

Oficios
Terrestres

Staff



UNIVERSIDAD NACIONAL DE LA PLATA
FACULTAD DE PERIODISMO Y COMUNICACIÓN SOCIAL

AUTORIDADES

Decano

Per. Carlos Armando Guerrero

Vicedecano

Lic. Marcelo Belinche

Secretario de Asuntos Académicos

Per. Alejandro Raúl Verano

Secretario de Asuntos Administrativos

Per. Gustavo González

Secretaria de Investigaciones Científicas y Posgrado

Mtra. Florencia Saintout

Secretario de Producción y Servicios

Per. Omar Turconi

Secretario de Planificación y Gestión

Lic. Luciano Sanguinetti

Secretario de Extensión Universitaria

Per. Jorge Castro

Pro-Secretario Académico

Lic. Leonardo Julio González

Pro-Secretario de Producción y Servicios

Mtro. Emiliano Albertini

Oficios Terrestres es una publicación
de la Facultad de Periodismo y
Comunicación Social (UNLP).
Av. 44 n° 676 (1900) La Plata, Prov.
de Bs.As., República Argentina.
Tel/Fax 54 - 221- 4236783/
4236784/4236778
E-mail: oficiost@perio.unlp.edu.ar.
Reg. de la Prop. int e/t.
Precio de tapa: \$15

Comité Asesor

Alcira Argumedo
Raúl Barreiros
Manuel Calvo Hernando
Cecilia Ceraso
Martín Cortés
Carlos Cozzi
José Luis De Diego
Silvia Delfino
Esther Díaz
José Eliashev
Aníbal Ford
Raúl Fuentes Navarro
Octavio Getino
Mempo Giardinelli
Claudio Gómez
Gustavo González
Horacio González
Alejandro Grimson
Susana Malacalza
Martín Malharro
María Cristina Mata
Miguel Mendoza Padilla
Raúl Moneta
Angel Magariños de Morentín
Guillermo Orozco Gómez
José María Pasquini Durán
Antonio Presern
Adriana Puigrós
Sergio Pujol
Eduardo Rebollo
Rossana Reguillo
Dainah Rímoli
Juan Samaja
Héctor Schmucler
Oscar Steimberg
Ramón Torres Molina
Alejandro Verano

Director

Luciano Sanguinetti

Secretaria de Redacción

Anaís Ballesteros

Comité Editorial

Adriana Archenti
Marcelo Belinche
Jorge Luis Bernetti
Cielito Depetris
Nancy Díaz Larrañaga
Carlos Giordano
Jorge Huergo
Carlos Milito
Flavio Peresson
Daniel Prieto Castillo
Florencia Saintout
Inés Seoane Toimil
Angel Tello
Washington Uranga
Carlos Vallina
Claudia Villamayor

Producción General

Omar Turconi

Área de Producción Gráfica

Pablo Blesa
Florencia Burgos
Paula Pedelaborde
María Elena Beneitez
Jimena Lachalde

Diseño, Diagramación y Edición

Paula Romero

Sumario

Editorial

La salvación por la red

PÁGINA 6

Artículos

Interculturalidad y etnocentrismo en la práctica periodística

Miguel Rodrigo Alsina

PÁGINA 10

Consumo y lecturas negociadas de noticieros televisivos en Monterrey, Guadalajara y México D.F.

José Carlos Lozano

PÁGINA 18

Criminalización mediática y políticas de seguridad

Esteban Rodríguez

PÁGINA 27

La configuración del imaginario social en Clarín (1946/1949)

Anahí Brunelli

PÁGINA 35

Perspectivas

"El Mattelart olvidado"

Javier Esteinou Madrid

PÁGINA 50

Cuatro ensayos de comunicación y cultura para pensar lo contemporáneo

Rossana Reguillo

PÁGINA 66

Entrevista

Raúl Fuentes Navarro **PÁGINA 78**

Avances de Investigación

Notas para una arqueología del estilo: el discurso narrativo de Clarín (1945-1949)

María Elena Sanucci **PÁGINA 84**

Gestionar desde la comunicación, gestionar procesos comunicacionales

Washington Uranga **PÁGINA 96**

¡Vamos ganando!: el triunfalismo de La Vanguardia ante la Guerra Civil Española

Alejandro Ogando **PÁGINA 104**

La libertad de expresión entre dos fuegos. 1974-1976

César Luis Díaz **PÁGINA 111**

Inmigrantes, trabajadores, bolivianos: ámbitos de relación comunicativa y representación de la diferencia

Adriana Archenti **PÁGINA 124**

La construcción de sentido de comunicación/educación en las representaciones de los docentes y sus propuestas escolares

Paula Morabes **PÁGINA 136**

Estudio de discursos en situación de entrevista

Gladys Lopreto **PÁGINA 153**

Estados Unidos y América Latina en las teorizaciones del mundo de la postguerra y en las teorías de la dependencia

Gustavo González **PÁGINA 172**

Ensayos

El conocimiento científico: producción, circulación y valores

Silvia Rivera **PÁGINA 180**

Planeta Multimedia

Eduardo Alegre Gálvez **PÁGINA 189**

Informe Especial

La libertad de expresión: ejercicio de una responsabilidad

Mirta Luisa Jurío y Emilia Erquiaga Jaurena **PÁGINA 200**

Praxis: proyectos y experiencias

La extensión rural en la Argentina: una mirada comunicacional

Cecilia Seibane **PÁGINA 220**

Lecturas

..... **PÁGINA 227**

Noticias

..... **PÁGINA 233**

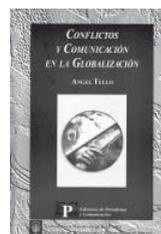
La salvación por la red

Luciano Sanguinetti

La Facultad de Periodismo y Comunicación Social de la Universidad Nacional de La Plata entiende, como tal, que, tanto desde la docencia y la investigación, como desde la producción efectiva y la integración con la comunidad, la universidad pública está obligada a asumir el compromiso y la responsabilidad de dar respuesta a las diversas problemáticas que los procesos comunicacionales plantean a las sociedades contemporáneas.

Con tal convicción, ha implementado las *Ediciones de Periodismo y Comunicación*, colección destinada a difundir materiales de producción e investigación generados dentro del ámbito de la facultad.

Aspira, pues, con ellas a la definición de un espacio de creación e intercambio académicos, cuyo objetivo central se orienta a lograr, en el campo de las comunicaciones, la articulación eficaz entre actividad teórica y realización práctica, capaz de satisfacer con aportes genuinos la certeza inicialmente enunciada.



