los consiguientes cambios en todos los sectores de la sociedad. En este escenario, al mismo tiempo que hay cambios en algunas partes del mundo, en otros hay enormes impactos. Eso ocurre especialmente en las sociedades más frágiles que se han visto obligadas a someterse a las naciones dominantes y cubrir un antagonismo que se refleja en la ampliación de la pobreza. Según Bauman, este "progreso" que ha sido una promesa de la felicidad, camina en dirección opuesta: ahora representa la amenaza de una inexorable e ineludible cambio que, en lugar de predecir la paz y la tranquilidad, presagia sólo la crisis y las tensiones y los prejuicios. (Bauman, 2007, p. 16-17). No obstante, sin la tecnología, la globalización no tendría la misma faceta que presentamos. Según Trivinho (2007), la integración en el mundo requiere una contraseña para la tecnología. Destacamos que esta contraseña debe ser reconfigurada continuamente en frente a cada localidad y distancia cognitiva que se presentan en las equipos de trabajo. Estamos de acuerdo con Lévy (1998) que no debemos crear obstáculos a la tecnología en el supuesto de que se genera el caos social, pero creemos que debemos entender la dirección en que estamos, y cuáles son los efectos.

Es así en todas partes de una organización. En las áreas administrativas, el *software* genera velocidad en los métodos para evaluar los resultados y el rediseño de

las funciones. En la producción, el rediseño esta en el equipo que es rápidamente sustituido. Añade que la presión de los métodos de gestión penalizan a quienes no los absorbe y reprimen a quienes están lejos de la nuevas reglas de comportamiento, tal cual una garantía de "supervivencia" en el sistema. Los empleados, a su vez, instigan los más lentos y escriben la historia de la organización. Por lo tanto, los mecanismos creados para la transición tecnológica fomentan una fascinación (BAPTISTA, 2006b). Ella se encuentra en la presión mundial para la innovación, para la súper-valorización de la persona que responde de manera rápida y la aceptación de que las tareas son cada vez menos dependientes de la participación humana. El premio está garantizado por bonos corporativos, la participación en los beneficios, la garantía de empleo durante más tiempo.

Pero, en los entornos obsoletos, la búsqueda de una rápida actualización también fomenta el miedo, además no ayuda a la asimilación de nuevos conceptos en el trabajo. En este punto, eso es un obstáculo en la sociedad actual, ya que en la súper-velocidad no hay una consonancia con las subjetividades y con la cognición humana.

Comunicación para el cambio

Los cambios que ignoran el *status quo* generan la disonancia cognitiva. Teniendo en cuenta que una organización se compone de personas inmersas en una cultura, las estrategias para el éxito de la transición sólo son posibles en la aceptación y asimilación de los valores que caracterizan esos cambios.

Para Keyton (2005) y Robbins (2006), las empresas están continuamente presionadas en el camino de un estado deseado de transformación. En este escenario se debe introducir la gestión de la cultura corporativa. Estos factores también están en los estudios de Schein (1982, 1996, 2006). Robbins (2006) analizando los estudios de Lewin, destaca que cualquier cambio debe superar las fuerzas contrarias en su camino para un estado deseado. El éxito depende del control de aspectos como: el ambiente organizacional, los sistemas de trabajo, los procesos de fabricación, la remuneración y los estilos de liderazgo. Muchas características culturales que influyen en el ambiente organizacional pueden producir fuerzas restrictivas. En este aspecto, no se puede olvidar que hay un impacto cuando se intenta insertar saltos tecnológicos en las empresas arcaicas.

Cohen y Fink (2003) creen que algunas transiciones pueden crear interferencias en las relaciones humanas. Este evento puede generar una resistencia frente a la máquina o la gestión. La objeción depende de la intensidad con que los cambios se apliquen. Por lo tanto, las innovaciones que no están alineadas con los propósitos de un equipo pueden generar actitudes contraproducentes.

Baptista (2007c), por ejemplo, destaca un estudio realizado en una gran empresa brasileña en que los trabajadores tenían aversión a la tecnología. También tenían resistencias, pues ellas amenazaban la seguridad y el equilibrio emocional de sus miembros. En otro estudio, también realizado en una gran brasileña, había dos formas de resistencia: La primera, definida como abierta, era una recusa a los cambios, porque contenía órdenes directas y autoritarias a los niveles inferiores de la jerarquía. En tales entornos son comunes los términos "cambie, porque yo quiero" o "si no cambien, están fuera". La otra forma, definida como oculta, es una resistencia no declarada en frente de las disonancias en la cultura de la organización. Son lugares llenos de discursos y acciones antagónicas, porque a menudo, los dirigentes declararon una cosa e hacen otra.

Cuando el medio es predominado por falacias, eso se torna una conducta que alimenta las objeciones. **Las asimetrías son tan contraproducentes como la verdad.** En términos prácticos, significa que si un trabajador es lesionado durante un proceso de transición, él puede oponerse a los próximos cambios que la empresa intenta aplicar (BAPTISTA, 2008).

La reproducción de los mismos modelos mecanicistas del pasado en las empresas con intensos cambios, pueden estimular antagonismos, que se caracterizan como las diferencias entre la acción y la información. El lema "vamos a lograr el objetivo porque nuestros empleados son nuestro principal activo" muestra un efecto contrario cuando las empresas son, en la verdad, opresivas.

Conclusiones

Si una empresa no reconoce la múltiples relaciones entre las tecnologías con la comunicación y la cultura, ellas crean obstáculos en la evolución del trabajo.

Estos obstáculos se encuentran en una comunicación compartimentada y mecanicista.

Lo que proponemos para la comunicación organizacional? En primer lugar, es necesario transformar información en comunicación. Es necesario leer la realidad: o sea, reconocer quien son los clientes internos, los externos, cuales son las tecnologías de la empresa, los recursos humanos, el sistemas de gestión, la cultura – con sus valores, símbolos, rituales, subculturas – la origen de la empresa – global, multinacional o local – las maneras de comunicación interna y externa – medios utilizados – En según lugar, es necesario descubrir cuales son las asimetrías y simetrías corporativas en frente a los objetivos de cambio.

Para Argenti (2005) y Baptista (2007b) las asimetrías más frecuentes es el distanciamiento de las inversiones en la comunicación interna y externa. Por ejemplo, el trabajador está en tiempo completo en la empresa. Él está expuesto a la divulgación de la imagen corporativa a través de los diversos medios de comunicación interna e externa. Así, cuando los medios externos transmiten el lema de una "empresa que respeta el medio ambiente", y se el empleado no se reconoce como una verdad en el ambiente interno, eso puede estimular la asimetría, y como tal, tornar se un empleado contraproducente. Las comunicaciones internas y externas, no pueden ser asimétricas ante a los públicos que se conectan en algún lugar de la red organizacional.

La organización debe concebir la idea de que los seres humanos no pueden reducirse a un mero ser vivo que tiene una reacción funcional. Según Dejours (1992), Chesneaux (1996), Castells (1998), Bauman (1999), Antunes (2000), Adler (2002) y Trivinho (2007), la era de la globalización requiere una nueva forma de trabajo, una nueva concepción sobre los recursos humanos inseridos en la sociedad tecnológica.

Bibliografía

- Adler, N. J. *International dimensions of organizational behavior*. Toronto: South-Western, 2002.
- Antunes, R. *Adeus ao trabalho? Ensaio sobre as metamorfoses e a centralidade do mundo do trabalho*. Cortez-UNICAMP: Campinas, 2000.
- Argenti, P. A. *Comunicação empresarial: a construção da identidade, imagem e reputação*. São Paulo: Campus, 2006.
- Baptista, R. D. *As dimensões da comunicação e cultura organizacional em um contexto de renovação tecnológica*. São Bernardo do Campo: Comunicação e Sociedade, n. 46, 2006a.
- _____. *Comunicação, cultura e novas tecnologias: transição, fascínio e repreensão*. In: Congresso de Estudantes de Pós-Graduação em Comunicação, 2006. Rio de Janeiro. Anais ECO, Rio de Janeiro, 2006b.
- _____. *Involuções corporativas: perspectivas críticas sobre a gestão de pessoas, comunicação e cultura nas organizações*. São Paulo: All Print, 2007a.

- _____. *Comunicação e cultura organizacional em contextos de transição tecnológica*. Revista Estudos da Comunicação. PUCPR, v. 8, n. 17 set./dez. 2007b.
- _____. *La sociedad tecnológica: cultura y fisuras del conocimiento*. In: IV Congreso de Internacional de Bibliotecología, Documentación y Archivística (CIBDA 2007). La Paz, 2007c.
- _____. *Cultura: la clave para el cambio*. Punto Cero. UCCB, n. 16, La Paz, 2008.
- Bauman, Z. *Globalización: as conseqüências humanas*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1999.
- Bauman, Z. *Tempos líquidos*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2007.
- Bueno, W. C. *Comunicação empresarial no Brasil: uma leitura crítica*. São Paulo: All Print, 2005.
- Castells, M. *La era de la información: economía, sociedad y cultura*. v. 1. Madrid: Alianza, 1998.
- Chesnais, F. *A mundialização do capital*. São Paulo: Xamã, 1996.
- Chesnaux, J. *Modernidade-mundo*. Petrópolis: Vozes, 1996.



Un recorrido sobre el *autor*: su problematización en Gadamer, Jauss y Eco

Mariana Patricia Busso

Argentina, comunicadora, docente e investigadora de la Universidad Nacional de Rosario / CONICET.

mar_busso@hotmail.com

Recibido: enero 2012 Aprobado: febrero 2012

Resumen

En el presente artículo intentaremos rastrear el concepto de autor en el trabajo de Hans-Georg Gadamer, Hans Robert Jauss y Umberto Eco, pensadores clave que desde la hermenéutica y el estructuralismo han abordado la problemática tríada autor – obra – lector en la segunda mitad del siglo XX. La importancia de la puesta en diálogo de estos enfoques está dada por la vigencia de la problemática de la autoría –o de la desaparición de la misma- en un contexto donde en el pensamiento social cobra vital importancia el lugar del lenguaje como capaz de crear tanto al sujeto como a la realidad por él interpretada. Los pensadores que hemos seleccionado, en este sentido, no presentan miradas homogéneas sobre la cuestión dadas sus procedencias epistemológicas diversas, aunque se encuentran en un cierto modo mancomunados por el intento de otorgar un nuevo status al autor, lector y texto en relación al funcionamiento del lenguaje.

Palabras claves: ; autor, texto, interpretación, Gadamer, Jauss, Eco.

Resumo

No presente artigo tentaremos rastrear o conceito de autor no trabalho de Hans-Georg Gadamer, Hans Robert Jauss e Umberto Eco, pensadores chave desde a hermenéutica e o estruturalismo abordaram a problemática tríada autor – obra – leitor na segunda metade do século XX. A importância da posta em diálogo destes enfoques está dada pela vigencia da problemática da autoría –ou do desaparecimento da mesma- num contexto onde no pensamento social cobra vital importância o lugar da linguagem como capaz de criar tanto ao sujeito como à realidade por ele interpretada. Os pensadores que selecionamos, neste sentido, não apresentam miradas homogéneas sobre a questão dada suas procedências epistemológicas diferentes, ainda que se encontram num certo modo mancomunados pela tentativa de outorgar um novo status ao autor, leitor e texto em relação ao funcionamento da linguagem.

Palavras-chave: autor, texto, interpretação, Gadamer, Jauss, Eco.

Introducción

En el presente artículo intentaremos rastrear el concepto de *autor* desde una clave epistemológica en el trabajo de Hans-Georg Gadamer, Hans Robert Jauss y Umberto Eco, pensadores que han sido centrales en la problematización de la tríada autor – obra – lector en la segunda mitad del siglo XX. Dadas sus diversas tradiciones epistemológicas, estos pensadores no presentan miradas homogéneas sobre la cuestión, aunque se encuentran en un cierto modo mancomunados por el intento de otorgar un nuevo status al *lector* y al *texto* en relación al funcionamiento del lenguaje.

Antes de iniciar nuestro recorrido, es necesario aclarar que la figura de autor que vamos a analizar es la del *autor moderno*, que se configura desde el Renacimiento para alcanzar su plenitud en el Romanticismo. Es en este período en el que se producen el desarrollo de la imprenta (que permitió la reproducción, distribución y comercialización de la obra literaria, a la par que se despliega y consolida el concepto de la propiedad intelectual sobre la obra) y un cambio en la concepción de los atributos del autor, del que se destacan su originalidad romántica, su genialidad individual y creadora, y al que se considera el eterno propietario de la obra.

La hermenéutica de Hans-Georg Gadamer: reconducir el texto al sentido

En el marco de las teorías de la interpretación y del desplazamiento del eje desde el autor hacia el lector, podemos ubicar la postura de Gadamer en un lugar intermedio, con énfasis en lo que podríamos denominar *texto* y en el momento de la interpretación. Sin embargo, ello no nos retrae a la hermenéutica clásica con su pretensión de encontrar el sentido oculto presente en un texto; la tarea hermenéutica planteada por Gadamer tiene que ver más bien con una reivindicación de la tarea interpretativa, que atraviesa lectores, sociedades y culturas.

Gadamer va a llamar esto “la pretensión universal de la hermenéutica” (Gadamer, 1970: 319), donde la praxis de la tarea interpretativa en particular es constituyente de la estructura originaria del “ser-en-el-mundo” y capaz de dotarlo de *presencia*. Por ende, la hermenéutica que designa una “capacidad natural del ser humano” (Gadamer, ibídem: 293)¹ que tiene un alcance universal porque implica una reflexión sobre el propio conocimiento, su construcción y determinación. Desde

esta perspectiva, los textos deben comprenderse desde la historia y el lenguaje del texto mismo y del intérprete, en una hermenéutica fundamentalmente dialógica.

Cabe aquí realizar una aclaración: el *texto* de Gadamer se inscribe en el marco del *círculo hermenéutico*: “es un mero producto intermedio, una fase en el proceso de comprensión que encierra sin duda como tal una cierta abstracción: el aislamiento y la fijación de esta misma fase” (Gadamer, ibídem: 329). Estos textos son, entonces, “manifestaciones vitales” duraderas que deben ser comprendidas, *hechas hablar* por un intérprete que debe *participar* en su sentido. El intérprete o *lector* establece entonces una relación dialógica con este último; el objetivo no es establecer un sentido, sino comprender e intentar llegar a un acuerdo.

El énfasis en el carácter dialógico de la comprensión lleva a Gadamer a preocuparse por el estatuto de texto y lector en esta relación. Comprender, nos dice, no es meramente una “comprensión histórica” que reconstruya la génesis de texto, sino que en la “resurrección del sentido del texto” se encuentran ya implicadas las ideas del intérprete (Gadamer, 1993: 238). Este último *horizonte* no debe pensarse tampoco como un punto de vista propio que se impone sobre el sentido, sino que es más bien una opinión o una posibilidad que el lector pone en juego.

Pensar históricamente entraña asimismo una mediación entre los conceptos del pasado y los del presente: interpretar es aportar los propios conceptos previos, la propia cultura, para pensar lo que el texto es, y al mismo tiempo, lo que hizo de nosotros. Entender lo que un texto es, podríamos aseverar, es entender también lo que era en un comienzo y lo que llegó a ser en un futuro; es reconocer las diferentes lecturas que ha tenido ese texto y que a su vez han constituido a ese intérprete que desde un “ahora” vuelve al texto.

Es importante aquí el papel de lo que Gadamer llama *tradición*. El sentido de un texto siempre es recuperado al interior de una tradición, que no se impone al lector/ intérprete sino que se construye todos los días, en un esfuerzo hermenéutico. “El portador de la tradición no es ya tal o cual manuscrito que es un trozo del entonces, sino la continuidad de la memoria” (Gadamer, ibídem: 240). La tradición así entendida pasará a formar parte del propio horizonte, haciendo presente no una historia individual sino lo que hoy llamaríamos su *actuación en la cultura* y que este autor caracteriza como “toda una humanidad pasada, en su relación general con el mundo” (Gadamer, ibídem).

¹ Esta *experiencia del comprender* es irreductible para Gadamer con las ciencias exactas o naturales. Para este autor la hermenéutica del siglo XIX, aquella de Schleiermacher y Dilthey, intentó fundamentar su igualdad con las ciencias naturales posicionándose como una *metodología* (Gadamer, ibídem: 304) de acercamiento a los textos. Sin embargo, la interpretación gadameriana se encuentra por fuera de las “zonas de verdad” de las ciencias exactas positivistas, ya que éstas implican la búsqueda de un saber exacto y objetivo, fruto de la investigación de un objeto por parte de un sujeto neutral, esto es, ajeno a cualquier implicación subjetiva.

¿Cuál es el lugar del autor, entonces, en el marco de este diálogo hermenéutico? Definitivamente nos estamos refiriendo a una participación al nivel del sentido que el texto comunica al intérprete. La *tradición* puede facilitar o proponer una idea sobre el autor empírico de un texto, pero que pasa a ser secundaria en el acto interpretativo. Se produce entonces una ruptura tanto con el escritor como con un lector concreto al que estaría dirigido el texto; lo importante es poder reconducir el texto al sentido, que volverá a enunciarse “únicamente en base a la literalidad transmitida por los signos escritos” (Gadamer, *ibidem*: 242).

Lejos estamos, entonces, de reconstruir el sentido originario de un texto o de pensarlo sometido a una subjetividad e intencionalidad. Sin embargo, la figura del autor no desaparece, sino que se encuentra matizada por otros horizontes de lectura que se suman y se funden con el suyo y con el del texto, que a su vez ya lo han hecho con otros precedentes.

Hans Robert Jauss y el autor en la estética de la recepción

La “Escuela de Constanza”, de la cual Jauss es su máximo exponente, se ha preocupado fundamentalmente por estudiar el modo y las condiciones en que se efectúa la recepción de un texto, entendido como obra de arte. Jauss reconoce explícitamente fuertes influencias de la hermenéutica de Gadamer, que aplicará a sus investigaciones sobre la historia literaria (Jauss, 1981:34). Dos son los grandes puntos de contacto: por un lado, la consideración de la necesidad de interpretar los textos; por otra parte, la centralidad de la conciencia histórica en la relación dialógica entre el intérprete y el texto.

Interrogándose sobre la experiencia estética como base de todas las manifestaciones del arte, Jauss se preocupa por la consideración histórica de esa práctica en el momento de la recepción inicial y sucesiva de la obra por parte del público, antes que por la autoría de ésta. Para reflexionar sobre la experiencia estética, sostiene Jauss, hay que partir del momento en el que se adopta una *actitud* ante el efecto estético de una obra, “al comprenderla con placer y al disfrutarla comprendiéndola” (Jauss, 1986:13), más que con el mero reconocimiento de su significación o con la reconstrucción de la intención de su autor².

Jauss se preocupará fundamentalmente por las posibilidades de intervención explícita del intérprete, en detrimento de la autonomía de la obra. Así, nos propone

que la experiencia del lector (o de la comunidad de lectores) consta de tres momentos interpretativos: el *efecto* como momento de la concretización del sentido condicionada por el texto, la *recepción* como momento condicionado por el destinatario, y finalmente una *actividad comunicativa* que enlace entre sí a los dos momentos anteriores en uno de nueva significación.

Es en este marco que se produce la *rehabilitación del lector*, ya que el texto en tanto obra artística no se constituye como tal hasta el momento en que es interpretado por él, en un proceso comunicativo del que también forma parte. Aparece aquí una de las recuperaciones de la hermenéutica de Gadamer a la que hiciéramos referencia: la concepción dialógica de la interpretación. Diálogo que hará intervenir al presente y al pasado: para Jauss, el sentido de una obra está ligado a una *secuencia histórica* de interpretaciones, parciales y diferentes entre sí, pero no por ello menos válidas.

Para Jauss, la relación autor-lector es un proceso de mediación o de *fusión de dos horizontes*: el *horizonte de expectativas literario o de la obra*, conformado por las orientaciones que acompañan al texto y los géneros, forma y temática de obras anteriormente conocidas, y el *horizonte de expectativas social o del receptor*, constituido por la comprensión previa del mundo por parte del lector, que incluye sus expectativas concretas procedentes de sus intereses, deseos, necesidades y experiencias, condicionado además por las circunstancias sociales, las específicas de cada estrato social y las biográficas (Jauss, 1987).

El acento en la interpretación está puesto, entonces, en el texto mismo y en el lector; su significado no está fijado por una determinada codificación del texto, sino que es una “entidad relativa” que se actualiza en cada acto de lectura. Esto abre a su vez la posibilidad de pensar al texto, a la obra, desde una dimensión social: al no encontrarse cerrada sobre sí misma, se “completará” desde el horizonte de expectativas del lector, que es individual pero, al mismo tiempo, eminentemente social.

Jauss abre así un espacio liberador en la interpretación textual, en el sentido de que la fusión de los horizontes del texto y del lector puede realizarse *espontáneamente* “en la liberación de los imperativos y la monotonía de la vida ordinaria” (Jauss, *ibidem*: 77). Es decir, se produce una ampliación de la experiencia, ya sea *reflexivamente* (como reconocimiento y apropiación del texto en el propio horizonte), o bien de rechazo del mismo. La *tradición*

2 Para Jauss la experiencia estética se vincula al gozo experimentado en el contacto con la obra, “donde la norma está encarnada en el sentimiento de placer experimentado frente a la belleza, en el goce estético, en cuanto éste es comunicable” (Piché, 1989: 7). Si el goce estético, entonces, se sitúa en el centro del intercambio entre la obra y el público, permitirá “inventar nuevos mundos; experimentar libremente los posibles” (Piché, *ibidem*) probando formas de la temporalidad diversas a las de la vida cotidiana.

ahora será "salvación del pasado" (Jauss, 1986: 23), donde la fusión de horizontes no será *conservadora* en un sentido gadameriano sino que, por el contrario, permitirá actualizar la experiencia literaria.

Umberto Eco y la vuelta a la *intentio operis*

Si pensamos, siguiendo las modalidades propuestas por Eco en *Los límites de la interpretación*, que existen tres modalidades para pensar la actividad interpretativa: la *intentio auctoris* (la intención del autor), la *intentio operis* (la intención de la obra, del texto) y la *intentio lectoris* (la intención del lector), la teoría de este pensador, más apegada al modelo textual estructuralista, se ubica sin dudas en la *intentio operis*, donde el acento está puesto en los límites que impone el texto mismo.

La puesta en discusión del "privilegio" concedido a la figura del lector como único criterio de definición de un texto por parte de una línea semiótico-estructural y de una línea hermenéutica, podemos encontrarla centralmente en dos obras de Eco que son *Lector in Fabula* (aparecido en 1979) y *Los límites de la interpretación* (en 1990), cuya puesta en diálogo nos permitirá analizar la figura del *autor* en su pensamiento. Partiremos entonces de la noción primera de *lector modelo*, que luego se convertirá, a nuestro entender, en la *intentio operis*.

El texto está siempre incompleto ya que debe ser actualizado, es decir, *interpretado*, nos dice Eco en *Lector in Fabula*. Este texto "plagado de espacios en blanco" (Eco, 1982: 76), de huecos que se deben rellenar, postula entonces a su destinatario como condición de completud: un texto se emite para que alguien lo actualice desarrollando su potencialidad significativa. Sin embargo, esta concepción de un otro que interpretará el texto no es independiente del texto mismo, que lo prevé en sus competencias (a las que Eco luego llamará "enciclopedias"³).

Este Lector Modelo previsto por el texto debe ser capaz de "cooperar en la interpretación textual" (Eco, *ibídem*: 80) en el modo en que lo ha "planeado" el texto mismo a través de recursos como la elección de una lengua, de un tipo de enciclopedia, de determinado patrimonio léxico y estilístico. Leer, en este sentido, será ocupar el lugar de *lector modelo* previsto por el texto, a la par que reconocer las estrategias textuales puestas en juego para su activación. Análogamente, el autor también es considerado como una estrategia textual capaz de colaborar en la creación de un determinado lector modelo.

Se pueden proponer infinitas conjeturas sobre el sentido del texto, nos dice Eco; pero aquellas válidas serán únicamente las que sean concordantes con la *isotopía* o la coherencia global del texto. Es aquí donde la indagación acerca de la intención del autor (modelo) y sobre la obra (entendida como coherencia del texto) coinciden: el texto no es un parámetro para validar la interpretación, sino que es "un objeto que la interpretación construye en el intento circular de convalidarse a través de lo que la constituye" (Eco, 1998: 41), en un círculo hermenéutico que, sin embargo, no deja de ser estructural, ya que es una parte del lenguaje la que interpreta al mismo lenguaje.

Cabe repreguntarse, en este punto, dónde ubicar la intención de un autor empírico en relación a su texto. Proponemos que del mismo modo como un texto construye a su lector modelo y por parte de un autor empírico, al mismo tiempo se va construyendo el autor modelo como una hipótesis en base a datos textuales que propondrán conjuntamente las interpretaciones posibles de ese texto. La intención de éste, entonces, es el resultado de una conjetura por parte del lector, ya prevista por el texto; es reconocer una *estrategia semiótica* puesta en acto por el texto para validarse a sí mismo. Vemos entonces que si esos son los "objetivos" de la interpretación textual, al fin de cuentas la noción de la intención de un autor empírico es "radicalmente inútil" (Eco, 1997: 78) ya que lo que se debe respetar es el texto y no el autor en su existencia real. Ello no implica, según Eco, que no sea digno de atención el estudio de la persona del autor para un análisis de la psicología de la creatividad; sí será irrelevante para una teoría semiótica de la interpretación.