Nº 13
Conflictos y Comunicación
en la Globalización
Angel Tello



Nº 15
La Prensa y el Peronismo
Claudio Panella

*II Seminario
Latinoamericano*

ALAIC

Comunicación y política en la cultura mediática

Editor: Alfredo Alfonso

La Plata ha sido fuente de actualizaciones conceptuales y de organización durante el desarrollo del II Seminario de ALAIC en 2001. Por este motivo, a partir de la iniciativa del director de esta revista, Luciano Sanguinetti, nació la idea de realizar un informe especial para dar a conocer el estado actual del debate en torno a la comunicación desde las diversas perspectivas planteadas en el marco de este encuentro. La Facultad de Periodismo y Comunicación Social de la Universidad Nacional de La Plata, entidad organizadora del Seminario, consideró de sumo interés presentar desde estas páginas un conjunto de ensayos y artículos de procedencia muy variada que se presentaron como ponencias centrales en el marco del II Seminario Latinoamericano y que sirve para ofrecer un amplio abanico de puntos de vista sobre las principales características de la comunicación en América Latina.

La Facultad de Periodismo y Comunicación Social de La Plata se ha destacado en la última década por la voluntad de transformación y crecimiento en el campo académico, motivado en gran medida por la necesidad de desarrollar perspectivas propias que se nutrieran con los aportes de los referentes argentinos y latinoamericanos del campo. Esto ha impulsado una política de formación de posgrado y esfuerzos notables por acercar las geografías académicas a nuestra región, voluntad demostrada en la organización de distintos congresos y múltiples actividades que han sido coro-

nadas al aceptar el desafío de organizar el II Seminario Latinoamericano.

Para ilustrar estas perspectivas y búsquedas se ha elaborado esta selección, que intenta ser representativa de los distintos planteamientos existentes en los análisis y puntos de vista sobre la comunicación en Latinoamérica.

Así, la tribuna del brasileño José Marques de Melo recoge su análisis sobre el papel que han ejercido en las distintas etapas, referentes fundamentales del pensamiento comunicacional latinoamericano. Por su parte, el mexicano Enrique Sánchez Ruiz produce una contribución sobre la relación entre globalización, regionalización y localización. A su vez, el portorriqueño Eliseo Colón aborda las influencias y determinismos del neoliberalismo en el entramado de los estudios sobre comunicación y cultura popular. Por último, el brasileño César Siqueira Bolaño y el argentino Guillermo Mastrini acercan los aportes al campo de la denominada Economía política de la comunicación.

Con la presentación de este dossier, nuestra intención es que los trabajos publicados puedan servir de orientación para reconocer diversos aspectos por los que se transita cuando hablamos de comunicación y difundir nuestra experiencia con la convicción de que el esfuerzo valió la pena. Finalmente, queremos agradecer especialmente el aporte y respaldo de la Dra. Margarida Krohling Kunsch, presidente de ALAIC, así como también el apoyo de los conferencistas, coordinadores y ponentes de las mesas temáticas y a todos los que han colaborado con la organización.

Política, dimensión hegemónica en el pensamiento comunicacional latinoamericano¹

José Marques de Melo²

Síndrome del espejo

En América Latina, la Política ha figurado como variable principal en el ámbito de la Comunicación Masiva. Tal es así que se atribuye a la función política de los medios masivos, más concretamente a su "potencial revolucionario", la naturaleza restrictiva de las políticas públicas que marcaron la fisonomía de nuestra historia colonial. En la América lusófona la prensa permaneció **ausente** durante siglos, mientras en la América hispana marcó presencia desde el inicio de la colonización, aunque fue **censurada** hasta el comienzo de los movimientos independentistas. (MARQUES DE MELO, 1973, págs. 55-83)

Paulo Freire identifica con razón la marca del **silencio** en el comportamiento del pueblo brasileño (FREIRE, 1967, pág. 69), trazo distintivo que podemos extender a toda la población latinoamericana. El ciudadano típico de América Latina emerge políticamente como un ser amordazado. (MARQUES DE MELO, 1981, págs. 28-30). Inhibido, atrofiado, atemorizado, tanto por los colonizadores como por las élites mestizas que asumieron, a partir del siglo XIX, el control de los Estados Nacionales.

De esa manera, este pueblo necesitó engendrar artificios retóricos capaces de perforar el bloqueo instituido por los señores coloniales y por los patrones modernos, tejiendo de esta forma una política de resistencia disimulada. Luiz Beltrão llamó **folk-comunicación** al conjunto de esas estrategias construidas por las clases populares para enfrentar el bloqueo

simbólico que les fue impuesto por las élites latinoamericanas. (BELTRÃO, 1967).

Estas, por su parte, se forjaron en un ambiente **autoritario**, reproduciendo en gran parte las tradiciones ibéricas heredadas de los colonizadores (RIBEIRO, 1986, pág. 40), entre ellas, el ejercicio concomitante del golpismo político y de la censura mediática.

A partir de un escenario de esa naturaleza, se torna comprensible la ambigüedad histórica existente entre Política y Medios Masivos de Comunicación (*Medía*) en América Latina. Los dos campos se interpenetran, se confunden, se anulan, uno intentando controlar o coartar al otro³.

La literatura sobre comunicación masiva asume, por lo tanto, un matiz visiblemente político, desde sus orígenes. Muchos estudios al respecto de prensa y de propaganda están abarrotados de ideas-claves que denotan la lucha intestina entre las facciones que se disputan el poder⁴. Reflexionan intensamente sobre la confrontación de los agentes estatales con las instancias mediáticas, los periodistas, los empresarios o los partidos⁵.

La institucionalización de una línea divisoria entre los dos campos se representa recién en el siglo XX, cuando los medios electrónicos comienzan a dar los primeros pasos (COSTELLA, 2001, págs. 165-168). La razón para entender esa distancia está en la fisonomía aparentemente despoltizada de la radio, el cine y la televisión, considerados por las élites como fuentes ingenuas de entretenimiento para las masas.

¹ Conferencia brindada en la apertura del II Seminario Latinoamericano de Investigación en Comunicación. La Plata, Argentina. Asociación Latinoamericana de Investigaciones de la Comunicación (ALAIIC) y la Universidad Nacional de la Plata. Facultad de Periodismo y Comunicación Social. 29 de agosto de 2001.

² Profesor Emérito de la Escuela de Comunicaciones de Artes de la Universidad de São Paulo. Fundador de la Sociedad Brasileña de Estudios Interdisciplinarios de la Comunicación. Ex-presidente de la Asociación Latinoamericana de Investigación de la Comunicación (ALAIIC). Actualmente es titular de la Cátedra Unesco de Comunicación en la Universidad Metodista de São Paulo y preside la Asociación Ibero-Americana de Comunicación (IBERCOM).

³ Fuertes indicios de esa tendencia están contenidos en el panorama construido en torno del periodismo en el proceso de independencia de los pueblos hispano-americanos (VELÁSQUEZ Y DIAS RANGEL, 1988) o en los perfiles biográficos de los periodistas cubano José Martí (BENITEZ, 1983) y peruano José Carlos Mariátegui (CARNERO CHECA, 1964), bien como en el brasileño Odorico Mendes. (BARROS, Sebastião, 2000).