A modo de reflexión final

Los distintos abordajes acerca del *autor* que hemos intentado recuperar nos llevan a preguntarnos acerca de su vigencia, aunque más no sea en términos analíticos y en un contexto donde tanto desde la reflexión intelectual como desde el desarrollo de nuevas tecnologías de información y comunicación –fundamentalmente en lo que refiere al advenimiento de Internet– pareciera haberse producido un descentramiento y puesta en cuestión del mismo.

Sin embargo, coincidimos con Scavino en que estamos asistiendo al mismo tiempo a la recuperación de una visión clásica, "justo en el momento en que la escritura y el pensamiento empezaban a abandonar la función-autor" (Scavino, 2010: 219), principalmente en manos de los medios de comunicación que parecieran llevarla al extremo.

3 Eco entiende por *enciclopedias* a las "convenciones culturales que esa lengua ha producido y a la historia de las precedentes interpretaciones de muchos textos, incluido el texto que el lector está leyendo en ese momento" (Eco, 1998: 125)



"Diga lo que diga, lo importante es fundamentalmente quién habla", denuncia este pensador (Scavino, *ibídem*). Así, la filiación de un pensamiento vuelve a ser fundamental para otorgar estatuto de verdad a una aseveración o punto de vista, que se legitima entonces por haber sido dicho, o escrito, por un determinado autor en un medio masivo. Esto que para Scavino es una especie de "star system" filosófico, científico o literario recreado por ciertos medios de comunicación, es una recuperación del autor para nada casual, ya que tiene que ver tanto con la lógica fragmentaria y de "collage" de los medios masivos, como con la conformación de un nuevo "estilo" filosófico caracterizado por la cita y el fragmento, y donde adquieren cada vez más importancia las operaciones de marketing para difundir el propio pensamiento o el último libro publicado. En ese marco, insiste Scavino, la aparición mediática del autor no se relaciona con un debate acerca de su pensamiento, sino con una promoción de sí mismo en tanto *personaje*.

Creemos en este punto que la fuerza de las teorías que hemos desarrollado en este artículo residen en poder interpelar esta puesta mediática que recupera al autor como símbolo de status o como criterio de validación, y que era precisamente lo cuestionado por los autores que hemos trabajado, desde Gadamer hasta Eco. Sostenemos aquí que proponer nuevo modelo de texto (o hipertexto) y de lector no como mero intérprete pasivo sino interpretando o reescribiendo activamente un texto, no significa que la *firma* sea indiferente. Revisar las teorías propuestas puede revelarse como extremadamente precioso y necesario para analizar ese texto en base a sus interpretaciones posibles, a las correlaciones conceptuales inscriptas en el mismo, y a las implicaciones mutuas de distintos discursos que lleven una misma firma o *autor*. Nombre no autoritario ni absoluto, sino más bien guía y puerta de entrada para el ingreso del lector en el texto. ■

Bibliografía

emández Rodal, Asunción. "Literatura y comunicación: la lectura como nuevo mecanismo crítico", en Actas del XIII Congreso de la Asociación Internacional de Hispanistas. Madrid: Castalia, 2000. 593-599.

Eco, Umberto. Los límites de la interpretación. Barcelona: Lumen, 1998.

Eco, Umberto. Interpretación y sobreinterpretación. Madrid: Cambridge, University Press, 1997.

Eco, Umberto. "El extraño caso de la intención lectoris". Revista de Occidente n. 69. 1997: 5-28.

Eco, Umberto. Lector in Fabula. Barcelona: Lumen, 1982.

Gadamer, Hans -Georg. Verdad y método. Salamanca: Sígueme, 1993. Disponible en <<http://www.quedelibros.com/libro/48182/Verdad-Y-Metodo-I-pdf.html>>. Consultado el 01/11/2011.

Gadamer, Hans -Georg. Verdad y método II, Salamanca: Sígueme, 1970.

Giddens, Anthony, et al. La teoría social, hoy. Madrid: Alianza, 1995.

Jauss, Hans Robert. Estética de la recepción. Madrid: Arcos, 1987.

Jauss, Hans Robert. Experiencia estética y hermenéutica literaria. Madrid: Taurus, 1986.

Jauss, Hans Robert. "Estética de la comunicación y comunicación literaria". Revista Punto de Vista n. 12, 1981: 34-40.

Landow, George. Hipertexto. La convergencia de la teoría crítica contemporánea y la tecnología. Barcelona: Paidós, 1995.

Piché, Claude, "Experiencia estética y hermenéutica literaria". Revista Ideas y Valores, n.12. 1989: 3-16.

Scavino, Dardo. La filosofía actual: pensar sin certezas. Buenos Aires: Paidós, 2010.

Simone, Raffaele. La tercera fase. Formas de saber que estamos perdiendo. Madrid: Taurus, 2001.

Revista Latinoamericana de Comunicación
Chasqui

visite nuestro archivo histórico en:

<http://www.ciespal.net/chasqui/>



Construcción de la investigación comunicacional: una propuesta metodológica

Recibido: febrero 2012. Aprobado: abril 2012.

Jiani Adriana Bonin

Posdoctora en Comunicación y Ciudadanía, doctora en Ciencias de la Comunicación, profesora e investigadora del Posgrado en Ciencias de la Comunicación de la UNISINOS

jianiab@gmail.com

Resumen

La autora reflexiona sobre ciertas prácticas metodológicas dinamizadoras de la construcción de un proyecto de investigación. Procura caracterizar tales prácticas, explicitar sus fundamentos, y pensar cómo se articulan y retroalimentan éstos en el proceso de construcción de un proyecto consolidado de una investigación.

Palabras clave: investigación comunicación, metodología, epistemología, proyectos investigación.

Resumo

O autor reflete sobre a construção dinamização metodológica certas práticas de um projeto de pesquisa. Tente caracterizar tais práticas, explicar a sua razão de ser, e pensar em como eles se articulam e realimentar o processo de construção de um projeto consolidado de uma investigação.

Palavras-chave: comunicação de pesquisa, metodologia, epistemologia, projetos de pesquisa.



Introducción

Al leer los proyectos (o pre proyectos) de investigación que nos llegan a los profesores de esta actividad académica, cuando los estudiantes están por concluir el curso de graduación, de una disertación de maestría o, incluso, de una tesis de doctorado, es común encontrar muchos de estos documentos en una etapa preliminar de desarrollo. Podemos pensar, entonces, que este proyecto preliminar es el embrión de una gran aventura; no libre de angustias, de dudas, de idas y venidas, y que, anclada en una sustantiva dosis de trabajo sistemático, puede transformarse en un *proyecto de investigación cimentado*. El primer paso tal vez sea el de derribar la noción de que el proyecto está listo. Es necesario abandonar las certezas y ponerse en camino, en prácticas que, entre los bastidores de la investigación, pueden ayudar a configurar un proyecto realmente consolidado.

Mi propósito en este texto es reflexionar sobre ciertas prácticas metodológicas dinamizadoras de la construcción de un proyecto de investigación. Procuero caracterizar tales prácticas, explicitar sus fundamentos, y pensar cómo se articulan y retroalimentan éstos en el proceso de construcción de un proyecto consolidado de una investigación.

La metodología como dimensión de la práctica investigativa: delineamientos

Inscrita en las prácticas investigativas, la metodología puede ser pensada como dimensión que orienta los procesos de construcción de la investigación, en todos sus niveles; como instancia corporificada en quehaceres, operaciones, experimentaciones y procedimientos que le dan "rostro" al objeto del conocimiento, que se inscriben en lógicas actuantes en la *captura y fabricación pensada de este objeto*. Esta perspectiva se nutre de concepciones de otros investigadores, como Lopes (1990) y Maldonado (2002).

Operamos con la metodología cuando hacemos investigación, y esta operación se puede realizar de modo más o menos consciente en esta caminata. El desafío es hacerla consciente, puesto que la dimensión del método configura el objeto y responde también por el tipo de conocimiento que se produce, por sus limitaciones y sus alcances (Bachelard, 1997; Bourdieu et al. 1999; Lopes, 1990). Por esta razón, como nos advierte Bachelard (1977), cada operación investigativa debe ser sometida a la reflexión en sus detalles más ínfimos. La metodología, en el concreto de la investigación, puede ser vista como la *construcción pensada de los objetos*.

Es importante acordarse de que esta construcción se realiza en un campo científico; en el caso de la comunicación, pienso que no excluye las relaciones e

interfaces con otros campos, dado que nuestros objetos son multidimensionales y complejos, exigentes de formulaciones también complejas para aprenderlos. No obstante su "juventud", este campo dispone de un acervo de métodos, procedimientos, reflexiones, sistematizaciones, estructuraciones- constituidos en su caminata histórica-, que no pueden ser escamoteados por quien inicia una nueva investigación (Lopes, 1990). La construcción de nuevos conocimientos se hace *en relación con* este saber acumulado, por rupturas; pero también por continuidades.

Por eso, toda investigación que se compromete efectivamente con el avance del conocimiento necesita ponerse en diálogo con la producción del campo donde se inserte –y con otros afines de la problemática investigada-, en los varios ámbitos de su fabricación (dominios epistemológicos, teóricos, metódicos, técnicos). Diálogo en la tensión implica *operar con y contra- con* las proposiciones que se muestren fértiles para laborar en la problemática investigada; *contra* lo que puede obstruir o anular la construcción y captura del fenómeno investigado-, por empeño de la acción enérgica del pensamiento polémico (Bachelard, 1977), de la reflexión sensibilizada y alimentada por las solicitudes y resistencias de los objetos concretos. Sí, porque para el ojo atento, abierto y reflexivo, los objetos concretos ofrecen resistencia también; restos que no se dejan encuadrar y que, una vez captados, recogidos y pensados con cautela, pueden fecundar la producción del conocimiento, desestabilizar conceptos y exigir empeños en la construcción de concepciones que busquen efectivamente contemplarlos.

Ya nos advertía Bachelard (1977), que la observación de la realidad concreta, sola, no es base suficiente para fundamentar la fabricación del conocimiento científico; que la comprensión del mundo concreto/empírico necesita del pensamiento y de la teoría para realizarse. La lógica que preside la construcción del conocimiento se basa en una profunda unión y conexión de dos polos filosóficos en la acción científica: razón y empirismo (o teoría y dato empírico), para constituir, en esta acción, una mentalidad abstracto-concreta. El objeto de la investigación -nos recuerda el autor- es construido; su captura/comprensión necesita de la elaboración de una problemática, que se concreta en la dialéctica entre estos dos movimientos.

Concordante nuestro criterio con los autores antes mencionados, cabe preguntarse: ¿Cómo hacer que estas lógicas funcionen efectivamente en el proceso de construcción de la investigación comunicacional? ¿Qué prácticas posibilitarían la realización de esta perspectiva abstracto-concreta? ¿Qué sentidos tendrían en este proceso? Estas son, entre otras, las preguntas que me acompañan en la tentativa de identificar, caracterizar

y pensar sobre ciertas prácticas constitutivas de la fase procesual de la investigación.

Prácticas metodológicas en la construcción de la investigación

Sin dejar de mencionar el diálogo con otros autores, las reflexiones que realizo se han nutrido, sobre todo, de las experiencias y vivencias investigativas (grupos de trabajo, orientaciones de tesis, caminadas individuales, etc.), que han potenciado experimentaciones, estructuraciones, test y reflexiones metodológicas.

Los diferentes tipos de investigación, que a continuación voy a desarrollar, constituyen operaciones metodológicas que necesitan ser trabajadas concomitante y articuladamente, a fin de *poner al sujeto investigador pensante en el centro de la tensión entre estos movimientos*, a sabiendas de que la confluencia de estas prácticas, siempre comprometidas con la construcción reflexiva de una problemática, pueden constituir una "mentalidad abstracto-concreta" (en términos bachelardianos). Examinemos, entonces, lo enunciado.

Investigación de la investigación

El camino del desarrollo de investigación en el campo de la comunicación (en el Brasil y en otros países) se materializa en un *acervo* de contribuciones concretas para el entendimiento de los fenómenos comunicacionales; éstas sintetizan, muchas veces, avances teórico-metodológicos importantes para el campo. La investigación de la investigación es una práctica relevante para tomar contacto con esta producción, con el fin de que las nuevas propuestas consideren estos desarrollos y adquisiciones, y busquen avanzar -efectivamente- *con y a partir* de estas propuestas.

Realizar investigación de la investigación implica trabajar con investigaciones producidas en el campo, y en áreas de interfaz, relacionadas con el problema/objeto, para hacer de esta producción un elemento activo en su elaboración. Este movimiento exige tanto acciones operativas de levantamiento de investigaciones como un trabajo alentado de reflexión y deconstrucción, que permitan al investigador emprender apropiaciones, reformulaciones y ampliaciones de proposiciones, en muchos niveles. Un diseño general de las investigaciones realizadas es importante para situarse en este proceso, que orientará el trabajo de reflexión profundada de aquéllas que sean relevantes. Los programas de investigación de la investigación deben ser elaborados para que este movimiento se concrete de manera efectiva.

La investigación de la investigación es, literalmente, la revisita interesada y reflexiva de las investigaciones

ya realizadas sobre el tema/problema investigado o próximo a éste. En el proceso de las rutinas de trabajo, exige un esfuerzo de búsqueda y separación de estas investigaciones, que debe ser lo más ambicioso posible en su extensión. Operacionalmente, requiere conocer y adentrarse en los lugares/espacios donde se pueden encontrar esas investigaciones, lo que tiene relación con los procesos de organización del acervo de nuestro campo, en la actual etapa de su desarrollo, catalogación y publicación.

Localizadas las investigaciones, el investigador-artesano pasa al proceso de estudio interesado y reflexivo de éstas. En este proceso surge como importante el desarrollo de la habilidad de deconstrucción metodológica de estas investigaciones; lo que implica un trabajo para rehacer el camino de su construcción, que identifique los elementos que la estructuran, y que explique las bases de esta elaboración.

Pero, todo este esfuerzo de deconstrucción de la investigación existente, ¿qué puede propiciar en el investigador-artesano, cuando recorre el camino de la construcción de su proyecto de investigación? Esta operación metodológica ofrece elementos para la elaboración de la problemática; también para la autoconstrucción del investigador, en la medida en que potencializa su aprendizaje metodológico por el trabajo

esforzado del análisis de estas investigaciones, lo que, a su vez, contribuye a la ampliación de la capacidad de pensar/proyectar las propuestas investigativas, de manera consciente. También permite visualizar los problemas que ya fueron enfrentados en la investigación, los conocimientos obtenidos; y, desde este punto, trabajar en la formulación de cuestionamientos que revelen nuevas dimensiones de los fenómenos comunicacionales. Además, fundamenta el trabajo concreto de construcción de la relevancia científica de la propuesta, lo que permite situar, problematizar y afirmar la contribución que va ofrecer al conjunto de conocimientos del campo, relacionado con el problema/objeto investigado. En la dimensión teórica, esta operación contribuye para pensar posibilidades y propuestas que se muestren fértiles para la profundización de la investigación, así como para visualizar insuficiencias que pueden ser objeto de superación en este nivel. En el plan propiamente metodológico, puede ofrecer inspiración y elementos para laborar en métodos y procedimientos en construcción.

Investigación teórica

Cuando Ianni (1998) piensa sobre la ruptura histórica de amplias proporciones que estamos viviendo con la globalización, nos invita a pensar sobre los desafíos a los que se enfrentan las ciencias sociales. Él argumenta que

las metamorfosis del objeto, alterado simultáneamente por las posibilidades que se abren al sujeto de reflexión, imponen nuevos retos epistemológicos, metodológicos y teóricos a las ciencias sociales. Lo que está en juego – desde la perspectiva teórica- es la capacidad para que las formulaciones y los conceptos den cuenta de la nueva realidad; y, en esta situación, mucho del conocimiento acumulado debe ser sometido a la crítica, y ampliado.

En el campo de la comunicación, al desafío de pensar cómo la globalización impacta en la configuración de sus objetos se suma otro, de gran tamaño: la necesidad de pensar y comprender el proceso de *mediatización*; que remite a las transformaciones socioculturales potenciadas por la expansión de los medios en la sociedad, al carácter configurador de las técnicas, del ecosistema mediático en el diseño de las interacciones, de los funcionamientos institucionales, de los campos sociales, de las configuraciones espacio-temporales de las sociedades, de las experiencias, de la producción de sentidos, entre otras dimensiones (Mata, 1999; Verón, 1997; Martín-Barbero, 2004; Sodré, 2006). Yo creo que en este punto se puede ver *la frontera del conocimiento donde estamos operando*; lo que nos impone una tarea de reflexión vigorosa sobre las teorizaciones establecidas, para producir nuevas síntesis, nuevas combinaciones teóricas, capaces de iluminar la comprensión de este proceso.

En este *local de frontera* en que estamos trabajando, es importante considerar que tenemos desarrollos –en relación con esta noción- que no están acabados; pero sí en un amplio proceso de construcción. Tenemos, además, elaboraciones teóricas complejas que se fueron forjando en la historia de nuestro campo y que todavía mantienen fecundidad; el desafío es someterlas a la crítica y a la reformulación necesarias para entender esa nueva realidad comunicacional. La complejidad de este proceso –que es impensable fuera de los contextos sociales, económicos, políticos, culturales y psíquicos vigentes en el concreto histórico- exige nuevas síntesis, y demanda en la agenda la necesidad de alimentarnos de formulaciones de otros campos que nos puedan ser útiles.

En la realización concreta de las investigaciones en comunicación, Maldonado (2002, 2006) nos recuerda que en la construcción de los objetos de las investigaciones el esfuerzo debe centrarse en la elaboración teórica de las problemáticas. Redes de conceptos trabajados de manera articulada, y solidarios en el concreto investigado, necesitan ser configurados, lo que, en el plan de acciones de construcción, demanda grandes esfuerzos en investigación teórica.

Trabajar en investigación teórica implica definir la red de conceptos que la problemática en elaboración solicita;

identificar autores y proposiciones fértiles para laborar en la construcción y empezar, efectivamente, un trabajo reflexivo; que comprende entender profundamente sus proposiciones, su tejido argumentativo; percibir los dominios contextuales e históricos en que se generan; evaluar su alcance y sus posibilidades para aprehender el fenómeno que nos concierne en la investigación; laborar en tentativas de relacionamiento y articulaciones posibles con otras propuestas y conceptos, para comprender mejor el fenómeno investigado.

En este proceso, pistas generadas por la exploración del concreto empírico, así como especificidades que van diseñándose en los movimientos de contextualización, se tornan en aliados importantes en el trabajo de ampliación y concreción de los conceptos.

Investigación metodológica

Consciente o no, el investigador trabaja con concepciones de método, en un nivel más general (teorías del conocimiento, del método científico), y en un nivel más específico de su construcción (teorías de los métodos de observación, descripción, etc.). El dominio de la elaboración de la investigación demanda una fuerte reflexión en este nivel, lo que implica, entre otras acciones, trabajar en movimientos de *investigación metodológica*.

Las acciones de investigación metodológica, en este nivel, implican invertir en trabajo de reflexión sobre teorías del método para fundamentar la construcción de la investigación. Recordemos con Bachelard (1977) y Bourdieu et al. (1999) que los métodos son, efectivamente, *teorías en acto*.

En el plan de la construcción del objeto empírico, el reconocimiento de que la problemática de la construcción/captura de los hechos demanda empeño del investigador –en el sentido de dominar las teorías de los métodos, sin olvidar que en éstos operan inclusiones y exclusiones, que se confiere existencia científica a determinadas dimensiones y se anula la captura de otras (Bourdieu et al. 1999). Solamente se puede permitir y fecundar la reinención creadora, necesaria para superar los límites y obstáculos epistemológicos contenidos en estos métodos y procedimientos investigativos.

Las problemáticas proponen modos de cuestionamiento y de comprensión de un fenómeno que exige –en términos del objeto empírico- que busquemos capturar/fabricar/comprender; se solicita que miremos aspectos en cuya captura/construcción intervendrán los métodos y procedimientos de observación. Entonces, el desafío que se impone es desarrollar construcciones metodológicas que trabajen a favor de la captura/construcción de estos aspectos o dimensiones.

La investigación metodológica -que también se realiza en la investigación de la investigación- exige la instauración de procesos de estudio, reflexión, deconstrucción, reformulación y apropiación de propuestas metodológicas, para extraer de éstos los elementos que posibiliten pactos metodológicos que respondan a los requerimientos de las problemáticas que estamos trabajando. Las aproximaciones empíricas, por la vía de la investigación exploratoria, en confluencia con esta práctica, permiten una elaboración metodológica sensible a las especificidades del concreto.

La complejidad y dimensión múltiple de los fenómenos comunicacionales/mediáticos nos desafían a operar con perspectivas y configuraciones metodológicas, también, múltiples, no reductoras. La construcción y experimentación de estrategias multimetodológicas en investigaciones comunicacionales han revelado su fertilidad en este sentido (Lopes et al., 2002; Bonin, 2001, 2004). Ello implica utilizar métodos y procedimientos diversos que confluyan en la generación de datos complejos.

Investigación exploratoria

Desafiada por las reconfiguraciones de las dinámicas que conforman los objetos del campo, la investigación en comunicación enfrenta la necesidad de construir sus problemáticas con atención a la dinámica concreta de los objetos que investiga. Es imperiosa, entonces, la realización de movimientos de aproximación empírica para dar cuenta de estos objetos "móviles, nómades, de contornos difusos" (Lopes, 2006), cuyos contornos, especificidades y singularidades es necesario percibir y precisar. Las acciones de investigación exploratoria engloban planeamiento, construcción y realización de sucesivas aproximaciones al concreto empírico a partir de varias focalizaciones posibles, que interesen al problema/objeto en construcción.

Los movimientos exploratorios pueden incluir el levantamiento de datos ya existentes relativos al objeto/problema, acumulados en otras investigaciones. Comúnmente se hacen por la inmersión directa en el "campo"; como, por ejemplo, por medio de la observación directa de los productos mediáticos que serán investigados, de entrevistas con informantes-claves, o mediante procedimientos más intensivos y estructurados, como la aplicación de entrevistas o de cuestionarios a grupos específicos que interesen a la investigación.

Las pistas y constataciones relativas a los fenómenos -adquiridas en estas exploraciones- facilitan la construcción y la concreción de los problemas/objetos investigados, y permiten trabajar en la construcción de

configuraciones teóricas sensibles a los objetos de la realidad comunicacional. La investigación exploratoria brinda la oportunidad de experimentar, vivir y testar métodos y procedimientos para componer y construir ajustes metodológicos sensibles a las demandas de la problemática y de las lógicas de los objetos empíricos; auxilia en la construcción de muestras y/o *corpus* que serán focalizados en la investigación sistemática. Ejercicios desde distintos ángulos de aproximación empírica son importantes porque llaman la atención sobre la percepción de dimensiones de los objetos naturalizados a la mirada - por la posibilidad de distanciamiento que potencializan- (Bonin, 2006; Maldonado, 2002a).

Investigación de contextualización

Para pensar los objetos comunicacionales/mediáticos en relación con la realidad concreta en que están insertados y que participan de su configuración, se hace necesario trabajar movimientos de contextualización. El contexto es parte constitutiva de la formulación del problema; pues define las relaciones del objeto investigado con la realidad en la cual está inserido. La contextualización evita que la investigación se reduzca a un ejercicio abstracto, sin vínculo con la realidad y con el mundo. En la investigación comunicacional, es importante formular y construir el complejo estructural que da cuenta del contexto mediático y comunicacional, y que configura su particularidad (Maldonado, 2006).

Para realizar este movimiento, es necesario trabajar en prácticas como aproximaciones hacia la realidad, vivencias, investigación teórico-contextual (búsqueda de subsidios de otras investigaciones que producirán conocimientos sobre estos contextos), aliadas a la reflexión, análisis y sistematización de elementos importantes para la comprensión del problema/objeto investigado.

En esta visita a los bastidores de la construcción de un proyecto de investigación, busqué identificar y discutir procedimientos que dinamicen y sostengan este proceso. Para finalizar esta visita, es importante decir que tales quehaceres deben ser realizados concomitantemente por los investigadores-artesanos. Ocurre que las lógicas específicas que las presiden se interceptan, e impulsan movimientos cualitativamente distintos de pensamiento, de reflexión, y permiten el apareamiento de "insights" creativos que van confluyendo para alimentar el proceso de construcción del proyecto, en todos sus niveles. ☞





Traçados da corrupção no Brasil:

a enunciação visual em charges políticas

Fabiano Maggion

Brasileiro, mestre em Comunicação Midiática e doutorando do Programa de Pós-graduação em Comunicação Midiática da Universidade Federal de Santa Maria, RS, Brasil.

fabianomaggioni@yahoo.com.br

Adair Caetano Peruzzolo

Brasileiro, PHD em Comunicação e Cultura, pesquisador e professor no Programa de Pós-Graduação em "Comunicação Midiática" da Universidade Federal de Santa Maria, RS, Brasil.

acperuzzolo@gmail.com

Recibido: enero 2012 Aprobado: mayo 2012

Resumo

A crônica jornalística em forma de desenho é uma das narrativas mais significantes, pelas linguagens que usa e pela forma com que tece discursos sociais. Os eventos retratados nas charges são ricos esboços dos momentos porque passam as culturas de determinados grupos sociais. Este texto pretende analisar as representações de corrupção, no governo brasileiro, estampadas em algumas charges jornalísticas. Para tanto, analisa a charge como um enunciado icônico, portador e produtor de sentidos. Na esteira dessa análise, procura-se ver o modo como a imagem, no caso a charge, é capaz de elaborar temas de caráter jornalístico, tal como a corrupção na política. Os aportes teórico-metodológicos foram feitos a partir da Teoria da Imagem e Semiologia dos Discursos Sociais.

Palavras-chave: charge, imagem, significação na imagem, enunciação visual, corrupção.

Resumen

La crónica periodística en forma de dibujo es una de las narraciones mas significativas, por las lenguajes que hace uso y la forma que teje discursos sociales. Los eventos retratados en los dibujos periodísticos son muy ricos bocetos de los momentos que pasan las culturas de ciertos grupos sociales. En este trabajo se pretende analizar las representaciones de la corrupción, en el gobierno de Brasil, mostradas en algunas caricaturas periodísticas. Para esto, debemos analizar la caricatura como una enunciación icónica, que transporta y produce sentidos. Siguiendo este análisis, tratamos de ver cómo la imagen, en este caso la caricatura periodística, es capaz de desarrollar los temas de carácter periodístico, como la corrupción política. Las contribuciones teóricas y metodológicas se hicieron a partir de la Teoría de la imagen y la Semiología de los discursos sociales.

Palabras clave: caricatura periodística, imagen, significación en la imagen, enunciación visual, corrupción.

Quando alguém diz que uma imagem fala, na verdade, está afirmando que a imagem é um texto, pois, a imagem fala na medida em que um texto fala. Nesse sentido, afirmam-se fundamentalmente duas coisas: que a imagem é um conjunto de estímulos gráficos que organizam significações e, segundo, que o observador deve estar dotado de competências de reconhecimento e de interpretação daqueles estímulos. O que este observa vai ser avaliado em relação a seu próprio ser, enquanto vivente, que precisa sobreviver e desenvolver-se entre outros seres, uns neutros, outros, hostis e predadores; e outros ainda, suportes de sua vida.

A experiência sensível se organiza, cerebralmente, segundo formas que cada um dos órgãos componentes do corpo exercita em relação com o viver no meio ambiente, o que significa dizer que os estímulos percebidos são reconhecidos pelo sistema cerebral como objetos e eventos, que implicam condutas do organismo, isto é, objetos e eventos que fazem a sua vivência. Nesse sentido, eles são significantes e, portanto, são a síntese avaliativa cerebral, que determina a aparência do mundo. Como seria olhar para um objeto de forma puramente visual? Olhar para uma pedra sem nenhum conhecimento elementar de geologia?

O objeto ficaria suspenso entre as coisas que não tem sentido à procura de um sentido para si, porque, sem ter sentido que o especifique, é algo inútil ao organismo, que o percebe. Por outro lado, quando alguém tem apenas um ou dois adjetivos para qualificar uma realidade - por exemplo 'legal' e 'genial' - que realidade ele vê? Que é para ele 'legal'? Que é o 'genial'? O fato é que os sentidos de algo são construídos em relação ao ser que o experiencia, isto é, em relação ao ser que faz a experiência dele com os suportes biofisiológicos da espécie e de seu desenvolvimento ontogenético.

A pressuposição de Leach é que "todas as várias dimensões não verbais da cultura, como estilos de vestuário, cenários de um vilarejo, arquitetura, móveis, comida, cozinha, música, gestos físicos, posturas, etc. estão organizados em conjuntos padronizados a fim de incorporarem a informação codificada de uma maneira análoga aos sons, palavras e frases de uma língua natural" (16).

É por isso que, para Vilches, "toda teoria da imagem pressupõe uma teoria do significado, e deve estudar os sistemas culturais atualizados nas operações de representação" (28). No caso da vida humana, na cultura midiática de hoje, o aspecto visual das coisas tem-se imposto de forma predominante por força das remodelações culturais da visualização provenientes das imagens fotográficas, cinematográficas, infográficas, videográficas, etc.

A Enunciação Visual

Imagens visuais são formas de objetos produzidas pelo cérebro, baseadas na sensibilidade ocular, enquanto significam ou tendem a significar valores e/ou parâmetros de conduta para o ser perceptor. As formas icônicas procuram determinar o espectro visual das coisas (existentes ou não, no caso de ideias; também ditas imagens abstratas). Aquilo que comumente se designa como linguagem visual refere-se ao repertório de sinais usáveis na figuração perceptual do exercício corporal, tais como objetos e contornos, e a suas regras de composição, uso e significação. De modo que há um imenso campo de efeitos sensíveis da visualização de imagens: televisivas, fotográficas, videográficas, cinematográficas, pictográficas, cromáticas, silhuetas audiovisuais, etc.

As imagens visuais pertencem ao universo dos ícones (configurações) a que, comumente, denominamos 'gráficos', porque precisam ser estímulos materiais, que sejam apreendidos pelo órgão da visão. Chamamos 'ícones gráficos' (do grego 'gráfein' = marcar, riscar, traçar) a qualquer marca, traço, ou traços, que representam ou venham a representar pessoa, animal, lugar, coisa ou ideia ou aspectos deles.

Estamos fazendo de 'ícone' uma categoria conceitual com a qual queremos nomear e/ou indicar coisas (corpos) ou propriedades de coisas. Os ícones não funcionam todos da mesma maneira, não nomeiam coisas de modo igual. Outros são ícones de linguagem, de ciências e de comunicações, tais como os alfabetos, os símbolos matemáticos de igualdade, de somar e dividir, as claves e notas musicais, etc.

De modo que temos então, três tipos de ícones - ícones figurativos - podemos produzir uma simplificação mais geral: ícones pictóricos (as figuras) e ícones não pictóricos (ideias e conceitos). Os pictóricos - figurativos - têm significados fluidos e variáveis, que se moldam com suas aparências, como é o caso das charges, onde são tonificados alguns detalhes, que fazem o reconhecimento do personagem; os não pictóricos - símbolos e ícones de linguagem - possuem significados fixos e absolutos. A variação das formas visuais destes não afeta a ideia que representam. Pode-se escrever 'charge' em caixa baixa ou em caixa alta (CHARGE), que seu significado de objeto não se altera. Estes são ícones abstratos, no sentido de que eles não operam pela tentativa de se assemelharem a seus equivalentes reais.

Nas figuras, o que há de abstrato nelas não é algo total, e a variação de suas formas não afeta as significações, que buscam produzir. Assim, mais ou menos detalhes (nas figuras), mais planos, mais presença de cores, mais elementos de tensão, de contrastes, etc., que não são

elementos necessariamente realistas, mas elementos morfológicos, visam à construção de significados variantes para mensagens representadas pelas figuras. Quanto mais detalhes se fizerem presentes num rosto, por exemplo, mais individual ele se torna, isto é, mais ele se aproxima da representação particular de 'um' real.

De modo que a charge não é só um modo de desenhar; é um modo de ver um 'real' e de dar-lhe curso significante. O que ela procura fazer é concentrar a leitura (da imagem: a observação) em determinadas ideias e concepções. Na verdade, é o exercício de um poder de linguagem (que, na análise de discurso, chamamos 'enunciação'), uma linguagem que se serve de imagens, de outros ícones e de palavras.

O universo icônico é um mundo de expressões, que nós seres humanos podemos habitar como um mundo de pensamentos e reflexão, ou como um lugar de exercício de linguagem e comunicação. De maneira que as imagens são 'vozes' que acionam as mentes tal como o fazem as palavras. Conceitos são tudo o que as imagens produzem nas mentes, embora, claro, os conceitos possam emocionar.

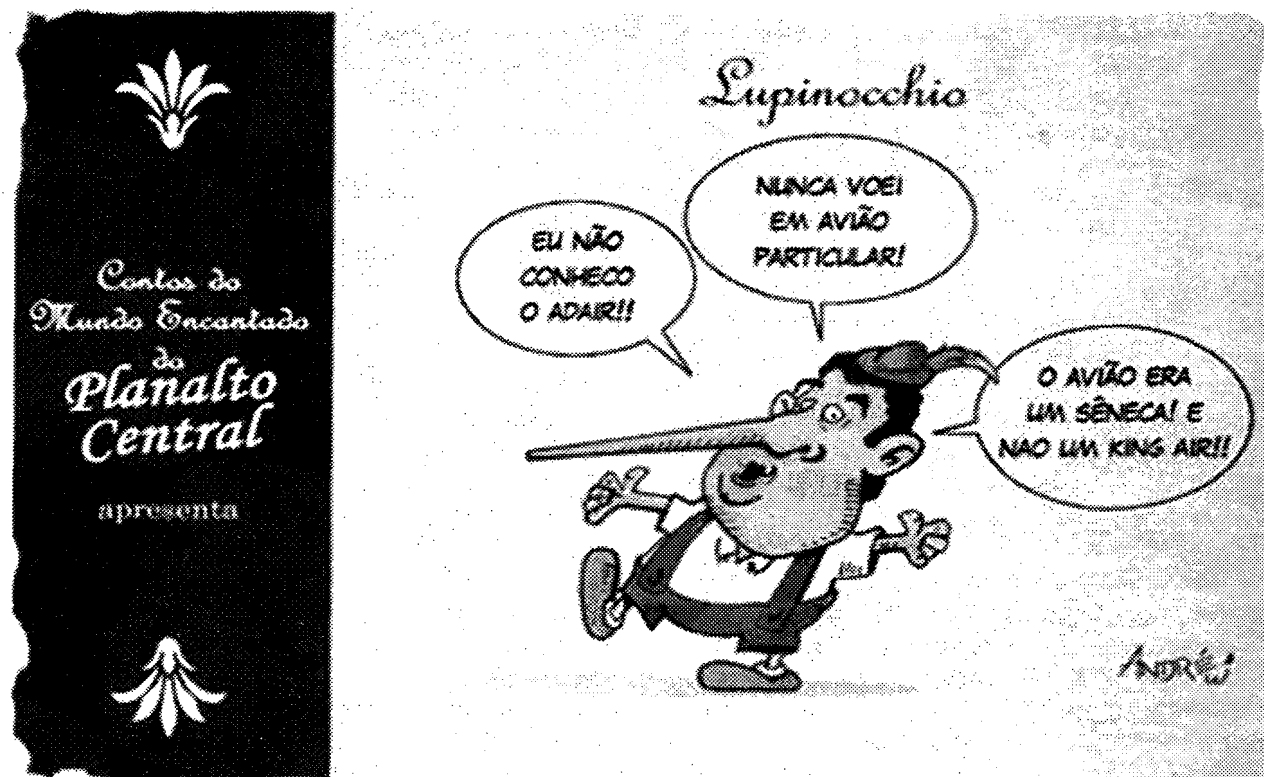
É o observador que dá vida, que põe em ação a forma icônica, conectando e dando sentido aos elementos, aos traços e manchas, de modo que uma composição icônica somente é algo em relação com um observador que a

represente significativamente. Portanto, toda imagem significa algo em relação a um observador.

Um enunciador tem ideias, pensamentos, críticas, conselhos e outros intuitos. Quer externá-los para alguém. Põe-nos para o mundo físico em modo de formas gráficas. Ao trocar a aparência do mundo físico pela ideia da forma gráfica, isto é, pelo uso da linguagem da forma, a imagem é colocada – novamente – no mundo dos conceitos. Os conceitos são uma parte importante das significações. Estas nascem de um jogo de associações realizadas pelo cérebro entre o exercício da vida (realidade), os elementos materiais que marcam esse exercício (elementos figurativos icônicos) e os modos de regulação dessas ocorrências (linguagens).

A Representação do 'evento' da corrupção

Toda significação de uma imagem é dada a partir de sua constituição material, e grande parte dessa significação se circunscreve nela. A tais significados nomeamos 'plásticos', diferenciando-os daqueles que são provenientes das inferências e relações que se fazem a partir da materialidade da composição. Há também aquelas outras significações que se vêem na relação da imagem olhada segundo contextos socioculturais (interdiscursividades), que não são propriamente 'significações icônicas', mas significações que nela intervêm enquanto texto cultural; por vezes, até de



Charge online com br - © Copyright do autor

Figura 1 – Charge 1

forma determinante. No entanto, não são da natureza do icônico.

Vilches, dizendo que as imagens são textos culturais, estabelece o fundamento do qual nascem as suas significações: "Os textos visuais são, antes de tudo, um jogo de diversos componentes formais e temáticos, que obedecem a regras e estratégias precisas durante sua elaboração" (9). Os elementos morfológicos são as variáveis que naturalmente devem ser contempladas numa análise que se proponha, como objeto, a imagem enquanto uma linguagem. De modo que, da perspectiva icônica, a estrutura plástica e visual de uma imagem deve constituir-se em consideração fundamental dos critérios analíticos. É por tais elementos que se consegue ver que a estrutura plástica e visual da charge é diversa daquela da pintura de um quadro, por exemplo. De qualquer forma, as significações são importantes na medida em que apontam os sentidos do viver dos sujeitos humanos. É uma questão de atitudes a serem tomadas ante o fato plástico e sociocultural que é uma imagem.

A força da crítica jornalística (na imagem) aparece na charge de Marangoni (figura 1), onde o elemento morfológico da imagem, 'textura', dá o tom da temática discursiva escolhida pelo autor. O valor temático principal é a mentira, que é evocada pelo recurso à história da personagem Pinocchio e às declarações do, então, ministro do trabalho do governo brasileiro, de que não estaria envolvido em escândalos de corrupção. Sustentando esse discurso, estão o trocadilho (verbal), acima da caricatura do ministro Lupi, "Lupinocchio", e o texto-capa de apresentação da série, na barra preta (formato e cor), do quadro à esquerda, que trata o centro administrativo do Brasil como uma terra encantada de histórias fictícias.

A charge referencia uma personagem em especial no conjunto da obra "Contos do Mundo Encantado do Planalto Central". É preciso lembrar que, em menos de um ano, sete ministros da administração federal deixaram seus cargos sob fortes suspeitas de irregularidades no uso do dinheiro público e sob acusações de incompetência e/ou inoperância. Em seu editorial, o diário Pioneiro expõe que: "sem a vigilância da imprensa, os exonerados ainda estariam na Esplanada dos Ministérios, liberando verbas para currais, firmando contratos suspeitos, empregando amigos e constrangendo a presidente da República" (1).

As diferentes afirmativas, representadas pelos balões de fala, articuladas com vetores indicativos de movimentos do boneco personagem, com seu enorme nariz, como sendo o texto interno do conto, fazem, das tentativas de explicação, uma sucessiva proposição de mentiras.

A textura do papel, em que está desenhado o "conto", faz, verbal e iconicamente, amarrações semânticas

a um tempo de ficção, no modo de uma história de Pinocchio. O primeiro quadro é a capa impressa dessa obra de "Contos" de um mundo encantado, que apresenta, como conteúdo nuclear, a nova história de um personagem, que reaparece sob forma atualizada de "Lupinocchio", protagonizada pelo ministro, não citado, mas caricaturizado. O elemento desconhecido das obras impressas - "Apresenta" - que se vê registrado na capa, parece enunciar a um texto de cinematografia.

O nariz crescido no rosto caricaturizado do ministro, juntamente com suas vestes, reconstróem a figura do Pinocchio e do ministro (o 'Lupinocchio'), com enxertos discursivos do castigo a quem mente, e do político mentiroso.

Destacam-se, ainda, as delimitações do formato (elemento morfológico, importante, desta imagem), que desenha aspectos de um tecido rasgado. Este aspecto, na verdade, é formado por linhas sinuosas e quebradas, que criam tensividade na imagem. Tal efeito plástico enaltece a construção da figura do livro velho, surrado pelo tempo e pelo folhear, o que dá valor à construção da temática da personagem de histórias infantis.

Na charge de Bosco (figura 2), o tempo de leitura é estabelecido pelo plano, elemento morfológico bidimensional segundo Villafañe, no seu formato horizontal, mais narrativo e relaxante, onde o olhar percorre a tela da esquerda para a direita, lendo o texto visual como se fosse verbal, de acordo com Kandinsky. A linha do horizonte, assim como todas as linhas retas, tem a capacidade de conduzir o olhar, fazendo-o passar pela montagem da silhueta do Congresso Nacional, sede da Câmara dos Deputados e do Senado Federal, tomado também como símbolo da capital brasileira. De modo que a silhueta confere referências a um lugar - Brasília.

Seguindo a leitura visual formada pelas linhas do plano, agora plano plástico, ou seja, planos dentro da imagem, temos o desenho de formações irregulares, que lembram casebres de uma favela (em torno desse ícone do poder político brasileiro), que fecham a cena e compõem o horizonte.

Dada a leitura horizontal, imediatamente o observador é projetado para o primeiro plano da imagem por linhas que, agora em formação oblíqua, traçam um outro tempo de leitura, em perspectiva, que segundo Aumont, representa os fatos segundo as regras da visão humana. Esta posição linear é mais tensa, expressiva, e serve de trampolim para a narrativa expressar valores semânticos opositivos aos lidos em terceiro plano. O fato, a que se refere a charge, liga os discursos jornalísticos sobre a corrupção na administração federal ao da lei da ficha limpa, que prevê que um político só possa concorrer a cargo público se nunca tiver se envolvido em atos ilícitos.





Figura 2 – Charge 2

O descaso com a lei e sua inobservância são ressaltados, iconicamente pelo cartaz descartado pelo esgoto.

Usando os recursos do elemento plástico plano, o enunciador (chargista) desenhou um percurso de leitura que faz o observador, enunciatário, percorrer o entorno horizontal do desenho, passando pela perspectiva oblíqua e caído de súbito, na frontalidade da imagem. O enunciatário faz, portanto, o mesmo caminho que o papel da representação da lei “ficha limpa” fez ao ser descartado pelos políticos. Virtualmente o observador da charge é transportado à narrativa pela força plástica que a mesma exerce sobre ele, assumindo tempo e lugares nela propostos.

A corrupção como fato

É interessante olhar para os contextos dos eventos representados pelas charges, aqui trazidas. Através das charges, fizemos um recorte de realidade correspondente à sucessão de quedas de ministros, ligados ao governo federal brasileiro, que não se sustentaram no governo por suspeitas de envolvimento em atos corruptos. Suas saídas dos ministérios começaram em julho de 2011 e totalizam até agora sete ministros desligados do governo federal por supostos atos ilícitos, segundo dados do site BBC Brasil.

Tais fatos foram contextualizados nas charges hospedadas no site chargeonline.com.br. O site veicula diariamente cerca de 40 charges dos principais chargistas do Brasil,

sendo que neste período de escândalo ministerial, de 40 à 50% das charges representavam tais eventos. Um número significativo e que cria um conjunto temático diário, onde as figuras encarregam-se de moldar particularidades icônicas a cada desenho, trilhando significados icônico-verbais diversos, mas que orbitam por um único tema.

O ministro do trabalho, representado na figura 1, assim como outros ministros que saíram do governo, negaram veementemente as acusações feitas pela mídia. As negativas, no entanto, eram derrubadas por outras evidências que apareciam durante a crise em seus respectivos ministérios. Suas desculpas e justificativas perante as acusações, construíram sentidos matizados por valores de mentira, uma vez que as mesmas não se fundamentavam. Tais sentidos foram tonificados pelos recursos pictóricos da charge, como as representações do menino mentiroso e do conto infantil de Pinocchio, na charge da figura 1.

Por tratar-se de um modo de expressão de cunho popular, a charge jornalística põe-se como termômetro dos assuntos em evidência, mostrando temáticas e posicionamentos em discussão, ou já assumidos, no seio cultural onde circulam.

Considerações finais

Semioticamente considerada, a charge é um texto e, como tal, vem produzido por um enunciador,

que a organiza como una narrativa para objeto de comunicación. O objeto de comunicación se pretende portador de encantos (estratégias) discursivas capazes de induzir observadores a sua apreciação, razão por que também se diz que é construído por valores de consumo. O tema 'corrupção' é outra dessas escolhas estratégicas. Os modos de construção iconovisual também o são.

O evento 'corrupção' não é ele mesmo o texto. Ele chega ao status de texto pela ação de um sujeito enunciador, pelo qual ele circula nas páginas dos periódicos, sem o que poderiam ficar retidos no circuito privado das

vivências, sem o exame dos cidadãos afetados pela administração pública.

A questão essencial, para o analista, não é a procura de uma intenção perdida por trás da autoria, mas primordialmente desdobrar a visão das relações sociais e dos modelos de pessoa, de sociedade, de agir público e privado e os valores humanos, que se abrem e desvelam no texto, postos em apreciação dos observadores. O processo de enunciação visual, de composição icônica, consiste em transformar um mundo a significar em eventos significados.

Bibliografía

Aumont, Jacques. A imagem. São Paulo: Editora Papirus, 2009.

Bosco. "Charge Online". 17 de Dezembro de 2011. Charge Online. 17 de Dezembro de 2011. <www.chargeonline.com.br>.

BBC Brasil. "Queda de ministros ilustra deficiências da política brasileira, dizem analistas". 04 de Dezembro de 2011. BBC Brasil. 10 de Fevereiro de 2012. <http://www.bbc.co.uk/portuguese/noticias/2011/12/111117_lupi_ministro_dilma_analise_mm.shtml>.

Kandinsky, Wassily. Ponto e linha sobre o plano. São Paulo: Martins Fontes, 2005.

Leach, Edmund. Cultura e comunicação. Rio de Janeiro: Zahar Editores, 1978.

Marangoni, André. "Charge Online". 18 de Novembro de 2011. Charge Online. 18 de Novembro de 2011. <www.chargeonline.com.br>.

Pioneiro. "Mais um ex-ministro". 03 de Fevereiro de 2012. Clic RBS - Pioneiro. 10 de Fevereiro de 2012. <<http://www.clicrbs.com.br/pioneiro/rs/impressa/11,3651787,1220,18925,impressa.html>>.

Vilches, Lorenzo. La Lectura de la Imagen: prensa, cine, televisión. Barcelona: Ediciones Paidós, 1984.

Villafañe, Justo. Introducción a la teoría de la imagen. Madrid-Spaña: Ediciones Pirámide, 2000.

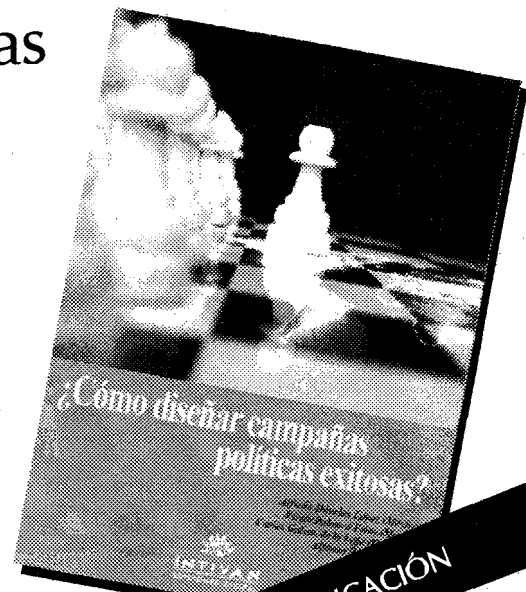
¿Cómo diseñar campañas políticas exitosas?

Una mirada estratégica a las campañas ganadoras de los últimos tiempos

Alfredo Dávalos López

Contiene un compendio orgánico de estudios de caso vinculados con algunas de las campañas políticas más destacadas o exitosas realizadas durante los últimos 10 años, como las de Rafael Correa, Sebastián Piñera, Rodríguez Zapatero, Cristina Kirchner y Obama. Es un texto de orientación y guía para aquellas personas vinculadas con la política o con la promoción y difusión de candidatos, campañas y mensajes.

Pídalo a: libreria@clespal.net



NUEVA PUBLICACIÓN



¿Hallaremos el radicalismo no riguroso?

Imágenes y rastros sobre el pensamiento crítico latinoamericano en comunicación

Eduardo Gutiérrez

Colombiano, Director del Departamento de Comunicación y Lenguaje de la Pontificia Universidad Javeriana de Cali, miembro del Consejo Directivo de ACICOM (asociación colombiana de investigadores en comunicación) y coordinador del grupo de historia de la comunicación en ALAIC.

gutierrez@javerianacali.edu.co; clasedehistoria@gmail.com

Recibido: abril 2012 Aprobado: junio 2012

Resumen

Escrito para su presentación oral este ensayo es un contrapunto entre imágenes y rastros en los que se disponen algunas reflexiones sobre el momento actual de los estudios y los contextos de acción transformadora de la comunicación en Colombia con la mirada puesta en América Latina. Para su desarrollo se inspira en la mirada de Luis Ramiro Beltrán al hacer uno de los primeros balances sobre el saber comunicativo latinoamericano. El ensayo hace un llamado final basado en definir apuestas en las cuales comprometerse a futuro.