⁴ Esa afirmación encuentra sustentación histórica en los confrontos entre medios y poder, protagonizados en el Brasil (DANTAS SILVA, 1988), Colombia (MANUEL Y ESPINOSA, 1989), Cuba (SARABIA, 1987), Ecuador (ALBUJA, 1979), México (BLANCO, 1961) y Perú (VERBITSKY, 1975).

⁵ Episodios de esa naturaleza son evocados en el panorama latinoamericano esbozado por la ALACODE (1976) o en contextos típicos del Perú (BOLA, 1976), México (BAQUEIRO, 1986) o Colombia (SILVA, 1998).

Al mismo tiempo, consideraban la industria de la diversión como generadora de lucros fáciles. Negociaban con los gobernantes de turno la concesión de canales y financiamientos subsidiados por el Estado, fortaleciendo la directriz del *laissez-faire* y neutralizando las tentativas de regular el sector.

Esa visión obtusa permaneció vigente mientras duraron los regímenes dictatoriales del ciclo de la guerra fría. Pero cuando los vientos democráticos se tornaron permanentes en todo el continente, la Política comenzó a infiltrarse en los medios masivos, convirtiéndose en espacio privilegiado para mantener o conquistar el poder.

Desde entonces, el síndrome del espejo volvió a apoderarse de los actores que transitan entre los mundos de la Política y de la Comunicación. Nuevos sujetos emergen rápidamente, sin percibir con nitidez quién está situado en el territorio de la Política y quién pertenece al universo de los Medios. Vivimos, en este comienzo del siglo XXI, un ir y venir, una androginia político-mediática.

Dimensión predominante

Nuestro presupuesto es, por tanto, que la investigación latinoamericana sobre comunicación masiva ha privilegiado históricamente la dimensión política⁶. Ella deja de ser variable cíclica para figurar como ingrediente estructural de nuestros procesos comunicacionales.

Esa tendencia se mantuvo constante durante toda la segunda mitad del siglo XX, alcanzando su clímax en los años '70, cuando ocurrió el fenómeno de la "politización" de la propia investigación comunicacional. (MARQUES DE MELO, 1998, pág. 95). Tal distorsión suscitaría cuestionamientos al interior de la comunidad académica. De forma que, en las dos últimas décadas, emergieron otras vertientes -cultura, tecnología, psiquismo-, que rivalizarían con la faceta política, sin abalar su ímpetu⁷.

Neutralizada la distorsión militarista de aquellos

investigadores que migrarían para los movimientos políticos, tan pronto fueron abiertos los canales de participación de los intelectuales en las estructuras de poder, los estudios comunicacionales readquirieron legitimidad académica, no obstante habían conservado la política como dimensión privilegiada.

El inventario bibliográfico expuesto a continuación pretende comprobar tal afirmación, evidenciando que el mayor volumen de la investigación comunicacional latinoamericana ha privilegiado objetos que están en la frontera entre la comunicación y la política.

Para hacer esa demostración, adoptaremos las mismas categorías utilizadas en estudio previo⁸ sobre las relaciones entre comunicación y política en la literatura internacional del área: a) Memoria histórica; b) Comunicación bélica; c) Comunicación utópica; d) Comunicación utilitaria.

Memoria histórica

En el eje caracterizado por la memoria del campo, las fuentes existentes son poco sistemáticas, caracterizándose mucho más por la naturaleza exploratoria o documental.

Exceptuando los esfuerzos precoces del mexicano ESTEINOU (1978, 1981, 1983 y 1984) y del brasileño RUBIM (1980 y 1991) anclados en el referencial marxista para comprender la trayectoria política-económica de la comunicación en la sociedad, tal construcción histórica continúa pendiente en América Latina⁹. "Esta falta de estudios históricos ciertamente favorece, de diversas maneras, la credibilidad de los discursos universalistas sobre el rol que ejerce la comunicación de masas en la sociedad capitalista" (MATTELART, 1981). Atenuando la diferencia, RUBIM (2000) presenta un cambio sustancial para ordenar el conocimiento que la academia viene depositando sobre la relación entre comunicación y política.

Los cuadros historiográficos nacionales comienzan a ser diseñados por medio de ensayos o monografías

⁶Ese biés está explícito, por ejemplo, en el libro de Carlos Fayt Ciencia Política y Ciencia de la Comunicación, 2ª. ed., (Buenos Aires, EUDEBA, 1987), que dimensiona "las ciencias de la información como auxiliares de la ciencia política" (pág. 9).

⁷La corriente más expresiva reivindica la dimensión cultural de los procesos comunicacionales. Ella se bifurca en dos fuertes tendencias, la de las "mediaciones culturales", liderada por Jesús Martín-Barbero y Néstor García Canclini, y la de los "frentes culturales", liderada por Jorge González y Jesús Galindo Cáceres.

⁸Tales categorías fueron utilizadas en el estudio "Da Ágora ao Ciberespaco (ou) A esfinge imutável. Relações entre mídia y política na pesquisa comunicacional" - José Marques de Melo, São Paulo, julho de 2001 (MARQUES DE MELO, 2001).

⁹Existe evidentemente todo un esfuerzo historiográfico para inventariar el desarrollo de los medios de comunicación y de sus protagonistas privilegiados, en la mayoría de los países latinoamericanos. No obstante, tales estudios dejarán de ser incluidos en este repertorio por no estar situados en el territorio limítrofe de la Comunicación y de la Política.

que analizan episodios de comunicación política o esbozan coyunturas de la evolución política de las industrias mediáticas en Argentina (MURARO, 1974; FORD, RIVERA Y ROMANO, 1985; ULANOVSKY, 1996), Brasil (MARQUES DE MELO, 1973, 1981, 1985; LINS DA SILVA, 1982; BAHIA, 1990; LIMA, 1993; WERNECK SODRÉ, 1999; MATTOS, 2000), Bolivia (OCAMPO, 1978; GUMUCIO, 1982), Chile (PORTALES, 1981), Colombia (CACUA PRADA, 1968, 1969; FONNEGRA, 1984), Ecuador (LUZ MORA, 1982), Guatemala (BRAN, 1967), México (FERNANDEZ, 1986; SANCHEZ DE ARMAS, 1998a; TORRES Y CASTAÑEDA, 1998), Panamá (MIRO, 1976), Perú (MIRO, 1967; GARGUREVICH, 1977 y 1988; PEIRANO, 1978), Uruguay (ALVAREZ, 1989 y 1993; RAMA, 1992) o Venezuela (GARCÍA, 1975; TERRERO, 1991; DIAZ RANGEL, 1994).