Palabras clave: Pensamiento latinoamericano, comunicación, comunicación y cambio.

Resumo

Escrito para apresentação oral deste ensaio é um contraponto entre imagens e traços que têm algumas reflexões sobre os estudos atuais e contextos de ação transformadora de comunicação na Colômbia, com um olho para a América Latina. Para o seu desenvolvimento foi inspirado pelo olhar de Luis Ramiro Beltrán para fazer uma das primeiras declarações sobre a comunicativa saber latim. O teste de chama baseados apostas finais definem que comprometem para o futuro.

Palavras-chave: pensamento latino-americano, comunicação, comunicação e mudança.

Introducción

Obviamente muchos reconocerán en el título de este texto una referencia al artículo de Luis Ramiro Beltrán "La investigación en comunicación en Latinoamérica ¿investigación con anteojeras?" publicado en 1977 en Caracas y presentado en inglés originalmente en septiembre de 1974 en Leipzig, en el International Scientific Conference on Mass Communication and Social Consciousness in a Changing World.

Es una referencia que resulta muy pertinente para nuestro debate en la medida en que ese artículo, entre otras cosas, se enmarca en un trabajo que toma como punto de base a CIESPAL, en tanto centro de documentación de la investigación en comunicación en América Latina, y trata de hacer una lectura crítica del pensamiento latinoamericano en Comunicación, aparte de esto está escrito originalmente en inglés y finalmente porque es una tensión sugestiva que, en medio de la reflexión que hace, se produce entre "scientific conference" y "social consciousness".

En el artículo, Beltrán hace una toma de cuentas a los estudios en comunicación hasta ese entonces y entre otras cosas cierra el texto con una diversa colección latinoamericana de investigación que consta de más de 300 trabajos (los más antiguos, del 56; y los más recientes, del 73). En la toma de cuentas, Beltrán realiza la lectura de las tradiciones europea y norteamericana de los estudios en comunicación, en lo que llama la influencia europea tradicional (histórica, intuitiva, filosófica, especulativa y escolástica), la europea moderna (semiótico-estructuralista) y la de orientación norteamericana (positivista, empirista, sistemática y funcionalista). Y deja la pregunta planteada donde aparece esa cuerda floja en la que se mueve la investigación en esos años y que hacia adelante se mantendrá de diversos modos. "Significará esto que la investigación en comunicación en América latina puede caer un día en el peligro de sustituir un funcionalismo ideológicamente conservador y metodológicamente riguroso con un radicalismo no riguroso?" (Beltrán. 1977:40) Esta es la relación entre científicismo y compromiso, entre ciencia normalizada y saber en movimiento.

La pregunta de este clásico de los trabajos en comunicación latinoamericana nos deja ante el interrogante sobre dónde se encuentra el saber en comunicación: intuimos que se encuentra a medio camino entre la explicación y la acción transformadora. Esa zona es la que ocupa el radicalismo no riguroso, demarca la tensión y crea un campo de preguntas.

Estos elementos son los que quisiera tomar como punto de partida para dibujar algunas imágenes y rastros del pensamiento crítico latinoamericano en comunicación,

son escenas y fragmentos que buscan indicar, aproximarse, ofrecer pistas o tal vez solamente interrogar la manera en la cual encontrar fisuras, puntos posibles para asumir a la manera de Beltrán un "programa de intervención que vincule nuevamente a la academia con las prácticas y las organizaciones sociales" (Beltrán 1977 p 25) No pretendo añadir novedad, tal vez solamente subrayar o ratificar y ver qué tan hondo en la vida cotidiana hay que destejer el lugar donde se sostiene lo hegemónico y se deconstruye su poder.

Imagen 1

¿Investigar para qué?

En una universidad y programa de estudios hay gran revuelo. El consejo de acreditación requiere para la aprobación del programa de posgrado mostrar la trayectoria de investigación en el campo de estudios de comunicación. Todos corren, actualizan CVLac hasta llenar con los detalles de cada obra y trabajo dirigido, diligencian formatos, buscan el ISBN o el ISSN: que la producción debe ser certificada, que si hay comité de árbitros, que si la circulación es internacional. Finalmente integran la producción de los profesores de tiempo parcial y por horas, la producción propia, componen el Group Lac. No importa qué alimentos son, lo importante es que tengan el componente calórico adecuado. Los pares amigos han pedido que se determine cuántas horas de investigación tienen en sus planes de trabajo los profesores, que se defina si hay proyectos cofinanciados; alertan sobre los escalafones internos. Nadie se pregunta por la agenda de investigación del grupo, por su incidencia y vínculo con procesos sociales o su capacidad de abrir reflexiones sobre la comunicación.

Resultado final. Puntaje logrado por pocas milésimas, programa aprobado, formarán nuevos especialistas y magister. Mejorarán los ingresos.

Rastro 1

Signo y Pensamiento "crítico" 30 años

Como coeditor del número 60 de la revista Signo y pensamiento, asumí la tarea de hacer un recorrido histórico por la revista, no se trataba de un análisis de citación, ni tampoco una bibliometría, que ya la hay y muy buenas. Se trataba más bien de una lectura transversal a un texto que contiene un registro de la investigación en comunicación en Colombia y en América Latina. En parte como mecanismo para hacer la selección de textos de una antología a insertar en el número de aniversario, en parte como oportunidad para trazar una trayectoria. Del inicio de los años 80 con sus ecos de la lucha política y los rastros de institucionalización de los estudios en comunicación hasta los ritmos contemporáneos de la

revista que se vuelve liviana en los flotantes rumbos de la circulación digital.

Mil cosas qué decir a las que en su momento brindaremos el espacio adecuado. Pero ahora se trata de resaltar las huellas que marcan la configuración del campo académico. Unos años iniciales donde la caricatura, las fotografías artísticas y la literatura no generaban la más mínima incomodidad a los artículos especializados y en especial hacían juego a los ensayos, que durante casi una década fueron la forma privilegiada de diálogo del saber comunicativo en la revista.

En la década siguiente se pasa a unos textos con formato en los que se da cuenta del origen del trabajo, se busca un grado mayor de científicidad, se resalta la metodología y los hallazgos, la conexión con redes internacionales, mientras que en el debate de temas centrales del campo, aun el ensayo resiste y sobrevive como forma de comunicación del saber de la comunicación. Para pasar a una tercera década hacia una versión aún monográfica centrada en los rigores del formato estándar, el resumen, abstract en inglés, palabras claves del tesoro internacional, número de citas preciso, para cumplir como artículo de investigación, indexación internacional, experiencias de trabajo en terreno, artículos con plantilla, reiteraciones con asaltos ocasionales de textos deliberantes o de discusiones que se cuelan por el peso y renombre de los autores pero que no cumplen los estándares de las categorías internacionales formalizadas.

El ensayo forma fuerte de la crítica y del diálogo con la coyuntura, dejó su lugar a las formas elaboradas del artículo científico. La nota marginal se ha reducido a favor de la cita directa y la referencia estandarizada. La sistematización y el saber menos objetivante pierden su lugar por el posicionamiento de la investigación que "cumple" con los estándares. La digresión y la deriva se limitan en el formato y la medida. Aún persisten las tensiones que han sobrevivido a la variación de los modelos de pensar.

Para nada podré decir si es mejor o peor lo que resulta de este proceso, las huellas indican y permiten formularse preguntas: ¿qué indica el hecho de que el tono propio de la explosiva demanda de la inmediatez o las que Martín-Barbero denomina urgentes llamadas de la realidad hayan cedido su lugar a las más reposadas y sistemáticas reflexiones tamizadas por las metodologías, la medida y su adecuación bibliográfico-política? ¿Cuál es el curso del pensar de la comunicación que se expresa en la transformación de dinámicas propias del saber comunicativo latinoamericano como la experiencia o la sistematización en los formatos de la revista indexada internacional? En resumidas cuentas, ¿cuál es el lugar que tiene el saber que ya no cabe en esta revista? ¿Dónde está? ¿Dónde y cómo circula?

Traigo la perspectiva usada en otro lado por Martín-Barbero: "la tentación cientificista acecha no solo desde el prestigio logrado por el positivista paradigma informacional sino desde el fracaso de una propuesta crítica que mayoritariamente fue incapaz de hacer posible el paso de la denuncia a la intervención creativa de los procesos" (Martín-Barbero. 1988)

Imagen 2

Instrucciones para construir un círculo vicioso

Primero defines que hay una gran dispersión en los procesos de formación y en el campo de estudios, a eso le agregas un poco de liderazgo corporativo acerca de las características y perfil de los egresados en el campo, nombras un gerente, no olvidar ponerle un marco internacional de los estándares y competencias. Segundo, convocas a la comunidad académica para consultarla acerca de lo que se debe enseñar y evaluar en las pruebas nacionales, con ello construyes un ranking nacional y das premio a los que mejor se desempeñan (no olvidar decirlo así... desempeñan), pones a tus profesores a hacer las pruebas y de allí eliges los temas que enseñan, el ciclo debe ser constante, enseñas lo que las pruebas preguntan, preguntas lo que enseñas. Tercero, conviertes los resultados en requisito para la acreditación institucional, finalmente te dedicas a asesorar el ajuste curricular de todos los programas y al final todos se parecen. Los formas iguales y luego les vendes las especializaciones. Así se construye el campo profesional.

Imagen 3

El precio de las "grandes ligas"

A principios de los años 90, Adrian de Garay, investigador mexicano nos había sorprendido a los estudiantes de la Maestría en Comunicación con su trabajo "El rock también es cultura". (De Garay. 1993) De Garay, en un lúcido análisis sobre los trayectos y mutaciones de la producción cultural para incorporarse al mercado mostraba cómo las bandas de garaje debían pagar un peaje costoso en su musicalidad, sus letras, su puesta en escena y en el fondo, en su apuesta política y postura ideológica para llegar finalmente al centro del circuito del espectáculo en el Palacio de Bellas Artes. Tanto que al arribar a esta escena, luego de su "puesta en mercado" había perdido tanto que podían hacerse irreconocibles.

¿Qué se pierde y qué se consigue al buscar incorporarse de formas subordinadas a lo que se entiende por introducir el pensamiento latinoamericano en las "grandes ligas" del establecimiento académico, pagando el peaje de la pérdida de su "latinoamericanidad" al que comúnmente

se nombra como parroquialismo y diluir sus toques de "buen salvaje" jugando a las buenas maneras de la estandarización?

¿Qué tan viable es ver en las otras formas de saber producido en América Latina una epistemología distinta (del sur que llamaría De Sousa)? ¿Y qué tanto el método y el formato discursivo de la academia a la que se apunta con las formas de producción de saber no solo impiden captar lo fuerte del debate latinoamericano sino que aquietan su capacidad de generar una reflexión divergente? ¿Hay crítica posible cuando la reflexión está alineada en la clave de pensar del otro? ¿Qué tanta falta de rigor y qué tanto de potencia de la experiencia tiene el relato que diverge y no encaja en clave metodológica "universal"?

Rastro 2

Habana 2010. Contra el desperdicio de la experiencia

Hace dos años en el encuentro de FELAFACS, en La Habana, tuvimos la oportunidad de ver un mapa importante de la investigación académica latinoamericana. Tuve que revisar y clasificar casi 100 ponencias. Como rasgo central, en ellas encontré una gran variedad de investigaciones que redundaban con el mapa temático de las agendas universitarias pero poco tenían que ver con el mapa de problemas urgentes de América Latina. Algo pasaba porque la máquina de procesamiento de la producción académica estaba dejando de lado un volumen importante de trabajo en comunicación que se mantenía por fuera de los estándares de la producción formalizada y que todos sabíamos debería estar allí.

Es, a la manera de Boaventura de Sousa el desperdicio de la experiencia. Aquello que es saber de la acción y del trabajo reflexivo sobre la investigación acción-intervención, era saber invisible en las dinámicas formalizadas de la academia. La pregunta es clave, ¿hay posibilidades de convertir las lógicas de la experiencia, entendida como un modo de saber propio de lo que América Latina ha llamado comunicación SOCIAL, en formas válidas de conocimiento que colaboren para enriquecer las dinámicas de comprensión y visión transformadora del contexto?

¿Cómo hacer que la sistematización como modo de pensar-hacer propio de la práctica-reflexión latinoamericana de la comunicación constituya sus propios criterios de validación para convocar la experiencia al diálogo?

en el taller Ríos profundos y memorias compartidas que realizamos en La Habana con participantes de 10 países, José Luis Aguirre, un fantástico investigador-

transformador boliviano, líder de la comunicación intercultural relataba "para algunas comunidades indígenas de Bolivia comunicar es un acto que a la vez afecta el pasado el presente y el futuro", una definición de esa naturaleza obliga a repensar qué significa la comunicación y el reto de dialogar con lo que estas lógicas nos plantean y que tal vez aún no comprendemos.

Imagen 4

Saberes desechables y saberes indispensables

Miranda, en el Departamento del Cauca, es un pueblo en el sur de Colombia que para bien o para mal está ubicado entre el batallón del ejército apostado en la zona y la frontera guerrillera. La región de combate entre diversos grupos armados paramilitares, las hoy eufemísticamente llamadas BACRIM (bandas criminales). Cada vez que se enfrentan, el pueblo es el escenario de combate y los civiles quedan en medio, heridos o muertos, a veces paralizados por la sorpresa, otras dominados por el miedo.

Para aplicar a USD\$ 2000 de financiación de un organismo internacional era necesario construir un proyecto para promover estrategias comunicativas de alerta temprana, de protección o de redes locales que permitieran a las comunidades resguardarse o escapar en el momento que fuera necesario.

Comunicación mutante en medio del conflicto, que probablemente necesita soluciones imaginativas con tecnologías diversas desde las campanas de la iglesia y los altavoces, hasta las redes sociales o las señales para evitar que desde el cielo los aviones invisibles y ciegos disparen al bulto. Pero de fondo una sola pregunta sugerida en el título del libro que editó la fundación Frederick Ebert con la coordinación de Martín-Barbero y el apoyo de Omar Rincón, que convierto aquí en pregunta: ¿Cuáles son los saberes desechables y cuáles los saberes indispensables para hacer y pensar comunicación en un país en guerra? ¿Cuáles serían si ese país, por alguna razón, llegara a construir la paz?

Rastro 3

Managua, Nicaragua 2012. Trujillo Colombia 2012. Contar nuestra propia historia

Con los estudiantes de la Maestría en Comunicación de la Universidad Centroamericana en Nicaragua, a principios de este año, trabajamos reconstruyendo sus autobiografías atravesadas por la revolución, la contra y los procesos de democracia y el sandinismo en el poder. Exploramos el registro comunicativo de los discursos, las prácticas y los artefactos comunicativos en los que

se ha tejido este tiempo reciente. Hacíamos consciente su ecosistema comunicativo, sus rutinas y prácticas eran un lugar de registro de los cambios y tensiones pre y post revolución. Probablemente esa arqueología de las prácticas comunicativas sugiere un camino para pensar el presente comunicativo de Nicaragua.

Pocas semanas después vi en Trujillo un lugar de tragedia con una de las grandes masacres realizadas en Colombia a una comunidad cómo habían construido un museo como lugar de enunciación y reconocimiento, en donde se pueden convocar las palabras y los relatos de la memoria. Las dinámicas de uno y otro proceso describen lugares de la comunicación activa y de su conexión con la memoria.

Rastro 4

De políticas de comunicación y comunicación política

Cuando me preguntan por escenarios dónde ver conectada la investigación con la producción o alguna de ellas con la actuación y creación cultural y, a su vez el vínculo con la construcción de políticas, tengo que hablar del programa de radios ciudadanas en Colombia. Es un caso particular, la fuerte dinámica de radios comunitarias con presencia nacional pero sin poder de encadenarse; la movilización de recursos liderada por el Ministerio de Cultura y las organizaciones culturales y comunicativas de carácter comunitario y radial, el trabajo conjunto del Estado y las organizaciones culturales, la construcción de una franja de opinión realizada por las mismas comunidades que se construye participativamente y se emite varias veces a la semana. Es allí donde las políticas se construyen al consultar las dinámicas sociales emergentes, es allí donde las dinámicas sociales contribuyen a perfilar los planes y acciones del Estado. Pero ¿a qué viene esta referencia? A unas preguntas: ¿Qué tan capaces han sido nuestras producciones académicas de modificar el orden y el ecosistema comunicativo, no solo de comprenderlo? ¿Cuál es el lugar de la investigación y la academia cuando de hacer este tipo de procesos se trata? Es necesario pensar en qué consiste la capacidad de atender el presente que tiene la academia en su agenda.

Imagen 5

Tic y campo académico

Las redes y las Tic no dejan de sorprendernos. Más conocimiento disponible, ágilmente, casi inmediato, contacto directo con pares y grupos de trabajo a distancia, acceso a la información, seguimiento a medios en tiempo real, plataformas educativas. Sin duda estas y otras pistas muestran que somos grandes usuarios. Y al

lado de esto, surge la pregunta ¿somos productores? No me refiero a enviar un correo, sostener un blog o colgar trabajos en plataformas educativas, publicar on line un libro o un artículo. Me refiero a otra cosa: ¿cuáles son las alternativas narrativas y las formas de producción-creación que permite la Red y las Tic al campo académico? ¿Dónde están nuestras otras formas de contar? ¿Permite la escritura y narración hiper o transmedia un relato que pueda ser la base para disponer el saber construido y entregarlo o construirlo con los lectores y ciudadanos en general?

Hace ya 12 años Robert Darnton, el historiador norteamericano que trabaja sobre la revolución francesa, sorprendió al mostrar que un historiador podía hacer un diálogo interactivo, puso a disposición su archivo e hizo una exposición amena y actual en su texto sobre Francia en la segunda mitad del siglo XVIII como una primera sociedad de la información. No he visto, más allá del intento del reportaje visual experimental que estuvo propuesto y desarrollado en la revista Diálogos luego de su diseño digital, otras alternativas en esta dirección dentro de nuestras publicaciones digitales. Tarea.

Rastro 5

Respuesta a la coyuntura. Comunicación en la Cumbre de las Américas

El revuelo por la Cumbre de las Américas de 2012 en Cartagena recoge la mayor preocupación de la agenda de los medios en Colombia. La cumbre, el encuentro de empresarios y el foro social paralelo hacen un ambiente de gran encuentro ecuménico. La reiteración de un modelo de comunicación como espectáculo y las reglas planteadas por el manual de cómo cubrir la Cumbre de Cartagena alinean los discursos.

Una exploración de mediana profundidad para hallar los rastros de lo comunicativo, me arroja datos sobre una presencia muy fuerte la de la universalización del acceso a las Tic y a las redes, nada sobre los contenidos y discursos, nada sobre las libertades y las alfabetizaciones, nada sobre las leyes y derechos de contenidos, nada sobre los medios de comunicación, monopolios y controles al mercado, nada de las identidades y comunicaciones trans e interculturales, nada de las ciudadanías que necesitan expresión y visibilidad.

¿Dónde está la comunicación en tiempos de penuria?

Epílogo

Sobre el radicalismo no riguroso

Tal vez este conjunto de imágenes y rastros no es otra

cosa que un registro disperso de los lugares donde, de algún modo, percibo que la posibilidad de la crítica se desdibuja o la debilidad de las apuestas del saber comunicativo nos ha dejado en silencio, también es una descripción de las oportunidades posibles (o perdidas) de un campo de estudios de lo comunicativo en el que quepa la pluralidad del quehacer, del saber y de las formas de pensar la comunicación en América Latina. Dejo seis apuestas/ propuestas para iniciar como acciones concretas:

Primera apuesta

- Responder crítica y creativamente a la coyuntura comunicativa local y global. Cuál es la comunicación que necesita la región, procesos de integración, narrativas compartidas. Escenarios de diálogo académico en red. Capacidad de reacción y decir compartido.

Segunda apuesta

- Recuperar la crítica en clave América Latina. La crítica y el ensayo como una práctica discursiva y del debate latinoamericano. La profundidad y potencia de la investigación y la contundencia del ensayo: un nuevo equilibrio.

Tercera apuesta

- Observar el ecosistema comunicativo. Comparar primeras planas, escenarios específicos, ejercicios puntuales. Establecer un diálogo con la agenda para procesar la actualidad.

Cuarta apuesta

- De lo comparado a lo conectado. Hacer estudios de historias conectadas, más que historias comparadas, hilos y ríos profundos. Por ejemplo, qué une a la radio de América Latina.

Quinta apuesta

- Una mirada histórica reconstructiva a la naturaleza del saber latinoamericano en comunicación. Proyecto maestro de explorar críticamente la tradición construida, memoria documental sobre los maestros, las instituciones y base de la investigación latinoamericana. Este tiene que ser un gran proyecto colectivo.

Sexta apuesta

- Las redes sí, pero no olvidar la radio.
- Explorar las posibilidades de la comunicación digital como una exploración de formatos no solo de circulación de nuevas formas de narración de los saberes en diálogo.

Bibliografía

Beltrán Luis Ramiro (1977) "La investigación en comunicación en Latinoamérica ¿investigación con anteojeras?" En *Órbita*, 21, pp. 5-56

De Garay Sánchez Adrián. (1993) *El rock también es cultura*. Programa Institucional de Investigación en Comunicación y Prácticas Sociales, Dirección de Investigación y Posgrado, Universidad Iberoamericana, México.

De Sousa Santos Boaventura. (2009) *Una epistemología del sur*. CLACSO- Siglo XXI editores, México.

Martin-Barbero Jesús y Silva Armando. (1997) *Proyectar la comunicación*. Tercer mundo Editores Bogotá.

Rincón Omar. (2009) *Entre saberes desechables y saberes indispensables [Agendas de país desde la comunicación]*, C3/FES. Bogotá.



Aquela mulher sou eu?

A telenovela brasileira na construção das identidades na velhice

Laura Hastenpflug Wottrich

Mestre em Comunicação e Bacharel em Comunicação Social - Publicidade e Propaganda pela Universidade Federal de Santa Maria (UFSM). Pesquisa o processo de recepção da publicidade com foco nas práticas sócio-culturais, representações sociais, cultura popular e configuração da cidadania.

lwottrich@gmail.com

Recibido: marzo 2012 Aprobado: abril 2012

Resumo

Através das lentes dos estudos culturais latino-americanos e estudos de recepção brasileiros, este trabalho investiga como mulheres idosas das classes populares, que acompanharam a telenovela brasileira desde seu surgimento, constituem suas identidades a partir desse gênero televisivo. Para tanto, foi realizado um estudo de recepção com seis mulheres, entre 63 e 76 anos, residentes na periferia da cidade de Santa Maria - Rio Grande do Sul. Durante o período de um ano, realizou-se uma etnografia crítica da recepção, com observação do espaço doméstico, assistência da telenovela junto às receptoras, realização de entrevistas exploratórias e entrevistas semi-abertas/fechadas. A pesquisa evidenciou a importância da novela na construção das velhices para as mulheres pesquisadas, marcada pelas mediações de classe social e relações de gênero. A classe define uma vivência mais opressora da condição feminina, que perpassa os modos como elas significam suas velhices. O ingresso na velhice, por sua vez, desestabiliza suas concepções tradicionais de gênero. Essa dinâmica configura suas representações da velhice e se faz presente na recepção da telenovela. Na trama, elas encontram modelos de velhice feminina com os quais podem se identificar, de acordo com os significados mais positivos da velhice que constroem para si.

Palavras-chave: telenovela, representações sociais

Resumen

A través de las lentes de estudios culturales latinoamericanos y estudios de recepciones brasileños, este trabajo investiga como mujeres de edad evanzada de las clases populares, que asisten a la telenovela brasileña desde su aparición, constituyen sus identidades a partir de este género televisivo. Para esto fue realizado un estudio de recepción con seis mujeres entre 63 y 76 años, residentes en las cercanías de la ciudad de Santa Maria - Rio Grande do Sul. Durante El período de un año, fue realizada una etnografía crítica de la recepción, con observación del espacio doméstico, asistencia de la telenovela junto a las receptoras, realización de entrevistas exploratorias y entrevistas semiabiertas / cerradas. La pesquisa mostró la importancia de la teleovela en la construcción de las vejezes para las mujeres pesquisadas, marcadas por las mediaciones de clase social y relaciones de género. La clase define una vivencia más opresora de la condición femenina, que perpassa las maneras como ellas significan sus vejezes. El ingreso en la vejez, por su turno, desestabiliza sus concepciones tradicionales de género. Esta dinámica configura sus representaciones de la vejez y se hace presente en la recepción de la telenovela. En la trama, ellas encuentran modelos de vejez femenina con los cuales pueden identificarse, de acuerdo con los significados más positivos de vejez que construyen para si mismas.

Palabras clave: vejez, telenovela, representaciones sociales

Ao observar os estudos de recepção brasileiros no Apanorama latino-americano, vê-se que uma das lacunas é a pouca atenção dada aos receptores idosos. Apesar do tão divulgado aumento mundial da população idosa, são poucos os estudos dedicados a entender as dinâmicas dos usos sociais da mídia por essa faixa da população no marco dos estudos culturais.

Este estudo de recepção teve foco na relação de mulheres idosas com uma telenovela específica, *Passione*¹. O gênero foi escolhido como objeto porque se configura no produto cultural massivo de maior expressão no Brasil e mantém uma relação estreita, ainda que desconhecida, com os idosos. Os receptores com 50 anos de idade ou mais figuram como o principal público da telenovela, com 29,7% e 30,7% da audiência (LOPES, OROZCO GÓMEZ. 2009: 133).

Buscou-se entender como, a partir das práticas cotidianas, as mulheres apropriavam-se das representações da velhice veiculadas na trama. Para isso, inicialmente investigou-se como são as formas culturais dominantes das representações da velhice em sociedade. Depois disso, foi feita uma análise da novela buscando enxergar essas configurações, para então entender as apropriações das receptoras.

As representações sociais dominantes da velhice mostram-na associada principalmente a ideias negativas, em contraste com a juventude. O idoso é marcado pela degeneração, pela senilidade, pela incapacidade e pela perda de papéis sociais. Uma outra face dessas representações negativas seria a reprivatização da velhice (DEBERT. 1999), em que a velhice como uma construção social e, portanto, dependente de vários fatores - amparo do Estado, nível de renda, gênero, condições vivenciadas ao longo da vida - é silenciada. Envelhecer bem é ser individualmente responsável pelo envelhecimento.

Representações mais positivas constroem uma outra velhice, que não aquela marcada por predicados negativos. A velhice é mostrada de modo plural, desejante, em sua heterogeneidade, criando valores mais positivos para essa etapa da vida.

No contato com as receptoras, elegemos as mediações de gênero e de classe social como via de problematização da recepção, pois entendemos que se tornam fundamentais em suas experiências da velhice. Isso porque a trajetória de homens e mulheres, construção social e cultural, determina representações e atitudes distintas sobre a condição de idoso(a) (BRITTO DA MOTTA. 1999; DEBERT. 1999).

O entendimento da classe como fundamental para compreensão da experiência cultural é uma noção que acompanha os estudos culturais desde seu início, em diálogo com as teorizações marxistas. Martín-Barbero (2002: 14) destaca a classe como uma dimensão importante para compreender as configurações dos *media* no cotidiano. Para ele, a diferença de classe, por mais que seja mediada por outras distinções como etnia, idade e gênero, não pode ser pensada como uma diferença a mais, mas sim como “[...] aquela que articula as demais a partir de seu interior e se expressa por meio do *habitus*, capaz de entrelaçar os modos de possuir, de estar junto e os estilos de vida”.

A vida de mulheres das classes populares

Seis mulheres² idosas protagonizaram a pesquisa, todas residentes na periferia de Santa Maria, no estado do Rio Grande do Sul/Brasil: Vânia, 65 anos, cozinheira aposentada e viúva; Tarsila, 69 anos, serviços gerais aposentada, casada; Carmen, 63 anos, divorciada, empregada doméstica aposentada; Dani; 64 anos, viúva e cuidadora de idosos; Maria, 69 anos, viúva, dona de casa e Célia, 65 anos, viúva, também dona de casa.

Para explorar a recepção, no período de um ano foi realizada observação indireta, entrevistas exploratórias e semi-abertas/fechadas junto às receptoras e observação direta, acompanhados pelos registros no diário de campo. A assistência da telenovela junto a algumas receptoras também foi importante para observação do espaço doméstico, ambiente primário da recepção e as dinâmicas de leitura das tramas. Entende-se que esses métodos convergiram para uma etnografia crítica da recepção, (RONSINI. 2003: 42). A etnografia é “crítica” porque visa entender os processos de negociação com a mídia, e não render-se à constatação da passividade ou atividade dos receptores frente aos meios. Além disso, as idas em suas casas, conversas nas paradas de ônibus, visitas aos grupos de idosos freqüentados por algumas delas, assistência compartilhada da telenovela e convívio com os familiares foi fundamental para perceber um pouco dessa lógica informal da vida real, sobre a qual a análise cultural se debruça (GEERTZ. 1989). O mundo que dá sentido à recepção é atravessado por estruturas de significados socialmente estabelecidas (a cultura). O “dito”, o comportamento das receptoras são textos culturais, significados tecidos por elas que se tenta fixar num discurso pesquisável. O gesto de interpretação consiste em buscar as estruturas de significação desses textos e entender sua base social, sua importância.

1 Veiculada no horário nobre da Rede Globo de maio de 2010 a janeiro de 2011, de autoria de Silvio de Abreu. Trata-se de uma novela que trata de relações familiares e seus segredos, com foco na temática da “paixão”.

2 Os nomes das receptoras foram trocados por outros escolhidos por elas durante a pesquisa.



Ao investigar as relações de gênero e de classe na vida das mulheres, observou-se que elas, apesar de uma educação sexista e repressora, conseguem na velhice libertar-se de certo cerceamento sobre o que é certo ou permitido para mulheres “da sua idade”. A viuvez, autonomia financeira vinda com aposentadoria ou ganho de pensão, ausência de obrigações com os filhos, já crescidos e independentes e maior tempo livre faz com que elas tenham novas experiências e criem novos significados, tanto para suas percepções sobre si como mulheres quanto para suas velhices. A velhice proporciona uma maior liberação feminina, que, por sua vez, também atribui significados renovados ao envelhecer.

De outro modo, é preciso moderar o tom celebratório e também atentar para a precariedade da vida dessas mulheres, em muito relacionadas às suas condições de classe. Se têm autonomia, ainda são interdidas pelos filhos, que repetem o jugo paterno e tentam controlar a vida de suas mães. Se são financeiramente independentes, muitas vezes tornam-se o arrimo da família, sustentado, com suas pensões, aposentadorias e salários os filhos, netos e outros familiares. Se se sentem mais livres, é ainda uma estranha liberdade, pois muitas vezes não têm condições suficientes para transitar em outros espaços, consumir outros tipos de bens culturais que não os ofertados pela mídia, como cinema, teatro, exposições, arte, etc., e ter as condições básicas para a vivência de uma velhice sadia, como remédios, boa alimentação, saúde e prática de exercícios físicos adequados.

Essas suas vivências constituem, junto a outras instituições socializadoras, as percepções que hoje as receptoras têm da velhice. Em uma dinâmica de liberação e busca de significados positivos para seus envelheceres, elas não se enquadram na velhice decadente construída pelas representações dominantes. Elas se afastam dessas representações considerando que “velho é o outro” (MESSY. 1999). Se envelhecer é seguir o caminho da degenerescência, quem desejaria considerar-se velho? Como sujeitos de desejos, elas se afastam dessa velhice atribuindo-a aos outros e constroem suas próprias velhices, positivadas e marcadas pela crença no poder de ação individual e pela valorização da juventude. Dessa forma, não deixam de concordar com as representações dominantes, mas constroem significados mais positivos para si. Esse movimento torna-se central na recepção da telenovela, como veremos a seguir.

Aquela mulher sou eu? Duas matrizes de leitura

Na recepção da trama, observou-se duas matrizes distintas de leitura. Quando a velhice é abordada de forma geral (percepção), as decodificações realizadas pelas receptoras tendem à dominância. Contudo, quando as receptoras significam a narrativa em relação a si (vivência), percebendo as suas velhices em relação à telenovela, sentidos mais opositivos vêm à tona, num processo de conflito dos sentidos dominantes e de criação de novos parâmetros.

A matriz de leitura estigmatizada se mostra na escolha dos personagens velhos. Quando questionamos sobre as representações da velhice na telenovela, as receptoras indicaram personagens em que as representações dominantes se ressaltam, como *Antero*³ e *Brígida*⁴:

Essa aqui... (*A Brígida*). Essa ta bem velha, né. É assim mesmo que ela é, né. [...] Ela ta velha mesmo. Eu acho ela velha. Porque ela ta meio caduca na novela, é meio caduquinha e surda, não ouve, faz tudo errado as coisas. Eu gosto do papel dela. (Carmen)

A Brígida. Por causa do jeito dela, ela ta mostrando que é mais idosa que as outra. Talvez ela inté pode ser mais moça que as outra, mas ela ta mostrando. Ela mostra assim, o jeito dela aqui... o jeitão dela aqui ta mostrando de idosa, que ela tá triste, pensando... (Vânia)

Pelas falas, vê-se que na maioria dos casos o que caracteriza uma pessoa como velha são atributos negativos. Durante o período das entrevistas, foram esses os sentidos mais acionados quando falavam das representações da velhice na novela.

Quando pensam a velhice na novela em relação a si mesmas, sentidos mais positivos são acionados. Surge aqui uma matriz distinta de leitura, relacionada às suas vivências, onde se afastam das codificações dominantes – velho é o “outro” – e criam parâmetros mais positivos. Nenhuma delas identifica-se com personagens alinhadas às representações dominantes, mas sim com outras, cujas codificações são mais opositivas quando pensamos na velhice.

As personagens mais citadas pelas receptoras são *Bete*⁵ e *Candê*⁶. *Bete* foi a escolha de Dani, Tarsila e Carmen. O

3 Antero é um senhor de classe alta, que aparenta ter cerca de 90 anos. Suas representações normalmente exaltam os aspectos negativos da velhice, como perda de capacidade cognitiva, intransigência e infantilidade.

4 Brígida é uma senhora de classe alta, que aparenta ter cerca de 90 anos, também bastante marcada pelos aspectos negativos da velhice.

5 Bete é a personagem principal da trama. Mulher de classe alta, chefe de família, respeitada pelos seus pares, lúcida e ativa no mercado do trabalho.

6 Candê é uma mulher de bom caráter, divertida, de fibra. De classe popular, trabalha como feirante. Viúva de dois maridos, não deseja mais casar-se ou dividir o mesmo lar com um homem. Candê é uma mulher abnegada, dedicada totalmente à família e ao trabalho.

caráter da personagem - uma mulher vigorosa, justa e honesta - seu protagonismo nas relações familiares, sua aparência e atuação na esfera pública foram alguns dos motivos citados. As codificações de *Bete* sobre a velhice assumem um caráter mais opositivo nessas dimensões, especialmente no núcleo familiar. Ela é uma chefe de família respeitada pelos filhos e netos e uma acionista relevada por funcionários e colegas na empresa, algumas vezes chegando a assumir cargos de chefia.

A mediação de classe tornou-se importante para pensarmos na menção a outra personagem, *Candê*. Ela foi citada por todas as entrevistadas como a personagem que mais gostam ou com quem de alguma forma se identificam:

O jeito dela! Eu gosto do jeito dela, tudo assim. Que ela é bem disposta, né. [...] Eu gosto muito do jeito dela, é disposta... bem alegre, eu gosto muito dela. (Vânia)

Ah... tem uma velha ali, essa aqui! O jeito que ela ta ali! Grossa que nem eu! [Candê]. (Célia)

Da Candê eu gosto! Eu gosto que é uma mulher batalhadora, trabalhadora, né. E batalha, né. A personagem da Candê que a gente se enquadra, se encaixa, porque a gente trabalhou bastante... (Tarsila)

Eu gosto muito dela porque ela gosta de ajudar as criança pobre, né. Eu adoro ela. [...]. (Carmen)

O "jeitão" de *Candê*, seu ânimo para o trabalho, sua fibra, amor para com os filhos, sua simpatia e vontade de ajudar as pessoas são elementos que geram identificação. Com *Candê*, parece haver uma identificação de classe, por sua origem e *habitus* popular. Analisando as características mais recorrentes para pensar pobres e ricos, Mattos esboça um modelo de *habitus* popular e de *habitus* não-popular:

Estou utilizando alguns pares de oposição que me servem de orientação na análise das disposições e do *habitus* de classe. Por exemplo, disposição ascética, racional e planificadoras *versus* a disposição hedonista e espontânea; disposição à estruturação familiar *versus* a desestruturação familiar; disposição ligada à cultura legítima *versus* disposição ligada à cultura ilegítima; disposição agressiva *versus* disposição submissa ou renúncia a si mesmo; disposição individualista *versus* comunitarista; disposição anti-hierárquica *versus* disposição hierárquica; disposição antiformalista *versus* disposição formalista; disposição a agir *versus* disposição a crer; disposições intelectuais *versus* disposições manuais; autonomia de comportamento *versus* renúncia

a si mesmo; disposições estéticas *versus* disposições utilitárias; disposição ao engajamento político *versus* disposição apolítica; disposições hipercorretivas *versus* hipocorretivas (MATTOS. 2006: 170-171).

Quando Célia diz que *Candê* "é grossa que nem eu", ou, assim como Vânia, fala do "jeitão dela", quando Tarsila exalta a fibra da personagem e Carmen e Dani comentam sobre seu amor pelos meninos e solidariedade para abrigá-los e depois adotá-los, parece que exaltam essas disposições populares.

Nas identificações, emergem os aspectos que analisamos como mais opositivos na trama, especialmente a liberação da velhice feminina e a possibilidade de protagonismo e autonomia no trabalho e na família. As entrevistadas, apesar de uma educação familiar em geral sexista e repressora, enxergam nas personagens uma liberdade feminina na velhice que elas próprias vivenciam em seus cotidianos.

Conclusões

A partir de uma matriz de leituras socialmente estabelecida, ser velho é endossar uma série de atributos negativos próprios da visão estigmatizada, concordando com as codificações dominantes. Contudo, essa velhice também continua sendo a de outro: As representações de uma velhice caquética e infeliz não são familiares às receptoras, o que as fazem buscar outros parâmetros para representar as velhices que vivem.

Essa tensão entre a vivência e a percepção -entre assumir-se idosa mas não sentir-se velha - torna-se central na recepção da telenovela. Em *Passione*, elas encontram representações com as quais se sentem identificadas, especialmente as que mostram aspectos mais positivos da velhice. Contudo, quando pensam a velhice em termos gerais, tendem a endossar as representações dominantes, ressaltando os predicados negativos desse período da vida. Aqui, as velhas da novela e da vida real se distanciam. A velhice caquética e demente, para as receptoras, existe na realidade e na ficção. Contudo, nunca para si, mas para os outros, sejam eles conhecidos da vida real ou da telinha.

Importante ressaltar que não foram mencionadas espontaneamente diferenças objetivas entre a vivência da velhice numa classe abastada e na classe popular. Parece que a vivência de classe, crucial para uma boa ou má velhice, se arrefece na atenção aos predicados individuais das personagens, principais vias de posituação da velhice para as receptoras.

Geertz (1989: 20) comenta que a análise cultural é "[...] é intrinsecamente incompleta e, o que é pior, quanto mais profunda, menos completa". Finalizo o texto assumindo

essa incompletude, perene quando observa-se o mundo pelas lentes dos estudos culturais. Espero que este estudo que seja um passo, ainda que tímido, para que

os estudos de recepção não façam coro à invisibilidade social da velhice e dediquem-se ao estudo junto aos receptores idosos. ■

Bibliografía

Britto da Motta, Alda. As dimensões de gênero e classe social na análise do envelhecimento. *Cadernos Pagu* no. 13, Campinas, 1999, p. 191-221.

Debert, Guita Grin. *A reinvenção da Velhice*. São Paulo: Edusp, 1999.

Geertz, Clifford. *A interpretação das culturas*. Rio de Janeiro: LTC, 1989.

Lopes, Maria Immacolata Vassallo e Guillermo Orozco Gómez (orgs.) *Convergências e transmediação da ficção televisiva: OBITEL 2010*. São Paulo: Editora Globo, 2010.

Martín-Barbero, Jesús. Prefácio. In: Lopes, Maria Immacolata Vassallo de; Silvia H. Simões Borelli e Vera da R. Resende.

Vivendo com a telenovela: mediações, recepção, teleficcionalidade. São Paulo: Summus, 2002.

_____. *De los medios a las mediaciones*. Barcelona: Gustavo Gili, 1987.

Mattos, Patrícia. "A mulher moderna numa sociedade desigual". *A invisibilidade da desigualdade brasileira*. Souza, Jessé (Org.). Belo Horizonte: Editora UFMG, 2006.

Messy, Jack. *A pessoa idosa não existe: uma abordagem psicanalítica da velhice*. São Paulo: Aleph, 1999.

Ronsini, Veneza V. Mayora. *A etnografia crítica da recepção. Comunicação & Sociedade*. São Bernardo do Campo: Póscom-Umesp, 1999, p. 33-50.



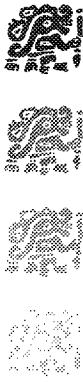
Misión

Somos una organización que promueve el derecho a la comunicación para democratizar la sociedad.

Visión

Ser una organización paradigmática en el pensamiento comunicacional de América Latina

www.ciespal.net



Un acercamiento a las nuevas olas del cine latinoamericano: el caso de Ecuador¹

Recibido: marzo 2012. Aprobado: junio 2012.

Gabriela Alemán

Obtuvo un PhD por la Universidad de Tulane en el 2003 con una tesis sobre el cine ecuatoriano. Recibió una beca Guggenheim en el 2006. Publicó, entre otros, "At the Margin of the Margins: Contemporary Ecuadorean Exploitation Cinema and the Local Pirate Market", Epilogue, Latsploitation, Exploitation Cinemas, and Latin America. Edited by Victoria Ruétalo, Dolores Tierney, London: Routledge, 2009.

galeman@usfq.edu.ec

Resumen

Análisis de la película Prometeo Deportado, del cineasta ecuatoriano Fernando Miele, desde tres aspectos: producción, narrativa y montaje. Además se presenta un acercamiento a la figura del autor como eje principal de la propuesta estética del filme y se compara la trayectoria del director con la de Sebastián Cordero, el cineasta con mayor proyección internacional.

Palabras clave: cine ecuatoriano, nueva ola, cine latinoamericano, Fernando Miele, Sebastián Cordero, Prometeo Deportado

Resumo

Análise do filme Prometeu Deportado, do cineasta Fernando Miele, a partir de três aspectos: narrativas, produção e edição. Ele também apresenta uma abordagem para a figura do autor como o eixo principal da estética do filme e compara a trajetória do diretor de Sebastian Cordero, o cineasta mais internacional.

Palavras-chave: cinema equatoriano, new wave, cinema latino-americano, Fernando Miele, Sebastian Cordero, Deportado promessa

¹ Una versión anterior fue leída en la mesa sobre *Nuevas Tendencias del Cine en América Latina*, Society for Cinema & Media Studies (SCMS), New Orleans, Marzo 2011.



En el minuto 55 de *Ratas, ratones y rateros* (Sebastián Cordero, 1999) vemos a un joven mochilero tirado en el suelo del terminal terrestre de Guayaquil. Salvador, uno de los protagonistas de la película, desvalija al turista para resolver su problema más apremiante, regresar a la capital y escapar, junto a su primo, de los maleantes que los persiguen. El incauto turista, tan profundamente dormido que ni siquiera se da cuenta que le roban todo su dinero, es Sebastián Cordero, director y guionista de la película.

En el minuto 2 de *Prometeo Deportado* (Fernando Mieleles, 2010) vemos a un hombre parado frente al control de pasaportes de un aeropuerto del Primer Mundo. El hombre se identifica como un cineasta ecuatoriano; es Fernando Mieleles, director y guionista de la película. El director real, representándose en la pantalla, se describe a sí mismo como, "realizador de cine, director, guionista, hago películas, documentales, filmmaker".

La huella de la presencia física de ambos directores sobre la pantalla nos ayuda a entender el lugar que ocupan dentro de la ya obsoleta pero aún omnipresente discusión sobre el cine-arte vs. cine-entretenimiento. Cordero se ha mantenido fiel a la producción de películas de género (*road movies*, suspenso, drama), de alta calidad. Con ello ha logrado importantes premios a nivel internacional y ha sido la gran figura del *cross-over* hacia producciones de mayores presupuestos en otras latitudes. Si hemos de buscar dentro de la gran gama de discursos autorales que se han desarrollado desde los años cincuenta, Cordero se encontraría en el inserto del *autor* como *marca* (Martin: 49), lo que Crofts describe como:

The broader acceptance of Authorship (since the 1970s) within diverse, interconnecting media institutions has obliged directors to engage with other, wide forms of media coverage, extending to tv reviews and frequent interviews, magazine profiles, advertising and sponsorship appearances. Simultaneously, distribution has grown more powerful and more global, and the commodification of culture has accelerated. Author-names have therefore taken on greater significance as marketing labels than previously under the package-unit system, especially as genres have destabilized, and audiences fragmented beyond the entertainment-art split towards a larger number of relatively uncoordinated subgroups (322)

Mieleles, por otro lado, en su debut como director de ficción (ya había dirigido dos documentales, *Aquí soy José* (2004) y *Descartes* (2009)), marca su territorio desde el inicio de la película. El espectador verá el reflejo del mundo creativo del director, su mirada personal. Su

acercamiento al cine bordea la visión romántica, unida a las primeras elaboraciones de la idea de un cine de autor, ligadas al advenimiento del cine-arte de los cincuenta. Mieleles se insertaría en el apartado de *director* como *autor*. Señala Crofts:

(T)he figure is usually characterized as an individual expressing her- or himself untrammelled by cultural determinants and transcending industrial interference. (315)

Esta lectura alegórica de las inscripciones fílmicas de los dos realizadores permite entender, desde el texto fílmico, el lugar que ambos ocuparían dentro de la llamada Nueva Ola del Cine Latinoamericano del Siglo XXI, que se bifurca en dos tendencias. El un camino sigue lo que el mexicano Gustavo Montiel Pagés, define como "un buen cine comercial en español, eso se entiende como un cine de género que produzca estrellas y tenga un nivel técnico elevado, de modo que sea competitivo...Se trata de películas promedio de otra industria, excepcionales en la nuestra, que por la combinación de calidad, formato y soporte en la distribución y exhibición accedieron bien al público" (57) y que el argentino Jorge La Ferla identifica con nombres y apellidos, "Alfonso Cuarón, Alejandro González Iñárritu, Fernando Meirelles, Walter Salles...Alejandro Agresti... hablamos de films de altos presupuestos comparados con los estándares de América Latina, con estrellas muy cotizadas y en películas realizadas por "latinos for export" con ciertas pretensiones de calidad, quienes han logrado el sueño de muchos: trabajar cerca de Hollywood" (237). El otro camino que ha seguido la llamada Nueva Ola del cine latinoamericano es la del cine independiente experimental, que ha cosechado una enorme cantidad de premios en festivales de primera línea y que tendría otros nombres en sus filas: Lucrecia Martel, Lisandro Alonso, Claudia Llosa, Carlos Reygadas, Albertina Carri, Paz Encina. Lo que resalta de estas películas, según Andrés Di Tella, al hablar específicamente sobre el Nuevo Cine Argentino pero que aplica a otros *nuevos cines* es, "el hecho de que ninguno de estos nuevos films se ha hecho de acuerdo a un modelo previo, a veces ni siquiera de acuerdo a un guión, sino que han encontrado su camino al andar, como objetos únicos, cada uno con su propio sistema narrativo y estético, lejos del dominio de las fórmulas que impera en buena parte de la producción mundial". (249)

Sebastián Cordero², si bien no lo menciona La Ferla, forma parte del primer grupo de esa Nueva Ola. Su segundo y tercer largometraje, *Crónicas* (2004) y *Rabia* (2010) fueron producidas, entre otros, por Cuarón, del Toro y Bertha Navarro. A partir de su segundo largo, ha trabajado con un casting internacional (John Leguizamo, José María Yazpik, Leonor Watling, Alfred Molina, Gustavo Sánchez Parra, Iciar Bollarín, Concha Velasco) y sus películas

han sido co-producidas por productoras españolas, mexicanas y francesas. Sus películas han tenido un estreno comercial con varias copias de 35 mm en México, Francia, España y Ecuador. Luego de *Crónicas*, Cordero recibió una oferta para dirigir una película con Harrison Ford en Estados Unidos, un proyecto que finalmente se cayó pero que hizo el gesto necesario para inscribirlo junto a los directores latinos que han migrado hacia otras cinematografías; más recientemente se encuentra en la etapa de postproducción de la película de ciencia ficción *Europa Report*, una producción de Wayfare Entertainment y Misher Films³. Cordero se graduó de U.S.C. (University of Southern California) en la especialidad de escritura de guión, regresó a Ecuador en 1993 y comenzó a filmar *Ratas* en 1998; desde entonces hasta ahora, ha filmado cinco películas⁴. Ha ganado, entre otros, por *Ratas*, más de doce premios internacionales; por *Crónicas* el Sundance/NHK International Filmmakers Award, la película estuvo seleccionada en el Festival de Cannes en la sección "Una Cierta Mirada" y fue nominado al "Gran Premio del Jurado" en el Festival de Cine de Sundance; la **Biznaga de Oro por Rabia en el 13 del Festival de Málaga, el premio especial del jurado del Festival Internacional de Cine de Tokio y varios galardones en el Festival de Guadalajara del 2010**. Cordero es un caso excepcional dentro de la cinematografía ecuatoriana, el *wonder child* de un cine plagado por dificultades económicas y mayoritariamente desconocido en el exterior.