Los segmentos particulares de ese conocimiento histórico pueden, naturalmente, ser comparados con los panoramas regionales que reflejan las coyunturas de la transición democrática en todo el continente (años 70-80) y que fueron rescatadas en las obras colectivas organizadas por CIESPAL (1976), SCHENKEL (1981), RONCAGLILOLO (1988) y FOX (1988). Se incluyen aquí la cadente reflexión hecha por FOX (1990) sobre el fracaso de las políticas destinadas a reformar la televisión latinoamericana y el instigante ensayo escrito por EXENI (1998), defendiendo la tesis de que las políticas de comunicación constituyen utopías a ser actualizadas y vigorizadas.

Como una especie de "punta de iceberg", agregamos muestra de estudios históricos latinoamericanos sobre la comunicación partidaria, especialmente de los partidos comunistas en Brasil (MORAES, 1994; RUBIM, 1995 y MARIANI, 1998); Cuba (VAZQUEZ, 1973; VERA y CONSTANTIN, 1985); México (TREJO, 1980 ó en el Perú - GARGUREVICH, 1978). Esa lista comporta un mayor volumen de títulos, cuyos autores permanecen en el anonimato internacional porque sus trabajos se difunden en canales de escasa difusión académica.

Comunicación bélica

El eje de la **comunicación bélica** es amalgamado por estudios que proyectan en el escenario continental el espectro de la guerra fría, denotando múltiples facetas, no siempre convergentes. El filón más significativo reproduce en la ecología mediática el paradigma de la "lucha de clases".

Su grito de alerta se establece en Venezuela, donde SILVA (1970 y 1971), apoyado en el marxismo althusseriano, formula el concepto de "más valía ideológica", cuya correa de transmisión está ligada al dínamo de la "industria cultural". MATTELART, CASTILHO & CASTILHO (1970) dan un paso adelante, demostrando empíricamente cómo la lucha de clases se desarrolla en el seno de la empresa chilena al tomar como referencia la "reforma agraria" allí en proceso. La discusión de esa tesis gana amplitud continental, a través de los libros de MATTELART, DIEMA y FUNES (1971), MATTELART (1973) y TAUFIC (1973).

Más adelante, el debate se renueva con la introducción de categorías gramscianas y el reconocimiento de las "contradicciones" inherentes al sistema mediático, que, por ser dotado de "brechas comunicacionales", posibilita a las "clases subalternas" trabar "batallas" para construir una "nueva hegemonía". Tales ideas están rescatadas en los libros de MARQUES DE MELO (1980), MATTELART (1981) y LINS DA SILVA (1982).

Facetas empíricas de esa "resistencia" comunicacional, engendrada en la periferia de América Latina, fueron analizadas y debatidas en los libros organizados o escritos por GRIMBERG (1981 y 1987), MARCONDES FILHO (1982), REYES MATTÁ (1983), LOPEZ VIGIL (1984), MARQUES DE MELO (1985), FESTA & LINS DA SILVA (1986), MACHADO (1986), GARCIA POSADA (1986), ALFARO (1987), TERRERO (1988), FERREIRA (1988), SANTORO (1989), GOMES (1989 y 1990), KUCINSKI (1991), ARAUJO y CARDOSO (1992), VIEIRA (1996), MOMESSO (1997), SANTIAGO y GIANOTTI (1997).

Con características similares al de la "lucha de clases", pero con menor incidencia, existen "conflictos" raciales en el espacio comunicacional que todavía no ganaron la dimensión espectacular experimentada en Europa y en América del Norte, donde los medios masivos ya se convirtieron en palco de agueridas "batallas" (VAN DIJK, 1991).

Las primeras evidencias latinoamericanas fueron catalogadas por CELADEC (1980). En Brasil, sin embargo, las tensiones raciales al interior de los medios han merecido una atención más cuidadosa de los investigadores académicos, comenzando por el estudio clásico de FREYRE (1961) sobre el esclavo en los anuncios de periódicos brasileños del siglo XIX.

Este trabajo fue retomado por PEREIRA (1967), que estudió el fenómeno de las "macacas de auditorio", denominación que traduce el preconcepto en relación a las jóvenes negras o mulatas que frecuentaban los programas de la radio brasileña en sus primeros tiempos. COUCEIRO (1983), realizó una investigación semejante sobre la presencia del negro en la televisión. SODRÉ (1983, 1988, 1999) se preocupó desde sus inicios en la investigación por la resistencia cultural del negro brasileño para después, recientemente, reflexionar sobre su identidad en los aparatos mediáticos.

Esa vertiente ganó fuerza con los estudios de SCHWARZ (1987) sobre los negros esclavos en los periódicos brasileños del siglo XIX, y de RODRÍGUEZ (1988), que investigó el negro en el cine nacional. ARAUJO (2000) documentó la "negación del negro" en la telenovela brasileña, o sea, su participación asimétrica en relación a los blancos, siempre desempeñando papeles subalternos.

Mientras tanto, se desarrollaba, en el plano internacional, una lucha mayor, de carácter "anti-imperialista", teniendo al gobierno de USA, sus agencias noticiosas y sus organismos de espionaje como "enemigos" explícitos.

Precedida por "denuncias-periodísticas", como las de RABELO (1966), DÍAZ RANGEL (1967) y MUJICA

(1967), que alertaban sobre el peligro de la participación de capitales extranjeros que buscaban dominar las industrias mediáticas de América Latina, la corriente de la "investigación-denuncia" es encabezada por el manual en que DORFMAN y MATTELART (1971) hacen una lectura ideológica de los *comics* de Walt Disney.

Innumerables estudios que le dan secuencia procuran explicitar: 1) las "estrategias imperialistas": RETAMAR (1973), MATTELART (1972 y 1974), PAZ (1977), RONCAGLIOLO (1982), ARMAS, GILÍ y SALAZAR (1983), BENITEZ (1986); 2) sus "tácticas informativas": LEÓN y BERMUDEZ (1976), REYES MATA (1977), ARRIOLA (1979), SELSER y RONCAGLIOLO (1979), CHAVEZ y ALCAYAGA (1982), GARGUREVICH (1982 y 1992); y 3) sus efectos "nefastos", dominación ideológica, genocidio cultural, manipulación, desinformación: BOLÍVAR LÓPEZ (1976), MIRANDA (1976), BELTRÁN y FOX (1980), OLIVEIRA (1991), DÍAZ RANGEL (1991), TORRICO (1992), KUCINSKI (1998), FORD (1999).

Al confrontar tales estudios, el lector enfrenta una enorme dificultad para discernir sus tesis, en virtud de la retórica apocalíptica que las reúne.

Durante la misma coyuntura, otra "batalla" estaba siendo trabada al interior de varios países del continente. Los protagonistas eran las propias élites o sus intelectuales orgánicos, oriundos de las clases medias, denotando profundas fisuras en el "bloque histórico".