El caso de Mieles es más cercano a la realidad ecuatoriana. Sirve, además, para ejemplificar el grado de complejidad para financiar, producir, estrenar y distribuir un largo en Ecuador y de lo lejos que está el cine ecuatoriano de las industrias cinematográficas mundiales. Mieles se graduó de la Escuela de los Tres Mundos en San Antonio de los Baños, Cuba en 1992. En el 2003 ganó, en la categoría de guión, el premio que otorgaba el Festival de Cine Pobre de Gíbara, Cuba, para la producción de largometrajes; desde entonces, hasta el 2007, cuando arma un equipo de producción, pasarán 4 años. Si partimos de la fecha de escritura del guión hasta el estreno de la película en salas, serán diez. Algo que, como veremos, tiene un peso no solo simbólico sino real sobre la construcción formal de la película.

El caso de *Prometeo Deportado* también sirve para ilustrar un antes y después del cine ecuatoriano y que tiene como precedente el estreno de *Ratas*, *ratones* y *rateros* con gran aclamación nacional e internacional; el desarrollo de una tecnología digital de alta calidad a nivel

mundial; el regreso de un grupo importante de personas de distintas escuelas de cine del mundo (principalmente Francia, Bélgica, EEUU, Chile y Cuba); el funcionamiento sostenido de varios festivales de cine que permiten que el público ecuatoriano tenga acceso a otras propuestas cinematográficas contemporáneas y los realizadores ecuatorianos tengan una plataforma donde mostrar sus producciones (EDOC y Festival Cero Latitud); la aprobación en el 2006 de una Ley de cine en el Congreso Nacional y la posterior creación de apoyo económico estatal por intermedio del Consejo Nacional de Cine (CNC) y el Premio Augusto San Miguel del Ministerio de Educación y, por último, el ingreso de Ecuador a Ibermedia.

Este ensayo no pretende analizar las carreras de Cordero y Mieles sino que intenta situar a estos directores dentro de los imaginarios de las Nuevas Olas cinematográficas del continente. Como hemos visto, Cordero se encuentra claramente inserto en una de ellas; Mieles, por el contrario, sigue siendo un *outsider*. Lo que propongo, para el resto de este ensayo, es un acercamiento a las estrategias que Mieles utiliza en su Ópera Prima, para ver cómo estas negocian o evaden los presupuestos de las Nuevas Olas Latinoamericanas.

Prometeo Deportado

Revisemos la historia que cuenta *Prometeo*: a la sala de espera de un aeropuerto del Primer Mundo son conducidos docenas de pasajeros ecuatorianos que en ese momento son detenidos sin recibir explicación alguna; a lo largo de la película llegan más y más vuelos hasta que los números de ecuatorianos ascienden a los cientos. La única herramienta que tienen los espectadores para valorar el paso del tiempo es la presencia de una tortuga que aparece cada tanto en escena: primero pequeña, luego mediana y al fin de la película avanza un galápagos, especie que puede vivir pasada la centena de años. Hay intentos por parte de algunos miembros de la improvisada comunidad de organizar una sociedad "civilizada" y otros, terroristas, que intentan romper el mínimo orden establecido para tomar control por la fuerza. Al final, un nadador (sin que exista una explicación dentro de la trama de la narrativa), mata a uno de los pasajeros más revoltosos y toma el control de la sala. Al final, los migrantes apresados escapan de su encierro a través de un baúl de mago.

Prestaré especial atención a tres momentos de la película: su producción, propuesta narrativa y montaje.

2 En el texto de "intenciones" preparado para el *press-book* de *Ratas*, Cordero dice, "En esta última década (90,s), ha florecido en el mundo un movimiento de cine de bajo presupuesto pero de alta calidad; cine que trata de enganchar al público sin por eso insultar su inteligencia. Este cine real y cotidiano captura nuestras vivencias desde una perspectiva nueva, llena de emociones fuertes que no se detienen sino hasta mucho después de terminar los créditos finales. Este es el tipo de cine al que *Ratas*, *ratones*, *rateros* trata de pertenecer". (*Ratas*, *ratones*, *rateros*, p.15)

3 Al momento de publicación de este ensayo.

4 *Ratas*, *ratones*, *rateros* (1999); *Crónicas* (2004); *Rabia* (2009); *Pescador* (2011) y *Europa* (2013).

Producción

Cuando Mielees escribe la primera versión de su guión, Ecuador vive el momento inmediatamente posterior al que retrata la Opera Prima de Cordero⁵. Es un país quebrado, sin moneda nacional, donde cientos de miles de personas migran al exterior (en su mayoría a España, Italia y Estados Unidos). El drama migratorio se volverá en la narración de la nación ecuatoriana el tema central de los primeros años del siglo XXI. Diez años después, el ímpetu mundial es otro, los países hacia los que migraron la mayoría de ecuatorianos tienen serias dificultades económicas y muchos de esos migrantes regresan a un Ecuador fortalecido económicamente o, por lo menos, instalado en una crisis *en ralenti*. Los siete años de búsqueda presupuestal juegan en contra de la actualidad de la película y hacen que a la hora del estreno la película se lea con la carga del pasado y, aún así, tenga un éxito de público enorme en Ecuador⁶. Así la búsqueda de financiamiento, antes de la creación del CNC, significó (a pesar de haber ganado el premio de Gíbara en el 2003, que consistía en la post-producción y el *Tape to Film* y que equivalía a 60.000 dólares⁷) que Mielees no logre concretar financiamiento luego de cuatro años. En el 2006 entra al proyecto Oderay Game, directora de Other Eye Productions. Recordemos que aún hablamos de un momento anterior a la creación de fondos estatales para el apoyo al cine ecuatoriano. En ese momento la productora comienza a buscar auspicios por parte de la empresa privada⁸ y de instituciones públicas

y comienza a avanzar en la producción. En el 2007, el proyecto obtiene el premio Augusto San Miguel del Ministerio de Educación (US\$25.000), posteriormente el Premio CNC a la producción (US\$60.000), el Premio CNC a la post producción 2009 (US\$30.000), Ibermedia (US\$150.000) y la co-producción con Tango Bravo de Venezuela (US\$100.000).

Si bien la película de Mielees se benefició de todos los premios y ayudas posibles a partir de la aprobación de la Ley de cine en Ecuador es, a la vez, hija del momento anterior⁹. Los auspicios privados y/o de instituciones públicas más la inversión de los productores ejecutivos sumaron US\$517.000¹⁰. El monto que obtuvo por premios, co-producción e Ibermedia fue de US\$365.000. El costo total de la película fue de US\$800.000¹¹.

Desde su creación, el CNC maneja un presupuesto aproximado de un millón de dólares anuales, una cifra inimaginable hasta hace pocos años; las cantidades que entrega en cada convocatoria para las distintas categorías, sin embargo, son mínimas para una empresa tan costosa como la cinematográfica¹²; el Estado no da incentivos fiscales para que la empresa privada invierta en cine. Así, el promedio de tiempo, desde la creación del CNC, para que una película se escriba, produzca, filme, estrene y distribuya bordea los cinco años¹³. Un tiempo prolongado, dadas las frágiles economías mundiales, y riesgoso a la hora de calcular presupuestos para cualquier proyecto cinematográfico.

5 Cordero cuenta que cuando filmó *Ratas* la moneda nacional seguía siendo el sucre, cuando la estrenó el Ecuador ya se había dolarizado.

6 El cine ha ganado un gran respaldo del público ecuatoriano a partir de *Ratas* que, “estuvo en cartelera 25 semanas consecutivas y llegó a tener más de 120.000 espectadores en Ecuador (...) *Ratas* se vendió meses más tarde a la cadena de cable estadounidense HBO Latino y HBO Ole. Esta venta significó en números lo mismo que toda la taquilla en el Ecuador. A poco tiempo de esa venta, *Ratas* vendió los derechos de video para los territorios de EEUU y Canadá” (*Ratas, ratones, rateros*, p.249)

Prometeo Deportado estuvo 12 semanas en cartelera nacional, con 17 copias en 35 mm, y tuvo 175.000 espectadores. Hasta el día de la entrevista con la productora (25/02/11), seguía en cartelera en algunas salas (Guayaquil y Manta). La estrategia del 2011 fue proyectarla por medios no-tradicionales (no en salas comerciales), en distintas ciudades de Europa que tenga una población importante de migrantes ecuatorianos. Entrevista con Oderay Game, 25/02/2011.

7 Un auspicio que finalmente se perdió, pues hasta que se llegó a filmar la película la productora suiza que llevaría a cabo el proceso había quebrado.

8 Logrará, por este medio, el auspicio del Municipio de Guayaquil (US\$90.000), la Prefectura del Guayas (US\$100.000), Lotería Nacional (US\$15.000), Productos Tony (US\$5.000), La Ganga (US\$12.000), Diners (US\$20.000), Corporación El Rosado (US\$150.000) y la Secretaría Nacional del Migrante, SENAMI (US\$25.000).

Entrevista con Oderay Game, 25/02/2011.

9 El financiamiento de *Ratas* fue 100% empresa e inversionistas privados, la película costó \$200.000. (*Ratas, ratones, rateros*, p. 195)

10 La productora logró un considerable apoyo por parte de la empresa privada al plantear los auspicios como canjes publicitarios, así las empresas auspiciantes no sólo aparecieron en los créditos de la película sino en los spots televisivos (se pasaron en dos canales de televisión abierta (TC Televisión y Gamavision) y en dos de cable (CN3 y CD7) y en la campaña de promoción, a nivel nacional, de la película. Entrevista con Oderay Game, 25/02/2011.

11 Monto que no se cubrió completamente con los auspicios y premios y que se completó con la inversión de Other Eye Productions. La cifra no incluye los costos de exhibición, distribución y promoción. Entrevista con Oderay Game, 25/02/2011.

12 En el 2009, 32 proyectos recibieron 549.000 USD en nueve categorías. Algunos ejemplos: para desarrollo de guión el monto fue de US\$8.000; para producción US\$60.000; para post-producción US\$ 8.000; para distribución y exhibición US\$ 30.000. (www.cncecuador.gov)

13 Un ejemplo claro, que comienza el proceso de producción después de la creación del CNC, y que por tanto sería un caso ilustrativo de las tendencias actuales, es la película “Sin otoño y sin primavera” del director guayaquileño Iván Mora Manzano. Su proyecto recibió el premio desarrollo de proyecto CNC (Ecuador, Diciembre 2007), el Premio IBERMEDIA de ayuda para el desarrollo de proyectos, Junio 2008; el premio producción de largometraje de ficción CNC, Ecuador, Octubre 2008. Fue invitado a los encuentros de coproducción de Mannheim (Alemania) y de Huelva (España). El director asistió al Oaxaca Script Lab organizado por Fundación Toscano / Sundance en México. Las empresas que coproducen esta película son la Corporación La República Invisible de Ecuador, Antorcha Films de Colombia, esta última empresa es conocida por su participación en la película “Perro come Perro” de Carlos Moreno, y, en Europa, la productora francesa Caberú. Se película se filmó en el 2010 y su estreno está planificado para el tercer cuatrimestre del 2012.

Como ya hemos dicho, *Prometeo*, es un caso excepcional porque se encuentra en el límite de dos formas de producción; aunque el tiempo del proceso (escritura/filmación/postproducción/estreno) desde que se organiza la producción, bordea el promedio nacional. Se podría argumentar que en el caso específico de *Prometeo*, el tiempo jugó en su contra pues, en ese lapso, el mundo cambió, no sólo en términos sociales, políticos y económicos¹⁴, sino que las expectativas del cine independiente¹⁵ también lo hicieron. Esta transformación dejó sus huellas sobre la propia forma de la película y, de alguna manera, la volvió anacrónica ante las expectativas de la producción independiente de autor de estos años¹⁶. Para entenderlo mejor, miremos qué plantea la película de términos narrativos.

Propuesta narrativa

Prometeo Deportado hace una apuesta arriesgada cuando decide insertarse en una tradición, a falta de una tradición cinematográfica ecuatoriana, opta por una latinoamericana: el realismo mágico. Una decisión problemática pues si en su momento fue central¹⁷, es una estética que se enfrenta a las tendencias más minimalistas del Siglo XXI. Pero Miele se distancia aún más de las expectativas de las Nuevas Olas al optar por una línea narrativa que lo ata al teatro del absurdo. Recordemos que el teatro del absurdo, que tuvo su apogeo en las décadas del 40, 50 y 60, se caracterizó por

diálogos repetitivos; falta de una secuencia dramática; atmósferas oníricas; una cierta incoherencia¹⁸ en la trama; un cuestionamiento del funcionamiento de la sociedad y rasgos existencialistas donde predominaba la metáfora poética para representar estados anímicos y emocionales. No es sólo el contenido de la película lo que lo emparenta con el teatro del absurdo sino la *mise-en-scène* del filme que es, por momentos, un montaje teatral¹⁹.

Si la obra es en un inicio coral, uno de los personajes, el escritor, irá ganando importancia mientras avanza la historia, hasta convertirse en la voz autorizada dentro del universo diegético de la película y el que dará el tono de la historia:

Nombre, palabra que sirve para designar a las personas, cosas, objetos físicos, psíquicos, ideales o sus cualidades. Si el Ecuador es el nombre de una línea imaginaria, los ecuatorianos somos seres imaginarios. Es decir, no existimos. (:33)

Ecuador, círculo máximo de la esfera celeste. Perpendicular a la línea de los polos. El Ecuador divide a la tierra en dos hemisferios. Norte y Sur, los de arriba y los de abajo. Línea trazada en la tierra... Estado de América del Sur que debe su nombre a la línea equinoccial que lo atraviesa. País de mierda de cuyo nombre no quiero acordarme. (1:17)

14 Entre otras cosas creció en Ecuador y el mundo la posibilidad de acceso a internet, teléfonos celulares, cámaras digitales, comunicaciones virtuales. El espacio geográfico compartido dejó del ser el único espacio comunitario posible.

15 Expandiendo sobre las temáticas contemporáneas, David Oubiña advierte "ciertos parámetros que se han mantenido constantes aun dentro de la variedad de estilos y la heterogeneidad de propuestas estilísticas... una temática estrictamente contemporánea... una mirada no condescendiente ni paternalista sobre personajes que tienen la misma edad y que viven los mismos conflictos que los cineastas. Aunque la política (a diferencia de otros periodos) parece notoriamente ajena a estos proyectos, en otro sentido habría que decir que está ahí de manera omnipresente: ha desaparecido como tema porque se ha infiltrado en todos los vínculos. Los conflictos de los personajes no pretenden funcionar como alegoría de una realidad que siempre trasciende a las historias individuales, pero tal vez, justamente a causa de esa falta de pretensión, a menudo los films consiguen expresar de forma oblicua un entorno sociocultural complejo y cambiante. La estructura narrativa, por su parte, tiende a ser más errática y más fluida que en las películas excesivamente guionadas de décadas anteriores, pero aun así, la puesta en escena (a menudo austera y bordeando el estilo documental) conserva todo su rigor". (38-39)

16 La segunda vertiente de la Nueva Ola del cine reciente latinoamericano que mencionamos al inicio del artículo.

17 Marcos Loayza hace un interesante resumen del tipo de película que se ha esperado del cine latinoamericano según las distintas coyunturas políticas de la región: "En la década de 1970, nos solicitaban films que reflejaran el espíritu de rebeldía revolucionaria latinoamericana, que se ocuparan de denunciar la difícil situación política y económica de los desposeídos... Más adelante, solían tener buena acogida los trabajos capaces de "llevar a la pantalla grande" los mismos postulados que tan bien habían funcionado en el llamado fenómeno del boom de la literatura latinoamericana. Así, nos convertimos en el lugar de lo real maravilloso... Posteriormente, en coincidencia con las fechas de los 500 años del encuentro entre dos mundos, se fueron dando las condiciones y las posibilidades de la coproducción y los guionistas crearon una serie de personajes españoles, o venidos del Primer Mundo que, con mayor o menor fortuna, pasaban una temporada en estas tierras, vivían un reencuentro con algún familiar sudamericano... En los años siguientes eran bienvenidas las películas que reflejaran las duras condiciones de la vida marginal, de la calle, así como el exotismo y la barbarie de aquellos que actúan a espaldas de la ley... Y ahora pareciera que a los autores les solicitan obras experimentales que reinventen, o parezcan estar reinventando, el lenguaje cinematográfico, sin importar cuánto se alejen del espectador, como si se hubiera creado un puente entre los críticos de París y los autores de provincia" (194-195)

18 Aquí uno de los diálogos de la película (ocurre en el minuto treinta):

—¿No les han deportado?

—No lo van a hacer; somos muchos. Además ya decidimos tomarnos la sala como medida de acción.

—Pero si ya estamos encerrados...

—No se preocupe, ya estamos aquí y de aquí no nos saca es nadie. Pasamos todos o nadie.

—Todos o nadie, Todos o nadie. Sí se puede, sí se puede, sí se puede —en coro.

19 A la hora cuatro minutos la cámara deambula por una sala poblada por personajes "congelados" en el tiempo mientras escuchamos, primero al escritor capturado en la sala, leer las cartas que ha escrito para los familiares de los migrantes detenidos y luego las voces de distintos personajes: hombres, mujeres, jóvenes que recitan en español y luego en shuar y quichua, esos mismos textos. Se crea un efecto de distanciamiento con la escena que presenciamos, un efecto que traslada al espectador a la sala de teatro.

Y dará, a través de su propia lectura, una única alternativa de interpretación: la de la alegoría nacional. Camisa de fuerza de gran parte de la producción del Tercer Mundo²⁰ y de la que, sólo en años más recientes, el cine latinoamericano ha logrado desprenderse. La alegoría no favorece la complejidad sino que crea arquetipos; en *Prometeo* el escritor es el encargado de reforzarlos y reconocer a los "verdaderos" personajes atrás del disfraz al imponer, a su vez, una mirada moralista sobre la migración:

Tú no eres ningún mago, no eres un escapista, tú no eres nada...Yo no soy ninguna modelo, yo soy una puta. Él (el escritor) lo sabía...No le importamos a nadie, ni a nosotros mismos. Es como si no existiéramos, como si fuéramos los personajes de esa historia...Dígame que nosotros somos reales, que el Ecuador está ahí, que no es solamente esa línea imaginaria. Dígame que todo está allá, mi mamá, mi papá, mi casa, todo está allá. (Diálogo de Afrodita, 1:30)

El escritor, a través del texto que escribe durante el encierro en la sala, intenta abrir los ojos de los personajes a las ventajas de ser "nada" pues así se es "verdadero":

Ya no me interesa, no era lo que yo me imaginaba, yo quería ser modelo, quería ser alguien, ahora solo quiero regresar...al Ecuador. (Diálogo de Afrodita, 1:31)

Nadie nos obliga a quedarnos en esta sala, podemos volver a Ecuador si quiere y hacemos un espectáculo juntos: Prometeo Mago-Escapista y su bellísima asistente, Afrodita, usted...Eso sí, nada de pelos falsos, ni uñas falsas, ni ojos falsos. (Respuesta de Prometeo a Afrodita, 1:32)

Por momentos las imágenes de la película: las secuencias grabadas por las cámaras de vigilancia, los clips de películas caseras filmadas con celulares, se enfrentan a la palabra autorizada del escritor y a la lectura alegórica pero los textos terminan por derrotarlas:

— ¿Qué tienes?

— Nada.

— ¿Quieres comer? Entonces, ¿Qué tienes?

Nada, somos los únicos sin maleta en esta sala.

Mentira, todos los ecuatorianos tienen algo que ofrecer.

El cuerpo, el alma, aceptamos todo, somos flexibles, cualquier objeto...las primeras horas del baño. Somos buenos pero no tontos, aquí las cosas van a cambiar; si quieren comer, tienen que pagar. Vamos a poner orden en este lugar, si quieren salir de aquí. Nada en la vida es gratis. (Hombre del maletín, 1: 33)

Montaje

Existe una edición clásica hasta el minuto treinta y tres de la película: hay cortes entre dos historias paralelas (la historia que transcurre en la sala de espera y la que ocurre con el hombre capturado por guardias del aeropuerto) y los cortes avanzan con las historias de los distintos personajes hacia adelante en el tiempo y siguiendo una lógica de causa y efecto. En el minuto treinta y tres irrumpe la lógica interna del absurdo y el personaje interrogado por las autoridades aeroportuarias, Hemeregildo, vuelve a la historia dentro de una bolsa de basura en un corredor del aeropuerto. A partir de ese momento el personaje deja de representarse a sí mismo para volverse una alegoría de la condición del migrante en el mundo. Existe aquí un doble movimiento: mientras en el espacio diegético de la historia se convierte en un hombre invisible, en el espacio extra-diegético se vuelve un "hipertexto" que permite al director sacarnos del encierro de la sala de espera para deambular sin restricciones espaciales ni temporales por el aeropuerto y la historia que se desarrolla en la pantalla. Holly Willis señala, al hablar del futuro del cine en la era digital que, "Filmmaking equipment influences the kinds of images that can be made, as well as the ways in which stories can be told" (19). Es gracias a la existencia de este personaje que ciertos momentos de la edición responden a una estética "desktop"; donde la sintaxis visual de la película se desarrolla sobre la pantalla de un ordenador y a un "click" de ratón. La instancia más clara de esto, pero no la única²¹, es a la hora y veinticinco de película, cuando el personaje, que no camina sino que avanza sobre una cinta eléctrica, llega a una sala en construcción. Al llegar frente a un soldador, el hombre se quita su máscara protectora y mira directamente a los ojos de nuestro personaje. Es la primera vez, desde que ha salido de su encierro, que alguien le devuelve la mirada. El hombre/hipertexto hace una conexión entre esa mirada humana y la humanidad que dejó atrás — en el mundo idealizado, para este punto, de Ecuador —; el siguiente corte de la película en vez de progresar en la narración, se detiene y con un doble click sobre esa mirada, se aleja de la historia. La pantalla se vuelve, literalmente, una pantalla de ordenador. Sobre el negro

20 La ya clásica argumentación de Jameson, "All third world texts are necessarily, I want to argue, allegorical, and in a very specific way: they are to be read as what I will call *national allegories*..." (Rajadhyaksha: 419)

21 Las múltiples pantallas que transmiten imágenes de baja calidad en blanco y negro, también abren la gran pantalla del cine a las múltiples pantallas del ordenador personal.

22 El efecto es mayor gracias a la utilización de una música infantil extra-diegética fácilmente reconocible por cualquier ecuatoriano.

se abre una ventana, un *Youtube* cinematográfico sin logotipo, donde aparecen imágenes-mensaje del Ecuador y luego tomas oníricas/nostálgicas del mundo puro y simple²² que quedó atrás. Ese mundo nostálgico/onírico pertenece a un presente inoportuno que solo puede existir en la pantalla. Al elaborar esta conexión, Ecuador deja de existir como un lugar para convertirse en un tiempo. Un tiempo perdido y fragmentado, solo vislumbrado a través de la tecnología digital.

Prometeo se filmó en HD²⁴, se editó en ordenador sobre soporte digital y luego se hizo su transferencia a formato fílmico. Y, aunque la propuesta de edición está identificada con un tipo específico de tecnología, como señala Oubiña,

El desafío de cualquier propuesta estética contemporánea consiste tanto en aprovechar las nuevas tecnologías como en procesarlas para convertirlas en técnicas de composición. Es decir, operar sobre un vínculo crítico (no afirmativo de la percepción convencional) entre técnica, materiales y contenidos frente a una difundida fetichización de la tecnología" (41)

el montaje de *Prometeo Deportado* llama la atención sobre sí mismo al enfrentarse a la propuesta narrativa de la cinta, identificada con otro momento del cine²⁵. Esos

desfases estilísticos son los que marcan el destiempo de la película.

Coda

Mary Shelley publicó *Frankenstein o el Prometeo Moderno* en 1818, en esa nueva reencarnación del mito, el fuego estaba representado por la ciencia y sus avances. La creación de Victor Frankenstein tuvo un nacimiento a destiempo que finalmente acabó con él. La nueva pero aún imperfecta tecnología propuesta por Frankenstein fue traída a un mundo con distintas expectativas. Quisiera llamar la atención sobre esto porque el *Prometeo* de Miele también se presenta como una creación enfrentada a las expectativas del cine contemporáneo y que, como el monstruo, muestra costuras: una sobreimposición de discursos narrativos; una estrategia de edición que no calza con la propuesta discursiva; una producción que atravesó coyunturas políticas muy distintas que marcaron la construcción y financiación de la película. Se podría considerarla una creación monstruosa: monstruosa en el sentido de que se atreve a ir más allá de lo esperado; monstruosa por las marcas de otros cuerpos y tiempos sobre él; monstruosa en su auto-referencialidad. Y, por eso mismo, se volverá en el futuro, en una referencia para la reciente invención de una tradición fílmica ecuatoriana. 🌩

24 Con una cámara *Red One*.

25 Hasta principios del siglo XXI, la única posibilidad de hacer "cine" en América Latina era con equipos cinematográficos: se filmaba en 16 o 35 mm, se editaba en moviola y se revelaban los negativos. Esas tecnologías eran acordes con una cierta estética.

Bibliografía

Crofts, Stephen, "Authorship and Hollywood" in *The Oxford Guide to Film Studies*, Oxford University Press: Oxford, 1998.

Di Tella, Andrés, "Recuerdos del nuevo cine argentino", en *Hacer cine, producción audiovisual en América Latina*, Russo A., Eduardo (comp.), Ed. Paidós: Buenos Aires, 2008.

La Ferla, Jorge, "El cine argentino. Un estado de situación", en *Hacer cine, producción audiovisual en América Latina*, Russo A., Eduardo (comp.), Ed. Paidós: Buenos Aires, 2008.

Loayza, Marcos, "El espejo desde la marginalidad" en *Hacer cine, producción audiovisual en América Latina*, Russo A., Eduardo (comp.), Ed. Paidós: Buenos Aires, 2008.

Martin, Adrian, *¿Qué es el cine moderno?*, Ed. Uqbar/Festival de Cine de Valdivia: Santiago, 2008.

Montiel Pagés, Gustavo, "La producción de cine en México. Bajo el signo de la crisis" en *Hacer cine, producción audiovisual en América Latina*, Russo A., Eduardo (comp.), Ed. Paidós: Buenos Aires, 2008.

Oubiña, David, "Construcción sobre los márgenes: itinerarios del nuevo cine independiente en América Latina" en *Hacer cine, producción audiovisual en América Latina*, Russo A., Eduardo (comp.), Ed. Paidós: Buenos Aires, 2008.

Rajadhyaksha, Ashish, "Realism, modernism, and post-colonial theory" in *The Oxford Guide to Film Studies*, Oxford University Press: Oxford, 1998.

VAA, *Ratas, ratones y rateros, una película de Sebastián Cordero*, USFQ/CNC/FONSAL: Quito, 2010.

Willis, Holly, *New Digital Cinema, Reinventing the Moving Image*, Wallflower Press: London, 2005.

Blog de cine. 24 de abril de 2010. 25 de agosto 2011:

<<http://www.blogdecine.com/festivales-y-premios/festival-de-malaga-2010-rabia-de-sebastian-cordero-es-la-vencedora>>

Wikipedia. N.p., n.d. Web. 19 agosto 2011.

<http://es.wikipedia.org/wiki/Sebasti%C3%A1n_Cordero>

"Rabia" N.p., n.d. Web. 19 agosto 2011

<<http://www.rabiapelicula.com/#/director/>>

"Prometeo Deportado" N.p., n.d. Web. 20 agosto 2011

<http://www.prometeodeportado.com/>

"CNC Ecuador" N.p., n.d. Web. 25 agosto 2011

<<http://www.cncecuador.gob>>

Filmografía

Cordero, Sebastián, *Ratas, ratones y rateros*, Cabeza Hueca Productores, 2000.

Miele, Fernando, *Prometeo Deportado*, Other Eye Productions, 2010.



Revocatorio en Paraguay

La crisis del sistema político retrata la crisis del sistema de medios

José Alonso Seco

Español, profesor de redacción periodística de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Rey Juan. Asesor en comunicación de la fundación CEPS [www.ceps.es] en Ecuador desde abril de 2006 a octubre de 2007, en Paraguay entre enero y abril de 2008 y en julio y agosto de 2009, y en Venezuela entre junio y septiembre de 2008.

jose.alonso.seco@urjc.es

Recibido: mayo 2012 Aprobado: junio 2012

Resumen

Los medios de comunicación en Paraguay se enfrentan a una triple crisis: la crisis política de un país en un largo proceso de transición desde una dictadura cívico-militar de seis décadas, la crisis económica vinculada al cambio tecnológico y la globalización, y la crisis de legitimidad. El derrocamiento parlamentario del presidente Fernando Lugo ha puesto de manifiesto los problemas y carencias de una prensa y un país con algunos déficits democráticos.

Palabras clave: Paraguay, prensa, democracia, legitimidad, crisis.

Resumo

Mídia no Paraguai estão enfrentando uma crise tripla: a crise política em um país em um longo processo de transição de uma ditadura civil-militar de seis décadas, a crise econômica ligada à evolução tecnológica e globalização, e da crise de legitimidade. A derrubada Parlamentar presidente Fernando Lugo tem mostrado os problemas e deficiências de uma imprensa e um país democrático, com alguns défices.

Palavras-chave: , de imprensa, a democracia, a legitimidade, crise.

La destitución de Fernando Lugo el 22 de junio de 2012 como presidente de la República de Paraguay puso una vez más a prueba a los medios de comunicación. Como cualquier episodio urgente e imprevisto, la propiedad y los trabajadores de la prensa tuvieron que emplearse a fondo para atender a la ciudadanía. El resultado tiene un sabor agrí dulce para los medios y para la sociedad.

Efectivamente, las ediciones analógicas y digitales de los diarios, radios y televisiones salieron puntualmente a los lugares de venta y distribución, con amplia cobertura de los hechos. Sin embargo, la crisis del sistema político reveló que el sistema mediático también está en crisis: falta de pluralidad, incoherencia, sometimiento del principio de justicia a la paz social aparente, descontextualización y espectacularización de la información son algunos de los problemas que se observan de la actuación de los medios en aquellas jornadas.

Como han reflejado sobradamente la prensa paraguaya e internacional, la destitución del presidente Lugo se tramó en unas pocas horas. Supuestos aliados y aparentes opositores alcanzaron un acuerdo improbable y en 48 horas, en el Parlamento, juzgaron y sentenciaron al mandatario. La excusa formal para la sanción eran los 17 muertos —11 civiles y 7 agentes— habidos justo una semana antes en el choque armado en la zona rural de Curuguaty entre policías y campesinos ocupantes de tierras.

Las primeras horas de cobertura de la crisis política adolecieron de lo que denominaremos como *síndrome Twitter*, entendido éste como la hiperfragmentación del relato de los acontecimientos y la anteposición casi absoluta de la inmediatez sobre la comprensión de la realidad.

No es una novedad porque la televisión primero e Internet después han alimentado este fenómeno, pero sí se puede afirmar que el *síndrome Twitter* alcanza otra dimensión —por los efectos que genera— cuando se presenta y agudiza ante un episodio de crisis. El flujo desordenado y desarticulado de datos habrá de saldarse forzosamente con una verdadera tragedia humana en caso de una catástrofe natural como un terremoto.

En Paraguay, afortunadamente, no hubo fallecidos durante la sesión parlamentaria, pero no fue mérito de la prensa. El relato de hechos se realizó casi desde el comienzo a golpe de titulares efectistas que apuntaban prácticamente a una confrontación civil. Sólo quien está inmerso en la sociedad guaraní puede llegar a entender que difícilmente podía terminar en una guerra fratricida lo que entonces se anunciaba con extrema tensión en las tapas de los diarios, reproducidas después en televisión y radio.

Espectáculo. Los titulares a toda plana que acostumbra a utilizar el periódico con mayor distribución en el país —*Abc Color*— son una buena muestra del tratamiento efectista de la prensa sobre los acontecimientos públicos (Guyot). El proceso revocatorio contra Lugo sufrió la misma acción. Si en jornadas previas lo hizo *Abc Color*, la competencia se sumaría —más justificadamente— en horas inmediatamente anteriores a la destitución. Así, el mismo 22 de junio, se publican tapas con títulos como “Si Lugo no renuncia, hoy será destituido” de *Abc Color*, el “Acorralado” de *La Nación* o el “Hoy ¿rajan a Lugo? del sensacionalista *Crónica*. El habitualmente comedido Última Hora cede a la presión y se lanza con un título de tres líneas a cuerpo gigante en la primera plana: “Lugo se aferra al cargo y hay temor a más violencia”. En la misma línea, también el amarillista *Popular* advierte: “¡Juicio a Lugo en medio de francotiradores!”.

Como se demostraría a lo largo de aquel día, la situación estaba lejos de terminar con derramamiento de sangre, pero los medios de comunicación se anticiparon con un augurio siniestro. El solo hecho de haber errado en el fatal pronóstico debiera conducir a la prensa a una reflexión.

Sin embargo, no habrá autocrítica porque esta actuación el 22 de junio no es ajena a la rutina mediática paraguaya. La televisión dedica la mayor parte de su espacio en ficción (Martínez Garza) y los noticieros en *prime time* acostumbran diariamente a emplear más del 50% de su tiempo a narrar de forma sensacionalista los sucesos más deleznable, y parte de la información política transmitida depende de la compra de espacios publicitarios por parte de los partidos. Esta corrupción periodística (Roldós) es grave en ‘tiempos de paz’ pero el efecto es devastador en situación de crisis, tanto para la ciudadanía —descreída— como para la propia prensa —desacreditada—.

Pocas palabras. La hiperfragmentación de la realidad del *síndrome Twitter* ayuda a incurrir en el sensacionalismo, como lo hace el mismo hábito de abreviar los mensajes, propio de los usuarios de la herramienta de Internet. Si Twitter establece un límite de 140 caracteres para sus mensajes, la prensa paraguaya parece haber pactado en la crisis del 22 de junio evitar la oraciones que permitan ofrecer explicaciones completas y complejas, y así no hace títulos de más de 6 palabras ni suma más de 120 en los textos en portada.

De este modo, para relatar lo ocurrido la víspera, las ediciones del 23 de junio dedican como máximo 6 palabras al título de tapa —*Abc Color*: “Asume Federico con amplio apoyo político”— y los casos extremos no son los sensacionalistas sino los serios periódicos *La Nación* y Última Hora que resuelven el asunto como sólo dos: “Federico presidente”. *Popular* recurre a sus acostumbradas expresiones populares —“¡Tranqui que

na, loperro!”— y *Crónica* coloca un “¡‘Florero’ presidente!” precedido por el antetítulo “Y de golpe...”.

La suma de textos en la primera página resulta también reveladora a este respecto. La prensa de referencia se coloca a los niveles de la amarillista. *Abc Color* supera a los demás, con sus 215 palabras en tapa, pero en realidad son 71 porque las 144 restantes corresponden al editorial, que tradicionalmente arranca en primera en este diario. Todos los demás están por debajo y el suelo lo marca el habitualmente más formal, *Última Hora*, con sólo 57 palabras.

	<i>Abc Color</i>	<i>Última Hora</i>	<i>La Nación</i>	<i>Popular</i>	<i>Crónica</i>
Palabras del título de tapa	6	2	2	4	2
Palabras en tapa	215 (71)*	57	83	112	89

* 215 palabras en total, de las que 144 corresponden al arranque del editorial en primera página

La actuación de los periódicos es sintomática porque supone que estos medios renuncian a emplear su vehículo natural de comunicación, que es la palabra. En su lugar, se entregan al color y a la imagen, en lo que seguramente sea una muestra de la estéril y, de partida, perdida guerra contra los medios audiovisuales e Internet. De este modo, todas las tapas están salpicadas de grandes fotografías que retratan a personajes en momentos que toda la ciudadanía ya ha visto —en directo o diferido— entre 12 y 18 horas antes a través de la televisión. *Abc Color* llega al extremo y el día 23 se lanza con una tapa doble, que llena con fotografías, no con texto.

Los diarios convierten de esta manera en espectáculo un acontecimiento de innegable trascendencia para la vida de un país como es la designación de un presidente y la destitución cuestionable de un mandatario, con la posible quiebra de las normas de juego compartidas.

Imitar a los audiovisuales. Si el *síndrome Twitter* parece consustancial a las ediciones digitales de prensa y a la radio y televisión, resulta paradójico que los ejemplares impresos de los periódicos repitan contenidos y tono de lo transmitido en directo un día antes. Sin embargo, los diarios lo hacen y renuncian a aportar contexto y profundización, que debieran ser característicos del *papel*.

Es obvio el error en el comportamiento de los medios serios. *Abc Color* cuenta a sus lectores lo que hace horas que conocen: “Asume Federico con amplio apoyo político”. Y no es mejor la situación de *La Nación* y *Última Hora*: “Federico presidente”. Para el momento en que los ejemplares han salido de la rotativa, millones de mensajes por Internet, telefonía celular, radio y televisión han contado con palabras, sonidos e imágenes estáticas y en movimiento lo que vienen a relatar los diarios muchas horas después.

Por lo tanto, los periódicos apuestan por lo urgente, marca característica del *síndrome Twitter*, y olvidan lo trascendente. Si el detalle quedara en este espacio, sería grave pero al menos estaría localizado.

Sin embargo, uno de los aspectos que definen el espacio mediático de Paraguay es la dependencia e influencia que el papel impreso tiene sobre el conjunto. Las emisiones de televisión comienzan a las cinco de la mañana con la lectura de los periódicos y lo propio hacen las emisoras de radio, que recurren de manera insistente a los periódicos para alimentar el género de tertulia, que adopta fórmulas agresivas y carentes de fundamento en demasiados casos. En poco ayudan en este sentido los diarios, que en lugar de analizar los acontecimientos, se quedan en lo superficial, con lo que contribuyen al sensacionalismo y espectacularización tan típicos de buena parte de los medios paraguayos.

Incoherencia. El episodio del juicio político es un buen ejemplo de esta impropia falta de reflexión que desluce el papel de los periódicos asuncenos. Se da la circunstancia de que las mismas portadas que el 23 de junio aplaudían o toleraban la sustitución del mandatario dedicaban un mes antes amplios espacios a vilipendiar a los parlamentarios que acordaron derrocar al presidente.

“Indignación ciudadana contra los ‘dipuchorros’, encabezaba la tapa de *Abc Color* el 26 de mayo y *Última Hora* lo reducía a “indignación ciudadana”. “El pueblo los ¡odia!”, proclamaba *Crónica*. “Indignación: los diputados ratifican fondos a operadores”, decía *La Nación* 24 horas antes. *Popular* indicaba “¡Vendepatrias, ladrones, fariseos, sinvergüenzas, traidores!, gritaron a los diputados”. Al hilo de lo publicado por los periódicos, las radios y televisiones disparaban y arremetían contra los parlamentarios (incluida la esposa del ahora presidente Franco), de las tres fuerzas políticas —que después destituirían a Lugo—, que habían aprobado desviar 150.000 millones de guaraníes —unos 35 millones de dólares— para contratar, vía Justicia Electoral, a personas recomendadas de los políticos.

Del mismo modo en que tanto las informaciones como la opinión de los medios arremetían contra los parlamentarios el 25 y 26 de mayo, las páginas de los diarios del 22 al 26 de junio respaldaban explícita o tácitamente a los mismos a los que cuatro semanas antes llamaban *dipuchorros* y *senachorros*, y que a la postre tenían intereses económicos personales en las tierras en donde se produjo el suceso que actuó como espoleta para el juicio político. Son todos ellos detalles que fueron reflejados profusamente por la prensa en jornadas

previas y que, por lo tanto, no hacían precisa ninguna investigación para poder poner en contexto los hechos del 22 de junio. Pese a ello, no lo hicieron.

Es más, en un comportamiento que recuerda al de la prensa estadounidense tras los ataques del 11S, en días posteriores a la toma de posesión de Franco, la prensa apostó por una posición patriótica acrítica ante la supuesta injerencia en asuntos internos por parte de los socios de Mercosur que censuraron el procedimiento del juicio político. Contra toda lógica, los medios prefirieron incluso recurrir a mitos históricos como la guerra de la Triple Alianza antes que preguntarse por los motivos por los que la práctica totalidad de la comunidad internacional ponía en cuestión los acuerdos del 22 de junio. Buen ejemplo de ello es la tapa de *La Nación* el domingo 24 de junio, con el título a cinco columnas "Nueva 'triple alianza' da duro mensaje a Paraguay".

Pluralidad. La actitud ante la destitución del presidente muestra la realidad del panorama mediático paraguayo, en el que tienen todavía una fuerte influencia los 61 años —terminados en 2008 precisamente con Lugo— de régimen casi de partido único, con la Asociación Nacional Republicana —ANR— o Partido Colorado, que incluyen los 35 años de dictadura militar radicalmente anticomunista de Alfredo Stroessner.

Dos décadas después de la desaparición, en 1991, de la Unión Soviética, Paraguay todavía mantiene en el diálogo social y, por tanto, en el mediático la vieja dialéctica de bloques de la Guerra Fría, algo sorprendente en la vieja Europa que sufrió en primera persona el conflicto. Socialmente, en la nación suramericana resulta moralmente sancionable la identificación ideológica con la izquierda, a la que se incluso se descalifica popularmente con el calificativo de *zurdo*, cuando no se asocia con movimientos armados/guerrilleros, que son residuales en el país.

Las tapas de los tres diarios de referencia y los dos sensacionalistas en las jornadas del 22 y 23 de junio revelan la carencia de suficiente pluralidad en el sistema de medios. Ni uno solo de los cinco periódicos expresa directamente una posición favorable a Lugo mientras todos señalan tolerancia, cuando no abierto respaldo como hace *Abc Color*, a los resultados del juicio político exprés. Tampoco lo hace el diario económico *5días*, que el 22 de junio editorializa en el título de primera página, a toda plana, "Ciudadanía acabó transición y decidió por la democracia".

Del estudio de las portadas del día 23, se deduce que *Abc Color* anuncia un apoyo incondicional a la designación de Franco, *Última Hora* y *La Nación* mantienen una neutralidad aparente y los sensacionalistas *Crónica* —del Grupo Nación— y *Popular* —propiedad del expresidente

Juan Carlos Wasmosy, del Partido Colorado— critican al nuevo mandatario, pero sin alinearse con el destituido.

Se da además la circunstancia de que Paraguay carece todavía a día de hoy de una estructura estable de medios de comunicación públicos que pueda suponer un contrapeso porque puede actuar sin las presiones comerciales. El sector está, de hecho, en manos de capital privado, que además tiende a la concentración, con corporaciones que bien operan en radio, periódicos y televisión; y/o que diversifican el negocio con operaciones tanto en prensa como en la construcción o la distribución. Estas son las circunstancias de los tres diarios de referencia: *Abc Color*, *Última Hora* y *La Nación*.

Orden antes que ley. En abierta conexión con los antecedentes de dictadura militar y de exclusión de la voz de una parte de la sociedad en los medios de comunicación, se aprecia en la actuación periodística una tendencia conservadora en la que el orden *marcial* se antepone a la ley y a la justicia (Noelle-Neumann).

Las narraciones en directo de radio y televisión, y las informaciones en las ediciones impresas y digitales, se apresuran primero a alertar de la posibilidad de una confrontación civil y, posteriormente, manifiestan de manera abierta la satisfacción porque el episodio se ha resuelto sin derramamiento de sangre.

De este modo, de manera implícita y posiblemente inconsciente, la prensa avala el proceso de derrocamiento de Fernando Lugo ante el temor de desordenes, aunque ello suponga una quiebra del marco constitucional (CPI) y la vulneración de los principios de justicia y legalidad.

Se reproduce así, a través de los medios de comunicación, un comportamiento social estandarizado: la ley y la justicia se someten a los intereses particulares. Esta realidad tiene su máximo exponente en Paraguay en la indisimulada permisividad hacia el contrabando. Ante este hecho, la sociedad, con una fuerte influencia del catolicismo, expresa abiertamente su resignación cristiana ante un destino ineludible. Es lo que manifiestan los medios de comunicación en el episodio del 22 de junio de 2012.

Función en peligro. En definitiva, el derrocamiento del presidente Fernando Lugo ha puesto de manifiesto los desequilibrios que existen en el escenario mediático paraguayo y, en consecuencia, las debilidades de una democracia todavía en transición (Barrera).

La prensa, como reflejo de la realidad social, aún soporta el lastre de décadas de dictadura militar y civil coloradas (SPP), rémora que se manifiesta en una religiosidad posiblemente desconocida en el resto de la región, una enorme desafección hacia las instituciones democráticas

(Latinobarómetro), una elevada apuesta por regímenes autoritarios y una desacostumbrada resignación ante una vida injusta.

Por lo tanto, la tibieza en la defensa de la institucionalidad —y el marco legal— cuando no el apoyo explícito hacia el autoritarismo, por los medios de comunicación, no son sino un fiel retrato de la actitud de la ciudadanía y de un sistema político-institucional en el que la corrupción alcanza cotas inusitadas y está admitida socialmente.

Tampoco ayudan los problemas de concentración de las empresas periodísticas, la ausencia de facto de medios públicos que defiendan el derecho a la libre expresión y a la información, y el estancamiento en

el desarrollo industrial que propicia amplias clases medias urbanas.

Y, finalmente, pese al moderado tamaño de los grupos mediáticos, pese al posible influjo positivo de potencias vecinas como Brasil y Argentina, y pese a que no sufre aún la crisis de los grandes medios internacionales, la prensa paraguaya —en su acepción más extensa— demuestra que también tiene dificultades para manejar la nueva realidad derivada de la globalización. Realiza un uso intuitivo de los recursos que facilitan las autopistas de la información —Internet—, se deja arrastrar por la espectacularización que impone la pujanza del mundo multimedia y destruye, sin ser consciente, la frágil función social y democrática que deber desarrollar indefectiblemente los medios de comunicación.

Bibliografía

Barrera, Carlos, "Poder político, empresa periodística y profesionales de los medios en la transición española a la democracia", *Comunicación y Sociedad*, vol. X, n. 2 (1997): 7-46

CPJ Committee to Protect Journalists. Ataques a la prensa en 2000 (2000). Web. 15 agosto 2012. <http://cpj.org/es/2000/12/paraguaysp.php>

Deiró, Giselle A., Concentración de los medios de comunicación. Un análisis desde la legislación paraguaya. GHP Abogados (2009). Web. 15 agosto 2012. <http://www.ghp.com.py/boletin/pdf/CONCENTRACION%20DE%20LOS%20MEDIOS%20DE%20COMUNICACION%20UN%20ANALISIS%20DESDE%20LA%20LEGISLACION%20PARAGUAYA.pdf>

Guyot, Jacques, "¿La televisión contra la información?", *Comunicación y Sociedad*, vol. VI, n. 1 y 2 (1993): 59-69

Latinobarómetro, Informe flash Paraguay 1995-2012 (2012) Web. 15 agosto 2012. latinobarometro.org

Martínez Garza, Javier, "La oferta de televisión en América Latina: hacia un análisis de flujos", *Revista Zer*, 19 (2005): 145-172

Noelle-Neumann, Elisabeth, "La espiral del silencio: La opinión pública y los efectos de los medios de comunicación", *Comunicación y Sociedad*, vol. VI, n. 1 y 2 (1993): 9-28

Roldós, Enrique, "El periodista corrupto", *Chasqui* 69 (2000). Web. 15 agosto 2012. <http://chasqui.comunica.org/roldos69.htm>

SPP Sindicato de Periodistas del Paraguay, "Recuento del estado de la libertad de expresión en Paraguay", Sala de Prensa, año II, volumen 2 (2000). Web. 15 agosto 2012. <http://www.saladeprensa.org/art140.htm>

El periodismo cultural en los medios ecuatorianos

Pamela J. Cruz / Santiago Rosero

Es el resultado de una investigación realizada entre el CIESPAL y el Ministerio Coordinador de Patrimonio, que analiza la noticia cultural para entender el tratamiento que los medios ecuatorianos dan a los asuntos culturales. Así, se establecen las características de la cobertura del tema cultural al conocer el manejo de las fuentes y su contrastación, así como la rigurosidad periodística, las fortalezas y debilidades en la cobertura y todos los criterios periodísticos que se manejan al recabar, preparar y difundir la información cultural.





Ubicuidad y comunicación: los Smartphones

Sebastian Ramiro Castro Rojas

Doctor en Comunicación Social, docente e investigador por la Universidad Nacional de Rosario. Área de Interés: Transformación socio-cultural. Comunicación, Redes Digitales y Tecnologías de la Información y la Comunicación.

scastrorojas@gmail.com

Recibido: marzo 2012. Aprobado: junio 2012.

Resumen

Este trabajo pondrá especial atención en indagar cómo la irrupción y masificación de los teléfonos inteligentes (Smartphones) en los últimos años están produciendo un nuevo espacio de interacciones y vínculos comunicativos mediatizados por interfaces digitales. Estas transformaciones socio-comunicativas tienen a los teléfonos inteligentes como dispositivos de vínculo en el espacio social y son producto de la modificación en las formas de trabajar, consumir, socializarse con la cuarta pantalla: el teléfono móvil como un medio omnipresente. Además, se abordará cómo en los últimos años desde un sólo dispositivo se centralizan y convergen las tareas que antes eran exclusivas de las otras pantallas como la PC o la TV. La convergencia de pantallas y aplicaciones es un rasgo distintivo que muestra como los dispositivos móviles han transformado los ritos sociales de interacción.