El relato y la interpretación de esos fenómenos están contenidos en las obras que explicitan los conflictos anti-militaristas con los próceres de la doctrina de **seguridad nacional** -ROCCA (1975), MATTELART y MATTELART (1978), RONCAGLIOLO y REYES MATA (1978), CAPARELLI (1980 y 1989), TERRERO (1982)-. También están documentadas en los ensayos referentes a las luchas específicas por la **libertad de prensa** o contra la **censura** -GARGUREVICH (1972), DÍAZ RANGEL (1974), PAEZ AVILA (1974), MARCONI (1980), ANDRADE B. (1982), MARQUES DE MELO

(1984), BLENCO (1984), ÁVILA y SORIA (1988), (PORTALES (1988), HERAN (1993), RIZZINI (1998), SMITH (2000)-.

Pero existen también aquellas "guerras" de matiz geopolítico. El episodio mejor documentado fue la guerra de los **sandinistas** en Nicaragua, cuyo panorama comunicacional consta de un dossier preparado por el centro americano SOL (1972), suscitando también estudios de latinoamericanistas como LAPPLE-WAGLENHALS (1984), MATTELART (1986) y O'DONNELL (1995), de los colombianos MARMETINI y GUERRERO (1978) o del venezolano BISBAL (1984). También adquirieron proyección extra-nacional la guerra de los **neo-zapatistas** en México, descrita por ARVINE (1994) y disecada comunicacionalmente por TREJO (1994 y 1994a), además de la guerra de los **senderistas** en el Perú, cuya vertiente terrorista mereció estudios de SALCEDO (1984) y OVIEDO (1989).

Comunicación utópica

La utopía comunicacional en América Latina se apoya en el proyecto **republicano** que, desde la lucha por la independencia (siglo XIX), viene catalizando los corazones y mentes de sus vanguardias políticas. La **democracia**, como sistema gubernamental, está demorando en fortalecerse, constituyendo un episodio en la trayectoria histórica de la totalidad de los países del continente. La superación de nuestro **autoritarismo político** presupone el funcionamiento autónomo de los medios masivos, garantizando, por un lado, el flujo plural de informaciones y opiniones, y asegurando, por otro lado, el acceso irrestricto de la población al contenido desarrollado (MARQUES DE MELO, 2001).

De ahí el anhelo por la **libertad de prensa** explícito en los trabajos de algunos precursores y pioneros de la Escuela Latinamericana de Comunicación procedentes del campo periodístico: el cubano SUAREE (1946, 1948), el argentino BALLESTER (1947), el boliviano OTERO (1953), el colombiano CACUA

PRADA (1958), el ecuatoriano FERNÁNDEZ (1959), los brasileños JOBIM (1960) y BELTRÃO (1960), los venezolanos FEBRES CORDERO (1959, 1964) y MARCANO ROSAS (1964).

Ese sentimiento es reiterado, y al mismo tiempo matizado, en la obra de aquellos otros pioneros que hicieron la **crítica** inicial de las **distorsiones** de nuestro sistema mediático, por ejemplo, PASQUALI (1963, 1967) y BELTRÁN (1968, 1972). En los dos casos, la postura crítica ha permanecido inalterada, enriqueciéndose con la defensa del ideal utópico de transformar los sistemas mediáticos vigentes, a través de políticas públicas, democráticamente conquistadas por la sociedad, PASQUALI (1990, 1991, 1998), BELTRÁN (1994, 2000).

Se trata de una línea de conducta constructivamente adoptada por los componentes de las generaciones siguientes, cuya conciencia crítica ha fortalecido la defensa de mudanzas democráticas. Las trayectorias de los uruguayos FARAONE (1969, 1989, 1998) y KAPLÚN (1984, 1998), de los brasileños SODRÉ (1972, 1977, 1983, 1996) y CAPARELLI (1980, 1982, 1999), del colombiano BARBERO (1978, 1987, 1997), de los venezolanos MAYOBRE (1978, 1992) y BISBAL (1981, 1989, 1994), de la mexicana TOUSSAINT (1984, 1993, 1998) o del argentino PRIETO (1984, 1991, 1999) ejemplifican cabalmente tal afirmación. Basta examinar con cuidado las obras de estos autores y de sus contemporáneos para concluir que el ideal utópico permanece como marca indeleble de los investigadores de la ELACOM, aunque sus propuestas transformadoras no siempre sean coincidentes.

La única convergencia agregadora es la búsqueda de soluciones comunicacionales pautadas por los principios **democráticos**. Ella es claramente perceptible en obras individuales o colectivas, respaldadas por CAMARGO y PINTO (1975), MARQUES DE MELO (1976, 1985, 1989, 1991, 1998), VIEIRA (1978), SCHENKEL, E. ORDOÑEZ (1981), PAIVA (1982), FOX y SCHMUCLER (1982), GOMES y PIVA (1985), GONZALEZ

(1995), RIVADENEIRA (1986), ARREDONDO E SÁNCHEZ RUIZ (1986), LANDI (1987), RONCAGLIOLO (1991), ESTEINOU (1992), TREJO (1992, 1997), EPSTEIN (1993), MATTOS (1994), BRUNNER (1994), BRUNNER y CATALÁN (1995), TORRICO (1995), TOUSSAINT (1995), BENASSINI (1995), RUBIM (1995), GIORDANO (1997), BORELLI y PRIOLLI (2000).

El fortalecimiento del campo democrático presupone no apenas voluntad política, pero principalmente viabilidad institucional. Los deseos colectivos necesitan ser amparados legalmente para ganar legitimidad y conquistar vigencia permanente. En ese sentido es que viene ocurriendo un esfuerzo de los investigadores académicos para analizar la sedimentación de las políticas de comunicación, convertidas en leyes, reglamentos, normas.

OSÓRIO MENÉNDEZ (1997) realizó un estudio comparativo de la asimilación constitucional de las políticas informativas en 6 naciones: Argentina, Brasil, Colombia, Chile, Nicaragua y Perú. Además de analizar en cada país la naturaleza multifacética del "derecho a la información", el autor investiga detenidamente su "ejercicio", destacando aspectos tales como "titularidad", "profesionalización", "cláusula de conciencia". Profundiza todavía la "reglamentación" de los medios informativos, a través de las normas que establecen el "secreto profesional" y el "habeas-data".

A pesar de la tradición **legalista** que está presente en toda América Latina, Brasil es sin duda el país donde los derechos comunicacionales se tornaron objetos de estudio de los investigadores del área. Las principales fuentes de ese conocimiento especializado se encuentran documentadas en los repertorios judiciales de SANTOS (1972, 1978), como en los tratados escritos por LOPES (1957), LEÃO (1963), COSTELLA (1970, 1976), FREITAS NOBRE (1973, 1988), SANTOS PEREIRA (1973), TEIXEIRA DOS SANTOS (1977), PORTÃO (1980, 1982), PEREIRA DOS SANTOS (1981), FEDER (1987), PEREIRA (1987, 1993), MARANHÃO FILHO (1995) y FERREIRA (1997). La dimensión política del problema ha sido planteada y

debatida en los libros de PEREIRA (1984), MARQUES DE MELO (1986), MARQUES DE MELO y GOLDEMBERG (1990), CAVALCANTI FILHO (1994) y NOVAES (1996).

Las "batallas" legislativas pueden ser ganadas en el calor de la lucha política, garantizando mayor impacto si las victorias fueran convertidas en textos constitucionales. Cuando asumen la tipología de leyes ordinarias o de reglamentos, pueden ser fácilmente revocadas por las mayorías episódicas que se conforman en las legislaturas. De allí la importancia de dar solidez a los sueños comunicacionales, conquistando no sólo a los legisladores, sino también a aquellos que los eligen o a los que ejercen influencias sobre ellos. De esta forma, hay que desarrollar permanentemente la "batalla de la opinión pública".

Se trata de un fenómeno estudiado con mucho cuidado por los científicos sociales, particularmente por los comunicólogos. Empresas privadas funcionan regularmente para dar cuenta de esa tarea, subsidiando las decisiones a ser tomadas por los gobernantes o por los líderes de la sociedad civil. El autoritarismo de nuestras élites contribuye a crear un clima de desinterés por las tendencias de las opiniones nacionales, abasteciéndose los eventuales interesados en aquellos conocimientos disponibles en obras traducidas sobre el tema.

La literatura latinoamericana sobre ese fenómeno remonta al período de posguerra. De esa zafra escasa se destaca el ensayo escrito por el jurista argentino COSSIO (1958). En Brasil, los primeros ensayos y reflexiones recién van a aparecer un decenio después, AUGRAS (1970), RABELO (1970) y MARQUES DE MELO (1971). Pero son todos estudios teóricos, fundamentados en bibliografía extranjera. Raramente se basan en evidencias empíricas regionales. Esa vocación didáctica va a permanecer en las obras lanzadas posteriormente por el peruano MORZÁN (1979), por el venezolano GÓMEZ (1982), por el brasileño LAGE (1998) y por el mexicano OCHOA (2000).

Existen evidentemente en América Latina empre-

sas sofisticadas, competentes en el estudio de las corrientes de opinión pública, que se utilizan tanto para respaldar las decisiones de los gestores mediáticos como para reunir las estrategias de los consultores electorales. Pero es paradójico que sus especialistas no se sientan motivados a sistematizar los conocimientos y experiencias adquiridas, socializándolas con las nuevas generaciones. Es sintomática la ausencia de diálogo entre ellos y los académicos que se dedican al estudio de la opinión pública.

Comunicación utilitaria

Si faltan en la región trabajos basados empíricamente en los flujos cotidianos de **opinión pública**, no se puede decir lo mismo en relación con los **usos políticos de los medios**. Existe una abundancia bibliográfica sobre la comunicación políticamente utilitaria.

La centralidad adquirida por los medios masivos en las democracias latinoamericanas (en construcción o consolidación) vienen provocando un torrente de estudios sobre esos nuevos fenómenos y sus protagonistas. Su marca registrada es, sobre todo, la de la **perplejidad** ante los fenómenos.

Se trata de un conjunto fragmentado de obras, focalizando el utilitarismo político de los medios en sus múltiples áreas. Pueden ser agrupadas en varios bloques de contenidos:

a) El uso de los medios en las campañas electorales

Los primeros cuadros comparativos sobre las **campañas electorales** han sido resultantes de inspiración foránea, aunque producidos con la participación de estudiosos regionales. Los más expresivos fueron coordinados por KELLER (1985), SKIDMORE (1993), PRIES y SOLDEVILLA (1999), buscando conexiones entre hechos latinoamericanos y sus referentes alemanes o norteamericanos.

Las publicaciones genuinamente nacionales se dividen en dos segmentos.

El primero es constituido por estudios **sincrónicos**, vale decir: temporalmente localizados. O son

obras **instrumentales**, KUNTZ y LUYTEN (1982), TOR-QUATO (1985, 1992) y BRICKMANN (1994) -, describiendo los artefactos retóricos probados u observados por los autores. O son **análisis de coyuntura** referidos a situaciones observadas y/o interpretadas por los autores, como, por ejemplo, las de OVIEDO (1981) en el Perú; las de MURARO (1991) y WAISBORD (1995) en la Argentina; y las de LAMOUNIER (1980), VALENTE (1992), MOREIRA (1998), RUBIM (2000) y GOMES (2000) en Brasil.

Finalmente, existen un par de estudios **diacrónicos**: RIEDINGER (1988) analizó las estrategias electorales del presidente brasileño Kubitschek; y FAGUNDES (1997) estudió el uso político de la radio en las dictaduras de Vargas (Brasil) y Perón (Argentina).

b) La presencia de la política en la agenda mediática

Su naturaleza es también diversificada y desnivelada. TREJO (1991), MATA y SCHMUCLER (1992), VERA (1992), JOSÉ (1996), REY (1998), RUBIM (1999), QUEIROZ (1999) y ÁLVAREZ (2000) polemizaron sobre las "vinculaciones peligrosas" entre medios y política en México, Argentina, Chile, Brasil, Colombia y Uruguay. PORTALES (1989), TELLO (1994), PROAÑO (1994) y BRAGA (1994) comentaron evidencias colectadas respectivamente en Chile, Perú, Ecuador y Brasil.

Los casos brasileños han sido mucho más documentados como puede ser visto en MARCONDES FILHO (1985), BRUM (1998), FERRARINI (1992), LATTMAN-WELTMAN (1994), FAUSTO NETO (1995), MAMEDE (1996), TAVARES (1997), BERGER (1998) y MEDINA (1998).

c) La globalización de la política a través de las redes telemáticas

Constituyendo el foco de una gran inquietud entre los comunicólogos latinoamericanos, ese contingente es reforzado por algunos científicos sociales, que atribuyen a los medios un papel utilitario en la legitimación de la política globalizadora. La literatura disponible sobre el tema es de naturaleza ensayística, vislumbrando escenarios, formulando hipótesis.

Esa marca de la indefinición engloba tanto los trabajos individuales -ZAVALA (1990), IANNI (1992), ORTIZ (1994), PINEDA (1996), POERNER (1997), MORAES (1998 y 2001) y TOLOSA (1999)-, así como también los textos colectivos, organizados por CROVI (1996), MORAES (1997), NUZZI y BARROS FILHO (1998), BOLAÑO (1999), MENEZES MARTINS y MACHADO DA SILVA (1998), SÁNCHEZ DE ARMAS (1998).

d) *La potencialidad política de los medios en los procesos de integración regional*

Delante del impasse globalizante, emerge una corriente que tiene inspiración internacionalista, robusteciendo la idea de que la integración regional constituye la salida para enfrentar el poder global.

Algunos vislumbran una estrategia continental: latinoamericana, CANCLINI y MONETA (1999) o panamericana, MARQUES DE MELO & NAVA (1998).