Palabras clave: Interacciones – vínculos – móviles - Smartphones

Resumo

Este trabalho porá especial atenção em indagar como a irrupción e masificação dos telefones inteligentes (Smartphones) nos últimos anos estão a produzir um novo espaço de interações e vínculos comunicativos mediatizados por interfaces digitais. Estas transformações sócio-comunicativas têm aos telefones inteligentes como dispositivos de vínculo no espaço social e são produto da modificação nas formas de trabalhar, consumir, socializarse com a quarta tela: o telefone móvel como um médio omnipresente. Ademais, abordar-se-á como nos últimos anos de um só dispositivo se centraliza e converger as tarefas que dantes eram exclusivas do outros telas como o PC ou a televisão. A convergencia de telas e aplicações é um rasgo distintivo que mostra como os dispositivos móveis transformaram os ritos sociais de interação.

Palavras-chave: Interações – laços – móveis - Smartphones



*"En los 80, fue la PC; en los 90, internet.
Hoy, la revolución es el móvil"*

(Rheingold, 21)

Introducción

La revolución de las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) que se originaron en el último cuarto de siglo XX, introdujo importantes cambios en las formas sociales, productivas y comunicacionales.

La telefonía móvil es la tecnología que ha experimentado la mayor y más rápida penetración en la sociedad. Se ha desarrollado de forma vertiginosa como plataforma de comunicación y de acceso a contenidos.

En sus comienzos, los dispositivos móviles fueron concebidos estrictamente para realizar comunicaciones de voz. Luego, se fueron sumando nuevas aplicaciones por parte de los fabricantes y servicios por parte de las operadoras. Los avances tecnológicos han permitido que en la actualidad, podamos enviar sms, sacar fotos, escuchar música, navegar por internet, enviar mails, usar el GPS, descargar juegos, organizar las actividades del día, chequear las cuentas bancarias, escribir en el blog, entre muchas otras cosas.

La rápida expansión y adopción de los teléfono móviles han generado cambios sociales y culturales en la sociedad, han modificado las formas de comunicación, de acceder a la información y las maneras en que los individuos se relacionan entre sí. La telefonía móvil ha producido una transformación en los ritos sociales de interacción. El uso de las TIC ha modificado la forma de trabajar, aprender, colaborar, jugar, pasar el tiempo y socializar de los individuos.

Según advierten Aguado Juan Miguel y Martínez Inmaculada el carácter personal, la translocalidad y la conectividad permanente, no solo ha favorecido la implantación global de la telefonía móvil, sino que han hecho posible que su inserción en la vida cotidiana haya provocado notables transformaciones en numerosos aspectos de la vida social (156).

En la actualidad, se reconoce que la tecnología interactúa a diario y en diversos espacios con las personas, permitiéndoles mantenerse en contacto mutuo. Los dispositivos tecnológicos se han convertido en la compañera fiel más que en una herramienta, un fin en sí misma, que extiende tecnológicamente nuestro sistema nervioso central "hasta implicarnos con toda la humanidad e incorporada toda en nuestro ser" (Mc Luhan, 26).

Los cambios se visualizan en nuestra vida cotidiana, en las maneras de trabajar, estudiar, consumir o vincularse y en la percepción del tiempo, del espacio. La telefonía móvil incide de forma decisiva en el problema del movimiento, donde la conectividad no depende ya del lugar, sino de la persona y donde la accesibilidad deja de ser discontinua a ser continua. De ahí la importancia del móvil como un complemento insustituible del sujeto social (Aguado y Martínez, 157).

El teléfono móvil ha permeado el tejido social de manera impensada y se ha convertido en un objeto muy personal, los dispositivos móviles van con los sujetos a todas partes. Hay un lazo inquebrantable entre el teléfono y su dueño.

Teniendo en cuenta la evolución del dispositivo junto con los avances en los estándares tecnológicos de las redes digitales, se instala el teléfono móvil como símbolo de la convergencia digital. Como mencionan Aguado Juan Miguel y Martínez Inmaculada el teléfono móvil es un dispositivo englobador de dispositivos digitales, en una misma terminal conviven gran cantidad de aplicaciones, funciones y servicios que permiten hacer múltiples acciones (158).

Este desarrollo de los dispositivos móviles cobra relevancia por la centralidad que los sujetos le otorgan al mismo. Las actividades y tareas que antes estaban contenidas en espacios y tiempos de trabajo se ven modificadas por el uso de los teléfonos móviles. La evolución que en los últimos diez años se ha experimentado en los dispositivos, las telecomunicaciones y las formas de comunicarse, vincularse, interaccionar por parte de los sujetos nos permiten reflexionar sobre como se han modificado las formas de comunicación, de trabajo y de experimentar los vínculos sociales. Los Smartphones son hoy los dispositivos que marcan una nueva manera de establecer relaciones, trabajar en la sociedad actual.

Comunicación móvil y ubicua

Las TIC han producido importantes cambios socio-culturales entre los sujetos. La implantación del teléfono móvil modificó el comportamiento público, alteró los conceptos de espacio público y privado, las relaciones humanas, las costumbres, las formas de comunicarse, entre otras cuestiones.

Se reconoce que el teléfono celular ha adquirido un lugar privilegiado para los individuos, por ello el móvil está considerado dentro del "conjunto de artefactos que se han mundanizado o popularizado: la cultura es cada vez más influenciada por el incremento de estas sofisticadas tecnologías de comunicación e información que incrementan las capacidades personales" (Ruelas 153).

Los dispositivos de comunicación móvil enlazan las prácticas sociales en múltiples lugares. El espacio de interacción social queda redefinido mediante la creación de un subespacio de comunicación entre la gente, que utiliza su espacio para construir una red de comunicación con otros espacios. La gente está aquí y allá, en múltiples aquí y allá, en una combinación incesante de lugares (Castells et al. 268).

El teléfono móvil se ha convertido en un medio omnipresente, puesto que ofrece la posibilidad de conectar y ser contactado, con independencia de donde se encuentren tanto el que llama como el que es llamado (Höflich y Rössler 81). El uso habitual de los celulares confirma lo que Misa Matsuda llama "comunidad íntima a tiempo completo" (cit en Castells et al. 150). En palabras de Fortunati nos hemos convertido en caracoles: "llevamos nuestro hogar de relaciones a espalda" (cit en Castells et al. 270).

El teléfono móvil modifica la presencia y ausencia de los individuos en el espacio social, la configuración social del espacio y del tiempo (Fortunati 9). La distancia y el lugar no mueren, sino que se reconceptualizan y reestructuran creando un nuevo sentido de pertenencia en nuestra red de relaciones. La posibilidad de conexión hace que los otros estén virtualmente presentes.

Los usuarios de los celulares pueden estar lejos y cerca a la vez, pueden estar disponibles en cualquier momento, pero no hace falta que estén presentes, pueden encontrarse a grandes distancias, pero estar conectados, es decir, ausentes pero presentes en un espacio comunicativo virtual. "Los móviles tienen la particularidad de dotar de cierto grado de presencia a los ausentes, de encarnar la presencia virtual de aquellos cuyos números están en nuestra lista de contactos, de aquellos que nos llaman o envían sms, cuya presencia puede actualizarse en cualquier momento mientras lo llevamos con nosotros" (Lásen, Finkel y Gordo 18).

El investigador finlandés Pasi Mäenpää formuló que en la cultura móvil uno vive permanentemente con un pie en el futuro [...]. Los lugares y los tiempos no se planifican con antelación; la gente se pone de acuerdo (o simplemente actúa así espontáneamente, sin acuerdo previo) para llamar "cuando llegan". Esto limita menos la vida, porque es posible organizar cada día según los acontecimientos que se producen sobre la marcha (cit en Rheingold 220).

"La comunicación móvil extiende y refuerza la plataforma tecnológica de la sociedad en red, una sociedad cuya estructura y prácticas sociales están organizadas alrededor de redes microelectrónicas de información y comunicación. Los dispositivos de comunicación móvil permiten los negocios en red y la oficina móvil, el trabajador móvil, la descentralización de la producción y

la gestión en el mundo empresarial, y la conexión directa de los servicios públicos y los usuarios" (Castells et al. 394).

Mientras el número de conexiones móviles no deja de aumentar, el número de líneas de teléfonos fijos ha experimentado una constante caída. Los hogares de las parejas jóvenes y las personas que viven solas, han adoptado como único medio de comunicación al teléfono móvil.

El teléfono fijo es un aparato que da soporte a instituciones supraindividuales al conectar oficinas, locales fijos y obliga a las personas a estar en cierto lugar y usar intermediarios institucionalizados para comunicarse mutuamente, el teléfono móvil ejerce un impacto regresivo y subversivo en el sentido de que posibilita a las redes microsociales informales comunicarse eficientemente, más allá de controles institucionales (Ruelas 158).

La comunicación móvil y la portabilidad inalámbrica facilitan la comunicación personalizada, así la persona es quien se convierte en el objetivo de la comunicación. Es el individuo y no un hogar (como el teléfono fijo).

Tanto en la Argentina, como en el resto del mundo, la comunicación inalámbrica ha tenido un éxito inesperado. En lo que respecta al año 2011 y según los datos brindados por la Consultora Prince & Cook, el segmento de los teléfonos móviles cerró el año con 13,5 millones de equipos vendidos, un récord absoluto para el país. Los Smartphones, en el 2011 llegaron a registrar 3,2 millones de unidades vendidas, según datos de la Consultora Carrier & Asociados, representado así 1 de cada 4 celulares vendidos en Argentina. Esta cifra representa el rumbo que están tomando los usuarios para comunicarse entre sí. Los Smartphones incorporan nuevas aplicaciones y servicios que no se encuentran disponibles en los otros teléfonos.

En la Argentina, se encuentran activas 57 millones de líneas móviles según datos de la Comisión Nacional de Comunicación (CNC) aunque consultoras privadas calculan que 35 millones del total, son las que se encuentran en uso. Es difícil llevar un registro exacto de las líneas activas, por ejemplo los planes prepagos siguen vigentes por siete meses, si el cliente no le realiza recargas. Por lo tanto, hay en el mercado gran cantidad de líneas que no trafican (no consumen) pero se encuentran activas y forman parte de las estadísticas que se publican.

Los Smartphones en la Argentina

El crecimiento de la venta de los Smartphones en los últimos tres años demuestra que los sujetos están adquiriendo dispositivos móviles con funciones que antes estaban pensadas para la PC, notebook, netbook

o Tablets. La mayoría de los celulares vendidos en la Argentina entre 2009 y 2011 están incluidos en las categorías de Smartphones y social phones.

Hay cuatro categorías o modelos de teléfonos celulares: Los teléfonos básicos: equipos que permite la comunicación de voz y de SMS con cámara de fotos de baja resolución y escasa capacidad para reproducir archivos de audio. Los denominados feature phones, dispositivos con capacidad de reproducir archivos MP3, cámara de alta resolución y distintos ajustes para mejorar las capturas. Los teléfonos sociales, equipos con múltiples funciones de mensajería. Teclado QWERTY o pantalla táctil, que sin ser Smartphones permiten el uso de aplicaciones tales como el mail, mensajería instantánea (Messenger, Yahoo, WhatsUpp) y diversas redes sociales (Facebook y Twiter). Por último, los Smartphones, equipos con sistemas operativos propios y la posibilidad de cargar nuevas aplicaciones, pudiendo realizar mayor cantidad de tareas que cualquiera de las categorías anteriores.

En los últimos tres años (2009, 2010 y 2011) los dispositivos móviles que mayor crecimiento de venta tuvieron fueron los social phones y los Smartphones.

Los equipos sociales registraron un aumento espectacular del 600% y los Smartphones crecieron en un 225%. Según datos de la encuesta "Mercado celular argentino" realizada por la Consultora Carrier y Asociados. Los usuarios comienzan a valorar las nuevas aplicaciones y todas las herramientas que brindan los social phones y los Smartphones.

Los equipos básicos continúan dominando en volumen, pero retrocedieron en las ventas de un 51% en el 2009 a un 38% en el 2010, y a un 20% en 2011. Durante este período las ventas continuaron orientadas a los equipos sociales y a los Smartphones. El mayor avance estuvo por el lado de los teléfonos sociales que pasaron de un 14% al 28% de participación del mercado. Esta categoría de celulares está causando furor en muchas esferas de usuarios y generaron grandes ventas, logrando que 1 de cada 3 equipos sea un teléfono social ("Mercado celular argentino").

Con respecto a los Smartphones, continúan en alza la venta de estos dispositivos y se registró un crecimiento del 113% en unidades que representaba prácticamente 1 de cada 4 celulares vendidos durante el año pasado. Según el informe "Indicadores y Mercado TIC en Argentina 2011: e-Argentina", de la Consultora Prince & Cooke, en el 2011 se vendieron 13,7 millones de móviles en Argentina, de los cuales alrededor de un 24% eran Smartphones.

En cuanto al acceso y consumo digital los Smartphones van delante de los Tablets, según el informe de Julio de 2012

de la consultora COMSCORE ya que "el consumo digital desde dispositivos conectados (incluyendo teléfonos móviles, tablets, etc.) alcanzó el 2,1% del total de páginas vistas de Internet generadas en Marzo de 2012. Al analizar el tráfico de no-computadores, los teléfonos móviles registran un 70,4% de actividad, y las tablets un 25,2% ("Smartphones y Tablets Cada Vez Mas Utilizados Para Acceder Al Contenido Online en Argentina")

La convergencia y los dispositivos tecnológicos

Los dispositivos tecnológicos no sólo representan el aparato físico, tangible, maleable que permite establecer el vínculo comunicativo, sino que en ellos aparecen presentes otras representaciones simbólicas que los mismos detentan. Siguiendo a Foucault "El dispositivo mismo es la red que se establece entre estos elementos" (23). Además "el dispositivo es cualquier cosa que tenga de algún modo la capacidad de capturar, orientar, determinar, interceptar, modelar, controlar y asegurar los gestos, las conductas, las opiniones y los discursos, la navegación, las computadoras, los celulares y por que no, el lenguaje mismo, que es quizás el más antiguo de los dispositivos" (Agambem 22).

En esta línea es que se cruzan las ideas de dispositivo, convergencia y se pueden entender a los Smartphones como un metadispositivo. La convergencia digital entendida como un símbolo de los nuevos dispositivos tecnológicos que confluyen en los teléfonos móviles. Cuando hablamos de convergencia nos referimos a que un dispositivo móvil nos permite realizar desde llamadas de voz, enviar SMS, MMS hasta la integración con otros medios de prensa, como video, cine, TV, Internet, audio y una amplia oferta de servicios como el mail, publicidad, información de mercados, transferencias bancarias, gestión de datos, ocio electrónico, información meteorológica y de tránsito. El teléfono móvil se caracteriza por la integración convergente de formatos y servicios, es decir, en un metadispositivo digital de comunicación y acceso (Aguado y Martínez 319).

La plena convergencia digital promete un acceso a la información en tiempo real y en cualquier parte del mundo, la posibilidad de comunicarse con alguien donde quiera que esté, mediante textos, gráficos, videos o audio.

Los dispositivos móviles han perneado todo el tejido social atravesando con la tecnología todos los segmentos socioculturales. Se puede establecer que el teléfono móvil se convirtió en un metadispositivo, que conquistó a usuarios con características diferentes pero con la misma finalidad, comunicarse entre sí.

Estos dispositivos dotados de nuevas aplicación y usos para los individuos aumentan radicalmente las maneras de interaccionar, pero también los restringe. "La misma tecnología puede utilizarse como arma de control social y como medio de resistencia. Los efectos beneficiosos conllevan también consecuencias nocivas" (Rheingold 24).

Notas de cierre

Una de las claves de la comunicación móvil es la conectividad permanente, es decir, el celular no conecta lugares, conecta personas. Por el uso del móvil estamos siempre en contacto permanente. Ya no hay distancias, ni espacios estamos siempre disponible para vincularnos. Esta disponibilidad de los individuos a todo momento y en todo lugar ha provocado notables

transformaciones en la vida social y transformaciones socio-culturales.

La telefonía móvil parece ser un canal de comunicación que penetra hasta lo más íntimo de nuestra vida privada, sin discriminar lugares ni momentos. Siempre que el teléfono esté prendido, somos sujetos disponibles para ser localizados. Mediante el teléfono celular el otro (amigo, hermano, familiar) encarna la presencia de forma constante, la ubicuidad, y siempre puede ser actualizada.

Estos metadispositivos tecnológicos han perneado y modificado las formas de interacción, de vinculación de los individuos. Por ello, debemos preguntarnos y visibilizar que "No se trata de diseñar nuevas herramientas, sino de reflexionar sobre qué se puede hacer con ellas" (Rheingold 21).

Bibliografía

- Agamben, Giorgio. "¿Qué es un Dispositivo?". Conferencia pronunciada en la Universidad Nacional de La Plata. 15 de diciembre de 2011. <<http://ayp.unia.es/r08/IMG/pdf/agamben-dispositivo.pdf>>
- Aguado, Juan Miguel y Martínez, Inmaculada. "De la Web social al Móvil 2.0: el paradigma 2.0 en el proceso". El profesional de la información VOL.18, N°2 (2009) 155-161. 02 de agosto de 2012 <<http://www.elprofesionaldelainformacion.com/contenidos/2009/marzo/05.pdf>>
- Aguado, Juan Miguel y Martínez, Inmaculada. "El Proceso de Mediatización de la telefonía móvil: de la interacción al consumo cultural". Revista de Estudios de Comunicación Zer, VOL. 11, N° 20 (2006) 319-343. 20 de mayo 2012 <<http://www.ehu.es/zer/hemeroteca/pdfs/zer20-15-aguado.pdf>>
- Castells, Manuel, et al. Comunicación Móvil y Sociedad. Una Perspectiva Global. Barcelona: Ariel, 2006
- Castells, Manuel. La Era de la Información. La Sociedad Red. Buenos Aires: Siglo XXI, 1999.
- COMSCORE. "Comunicado de prensa", http://www.comscore.com/es/Press_Events/Press_Releases/2012/7/Smartphones_and_Tablets_Drive_a_Growing_Share_in_Argentina. 30 de Julio <http://www.comscore.com>
- Enrique Carrier. "Crecimiento inteligente." <http://www.comentariosblog.com.ar/category/mercado/>. 2012. Blog de Carrier y Asociados. 30 de Julio 2012 <http://www.comentariosblog.com.ar/>.
- Fortunati, Leopoldina y Manganelli Anna María "El Teléfono móvil de los Jóvenes". Revista Estudios de Juventud N° 57, INJUVE Instituto de la Juventud España, (2002) 59-78. 20 de Noviembre de 2011. <<http://www.injuve.es/contenidos.item.action?id=149095362&menuId=1969776808>>
- Foucault, Michel. Vigilar y Castigar. Madrid: Siglo XXI, 1975.
- Höflich, Joachim y Rössler Patrick (2002). "Más que un Teléfono. El teléfono Móvil y el Uso del SMS por parte de los adolescentes alemanes". Estudios de Juventud N° 57, INJUVE Instituto de la Juventud España, (2002) 79-93. 20 de Noviembre de 2011. <<http://www.injuve.mtas.es/contenidos.download.action?id=1842680381>>
- Lasén, Amparo "Lo Social como Movilidad: Usos y Presencia del Teléfono Móvil". Política y Sociedad Vol. 43 - Número 2, (2006) 153-167. 18 de Agosto 2010. <<http://sociologiacultura.pbworks.com/f/alasen.pdf>>
- Lasén, Amparo, Finkel, Lucila y Gordo, Ángel "Usos del teléfono móvil y comunicación de pareja: un ejemplo de mediación tecnológica de subjetividades". Ponencia presentada en el IX Congreso Español de Sociología, Federación Española de Sociología (FES). Barcelona 13-15 de septiembre 2007.
- Marshall, Mc Luhan Comprender los medios de comunicación. Las extensiones del cuerpo humano. Barcelona: Paidós, 1996
- Rheingold, Howard. Multitudes Inteligentes. La Próxima Revolución Social. Barcelona: Gedisa, 2004.
- Ruelas, Ana Luz. "El Teléfono Celular y las Aproximaciones para su Estudio". Nueva Epoca Comunicación y Sociedad N° 14 Universidad de Guadalajara, (2010) 143-167. 15 de enero de 2012. <<http://www.scielo.org.mx/pdf/comso/n14/n14a6.pdf>>

Revista Latinoamericana de Comunicación Chasqui

Normas de publicación

Extensión:

La extensión máxima de todos los ensayos será de 3000 palabras (tres mil), sin contar con referencias bibliográficas, que serán integradas al final del texto bajo el subtítulo de Bibliografía.

Formato de citación:

El formato de citación bibliográfica será MLA, descrito más abajo. Los pies de página se utilizarán para un comentario o para una precisión, mas no para señalar publicación de donde se basa la afirmación.

Resúmenes y palabras clave:

El autor enviará un resumen de no más de 10 líneas en idiomas castellano y portugués, así como mínimo tres palabras clave en castellano y portugués.

Biografía de los autores:

Los autores enviarán sus datos académicos en no más de diez (10) líneas en las cuales destacarán su vinculación académica, publicaciones y actual cargo, aparte de su dirección de correo electrónico.

Derechos de publicación

El autor cede a la Revista Chasqui los derechos de publicación y edición, en virtud de lo cual, la revista puede difundir los textos de todos los colaboradores por todos los medios que considere pertinentes por vía electrónica, digital y mediante bases de datos científicas.

Derechos de autor

El autor conserva los derechos sobre su texto.

Ilustraciones y gráficos

El autor de los textos puede enviar orientaciones para la ilustración con gráficos o fotografías.

Si envía material de apoyo gráfico tiene que hacerlo en archivo adjunto en formato .jpg de 300 dpi.

Envío de textos:

Todo trabajo será realizado en Word y grabado con la extensión .doc. al correo electrónico: chasqui@ciespal.net

Comunicación con los autores:

El editor se comunicará luego de 15 días de recibido el trabajo con el, la o los autores del texto para informarles acerca de la aceptación, corrección o negación del ensayo, para su posterior publicación o modificación por parte del o los autores.

Formato MLA para obras citadas

Recursos Impresos

Libro de un autor:

Autor (nombre invertido). Título del libro. Ciudad: casa editora, año de publicación.

Ej.:

Marqués, René. La víspera del hombre. San Juan, PR: Editorial Cultural, 1988.

2 ó 3 autores: el 1er nombre se invierte, los otros van en orden natural. (El orden, según aparece en página de título).

Ej.: Del Rosario, Rubén, Esther Melón de Díaz y Edgar Martínez Masdeu.

4 o más autores, se invierte el 1º, seguido por coma, y se añade "et al" (y otros).

Ej.: Vega, Ana Lydia, et al.

Artículo o capítulo de un libro:

Autor (nombre invertido). "Título del tema". Título del libro. Autor o editor (si aplica). Ciudad: casa editora, año de publicación. Páginas.

Ej.:

Rojas, Emilio. "Matute, Ana María". Diccionario de autores de todos los países y todos los tiempos. Barcelona: Hora, 1988. 288-89.

Enciclopedia reconocida:

"Tema consultado". Título enciclopedia. Año de edición.

Ej.:

"Matute, Ana María". World Book Encyclopedia. Ed. 2003.

Diccionario:

"Término". Número de definición. Título del diccionario. Año de edición.

Ej.:

"Vanguardismo". Def. 1b. Diccionario de la lengua española. Ed. 2001.

Revista:

Autor. "Título del artículo". Título de la revista. Fecha de publicación: páginas.

Ej.:

Tumulty, Karen. "Where the Real Action Is." Time. 30 Jan. 2006: 50-53.

Recursos audiovisuales

Entrevista:

Nombre invertido de persona entrevistada. Entrevista. Fecha de entrevista.

Ej.:

Vega, José Luis. Entrevista. 5 de diciembre de 2007.

Recursos electrónicos

Página de Internet:

Autor. "Título de la página consultada". Fecha de publicación en la Web. Título del portal Web. Fecha de acceso a la página <dirección de la página consultada>.

Ej.:

Matute, Ana María. "Vida". 2007. Ana María Matute: página oficial. 20 de septiembre de 2007 <<http://www.clubcultura.com/clubliteratura/clubescritores/matute/gal07.htm>>.

Revista en línea:

Autor. "Título página Web". Título de la revista. Fecha de publicación. Fecha de acceso <Dirección completa de la página consultada>.

Ej.:

Ayuso Pérez, Antonio. "Yo entré en la literatura a través de los cuentos". Espéculo. Universidad Complutense de Madrid. (Marzo – junio 2007). 15 de septiembre de 2007 <<http://www.ucm.es/info/especulo/numero35/matute.html>>.

Enciclopedia en línea:

Autor (si aplica). "Título artículo". Título enciclopedia. Editor. Fecha de acceso <dirección de la página consultada>.

j.:

"Matute, Ana María". Encyclopaedia Britannica. 2006. Encyclopaedia Britannica Online. 2 de octubre de 2007 <<http://www.britannica.com/eb/article-9126180>>.

Nota:

Para otros casos, consultar: Gibaldi, Joseph. MLA Handbook for Writers of Research Papers (6a Edición). New York: The Modern Language Association of America, 2005.

O consultar en línea: http://www.middlebury.edu/academics/lis/lib/guides_and_tutorials/style_citation_guides/mla_style_guides/mlstyleespanol.htm