Otros buscan el camino táctico, formulando proyectos segmentados: sudamericano, LOPEZ y LEÓN (1998), CAPARELLI (1999) y JAMBEIRO (2000); andino, SCHENKEL (1986); centroamericano, PRIESS y MEYER (1996) o norteamericano, CROVI (1995).

e) *La potencialidad política de los medios en el fortalecimiento de la ciudadanía*

La otra corriente tiene una fuerte motivación **básica**, nutriéndose en el principio de que la globalización es inevitable, pronunciándose por la constitución de una sociedad civil mundial, cuyos agentes serán los ciudadanos-globales. En ese sentido, consideran imprescindible recurrir a los medios como variable para el **fortalecimiento de la ciudadanía**.

Los estudios sobre esa variante se sitúan en propuestas que van desde el uso genérico de los medios para lograr tal finalidad -MARANHÃO (1993)- o del uso específico de la radio, aprovechando su popularidad en todo el continente -BRUNETTI (1997), ALFARO (1999) y CAMACHO (2001)-.

Existen también los que **territorializan** el campo de acción, escogiendo espacios **regionales**, -DAZA (1998)- o **locales** -GRILLO, BERTI y RIZZO (1998) y TERRERO (1999)-. Otros prefieren recurrir a opciones

colectivas, valorizando los movimientos sociales -PERUZZO (1988); las organizaciones no gubernamentales -DIDONÉ y MENEZES (1995)- o simplemente la comunidad -BAENA (1995)-.

Pero crece el segmento de los que pretenden fortalecer la ciudadanía, a través de **mediaciones educativas** -QUIROZ (1993), SOARES (1993), GIUSTI y MERINO (1996), PENTEADO (1998), PRIETO (1999), BARZOTTO y GHILARDI (1999), FUENTES (2000), BACCEGA (2001)-.

Examinando el conjunto de esos trabajos, se llega a la conclusión de que el material es valioso para entender cada acontecimiento en su propia dimensión, faltándole, sin embargo, referencias capaces de suscitar conclusiones inmediatas. Son piezas de un rompecabezas a ser compuesto y actualizado, con intenciones explicativas, a medio y largo plazos.

Sus evidencias se limitan a episodios aislados de la democracia mediática en proceso en el continente, siendo prudente la acumulación de nuevos datos para confirmar tendencias o permitir generalizaciones confiables.

Escenario desafiante

El balance de la trayectoria investigativa de las diferentes generaciones que componen el universo de la Escuela Latinoamericana de Comunicación permite esbozar algunas tendencias a propósito de las relaciones entre Medios y Política.

a) *Perspectiva diacrónica:*

En los años '60 y '70 se evidencia una **actuación colectiva**¹⁰ de los científicos del área, movilizados por un fuerte sentimiento continental. Comprometidos en la formulación de **políticas comunicacionales**, los investigadores quieren sedimentar **estrategias de comunicación democrática** en las políticas nacionales o **focos comunicacionales alternativos**, adecuados con las demandas de las comunidades periféricas.

¹⁰Se trata de una articulación singular, que el investigador Robert White denominó de "amigocracia", denotando el ambiente solidario que marcó esa diáspora latino-americana, en gran parte determinada por el sentimiento del exilio. Buena parte de los integrantes de las generaciones pionera e innovadora de la Escuela Latinoamericana de Comunicación sufrió las amarguras del exilio político o económico, viviendo fuera de sus patrias, o fue perseguido al interior de los respectivos países. Participar de esa conexión latinoamericana significó para muchos de ellos la sobrevivencia psíquica o intelectual. (WHITE, 1989).

En los '80 y los '90 se percibe una **actuación inorgánica**, espacialmente localizada al interior de las universidades, de los partidos políticos y de los movimientos sociales, cuyos protagonistas están más preocupados con la **instrumentalización de los medios**¹¹, sea en **campañas políticas** o sea en la construcción de **redes persuasivas** comprometidas con el fortalecimiento de la ciudadanía.

b) *Perspectiva sincrónica*

La fisonomía de los estudios comunicacionales vigentes en esta coyuntura de transición milenar puede ser descripta a través de los siguientes indicadores:

1. Atomización: predominan los estudios de caso o los análisis de coyuntura, notándose la ausencia de esfuerzos adicionales e interpretativos, en el tiempo y en el espacio;

2. Desface: la corriente mayoritaria es constituida por investigaciones distanciadas de los escenarios reales en que los procesos comunicacionales transcurrieron empíricamente, perfilando estudios hechos *a posteriori*;

3. Asimetría: la dimensión política tiene peso superior a los elementos comunicacionales, tratándose de estudios que no siempre son capaces de esbozar innovaciones retóricas.

Bibliografía

- Alacode: *La prensa entre la libertad y el miedo*. Alaprensa, Bogotá, 1976.
- Albuja, Alfredo: *El periodismo en la dialéctica política ecuatoriana*. Minerva, Quito, 1979.
- Alfaro, Rosa María: *De la conquista de la ciudad a la apropiación de la palabra*. Tarea, Lima, 1987.
- *La Radio Ciudadana del Futuro*. Calandria, Lima, 1999.
- Álvarez, Luciano: *Lógica de una comunicación democrática*. CLAEH, Montevideo, 1989.
- *La casa sin espejos. Perspectivas de la industria audiovisual uruguaya*, Editorial Fin de Siglo, 1993.
- *El Ágora electrónica. Reflexiones sobre política, tecnología y medios*. Taurus, Montevideo, 2000.
- Andrade B, Miguel A.: *El periodista y la libertad de expresión*. Casa de la Cultura Ecuatoriana, Guayaquil, 1980.

- Araújo, Joel Zito: *A negação do Brasil. O negro na telenovela brasileira*. SENAC, São Paulo, 2000.
- Araújo, Silvia e Cardoso, Alcina: *Jornalismo & Militância Operária*. Editora UFPR, Curitiba, 1992.
- Armas, Paquita; Gilí, Roberto; Salazar, Alberto: *Los sucesos de la Embajada del Perú - Estudio de una campaña de propaganda imperialista*. Editora Política, La Habana, 1983.
- Arredondo, Pablo y Sánchez Ruiz, Enrique: *Comunicación Social, poder y democracia en México*. Universidad de Guadalajara, Guadalajara, 1986.
- Arriola, Carlos: *El movimiento estudiantil mexicano en la prensa francesa*. El Colegio de México, México, 1979.
- Arvide, Isabel: *Crónica de una guerra anunciada*. Crónica, México, 1994.
- Augras, Monique: *Opinião Pública, teoria e pesquisa*. Vozes, Petrópolis, 1970.
- Ávila, Silvia Mercedes y Soria G, Carlos: *Ley de imprenta. Contra Ley Mordaza*. Cedoin, La Paz, 1988.
- Baccega, Maria Aparecida: *Da comunicação à Comunicação/Educação, Comunicação & Educação*, 21, Segmento, ECA/USP, p. 7-76, São Paulo, 2001.
- Bahia, Juárez: *História da Imprensa Brasileira*. Ática, São Paulo, 1990.
- Baena, Guilhermina: *Comunicación en el trabajo comunitario*. Pax, México, 1995.
- Baqueiro, Oswaldo: *La prensa y el Estado*. Editorial Nuestra America, Mexico, 1986.
- Barbero, Jesús Martín: *Comunicación masiva, discurso y poder*. CIESPAL, Quito, 1976.
- *De los medios a las mediaciones*. Gustavo Gili, México, 1987.
- *Cultura, medios y sociedad*. Universidad Nacional, Bogotá, 1998.
- Barzotto, Valdir Heitor e Ghilardi, Maria Inés: *Mídia, educação e leitura*. Anhembi Morumbi, São Paulo, 1999.
- Beltrán, Luis Ramiro: *Communication and modernization: significance, roles, and strategies*, M.A Thesis, Est Lansing, Michigan State University, Department of Communication.138 p., 1968.
- *Communication in Latin America: persuasion for status quo?*, PhD Thesis, East Lansing, Michigan State University, Department of Communication, 198 p., 1972.
- Neoliberalismo y comunicación democrática en América Latina, en: *Nuevos Rostros. Para una comunicación solidaria*. Organizaciones Católicas Internacionales de Comunicación, Quito, págs. 43-136, 1994.
- *Investigación sobre Comunicación en Latinoamérica*. Plural, La Paz, 2000.
- Beltrán, Luis Ramiro y Fox, Elizabeth: *Comunicación dominada, Estados Unidos en los medios de América*

¹¹Ese comportamiento es reflejo del "pragmatismo" que motiva las nuevas generaciones de investigadores, "largely driven by profits and markets or centered on issues like regulations, rather than control, of the private media". (FOX, 1997).

- Latina*. Nueva Imagen, México, 1980.
- Beltrão, Luiz: *Iniciação à Filosofia do Jornalismo*. Agir, Rio de Janeiro, 1960.
 - *Folkcomunicação. Um estudo dos agentes e dos meios populares de informação de fatos e expressão de idéias*. Tese de doutorado. Universidade de Brasília, 1967. (Reedição: Editora da PUCRS, Porto Alegre, 2000).
 - Benassini, Claudia: *Comunicación, globalización y política*. Universidad Autónoma del Estado de México, Toluca, 1995.
 - Benítez, José: *Martí y Estados Unidos*. Editora Política, La Habana, 1983.
 - *La dependencia, el subdesarrollo y la publicidad comercial capitalista*. Editora Política, La Habana, 1986.
 - Berger, Christa: *Campos em confronto: a terra e o texto*. Editora da Universidade Porto Alegre, 1998.
 - Bisbal, Marcelino: *La ideología como mensaje y masaje*. Monte Avila, Caracas, 1981.
 - *Niagara, un caso de agresión informativa*. Centauro. Caracas, 1984.
 - *La comunicación interrumpida*, Universidad Central de Venezuela. Caracas, 1989.
 - *La mirada comunicacional*. Alfadil, Caracas, 1994.
 - Blanco Moheno, Roberto: *Autopsia del periodismo mexicano*. Libro Mex, México, 1961.
 - Blengio, Raul: *La libertad de expresión*. Ediciones de la Banda Oriental, Montevideo, 1984.
 - Bolaño, Cesar e outros: *Privatização das Telecomunicações na Europa e na América Latina*, Aracaju, EDUFS, 1997.
 - *Globalização e Regionalização das Comunicações*, Educ, São Paulo, 1999.
 - Bolívar López, F.: *Influencia de los medios de comunicación de masas en la opinión pública y en la mentalidad del país*. Talleres Gráficos Nacionales, Quito, 1976.
 - Bolo, Salomón: *El Periodista: Paría de la Revolución?* El Gallo de Oro, Lima, 1977.
 - Borelli, Silvia e Priolli, Gabriel: *A deusa ferida. Por que a Rede Globo não é mais a campeã absoluta de audiência*. Summus, São Paulo, 2000.
 - Bran, Rigoberto: *Vida y misión de una Hemeroteca. Panorama del Periodismo Guatemalteco*. Ministerio de la Educación, Guatemala, 1967.
 - Brickmann, Carlos: *A vida é um palanque*. Editora Globo, Rio de Janeiro, 1994.
 - Brum, Eron: *Política, o palco da simulação. Estudo dos fatores que influenciaram a opinião pública em um processo eleitoral*. A Tribuna, Santos, 1988.
 - Brunner, Joaquín: *Comunicación y democracia*. Ministerio Secretaría General de Gobierno, Santiago, 1994.
 - Brunner, Joaquín y Catalán, Carlos: *Televisión, libertad, mercado y moral*. Editorial Los Andes, Santiago, 1995.
 - Brunetti, Vicente: *Emergencia de las Radios Comunitarias en Paraguay*. Universidad Nacional de Asunción, Asunción, 1997.
 - Cacuprada, Antonio: *La Libertad de Prensa en Colombia*. Prensa Católica, Bogotá, 1958.
 - *Historia del Periodismo Colombiano*, Pontificia Universidad Javeriana, Bogotá, 1968.
 - *Problemas del Periodismo Actual*. Pontificia Universidad Javeriana, Bogotá, 1969.
 - Camacho, Carlos A: *Las Radios Populares en la Construcción de Ciudadanía*. Universidad Andina Simón Bolívar, La Paz, 2001.
 - Camargo, Nelly e Pinto, Virgilio Noya: *Communication Policies in Brazil*. UNESCO, Paris, 1975.
 - Canclini, Néstor García y Moneta, Carlos: *Las industrias culturales en la integración latinoamericana*. Eudeba, Buenos Aires, 1999.
 - Caparelli, Sérgio: *Comunicação de massa sem massa*, Cortez, São Paulo, 1980.
 - *Televisão e capitalismo no Brasil*. L&PM, Porto Alegre, 1982.
 - *Ditaduras e indústrias culturais no Brasil, na Argentina, no Chile e no Uruguay*. Editora da UFRGS, Porto Alegre, 1989.
 - *Enfim sós, a nova televisão do cone Sul*. L&PM, Porto Alegre, 1999.
 - Carnero Checa, Genaro: *La acción escrita. José Carlos Mariátegui, periodista*. Lima Amauta, (2a. ed., 1980) 1964.
 - Cavalcanti Filho, José Paulo: *Informação e poder*. Record, Rio de Janeiro, 1994.
 - Celadec: *Clase y raza en los textos escolares*. Lima, 1980.
 - Chávez, Alva y Alcayaga, Rosa: *La Historia de una Gran Mentira*. Universidad de Guayaquil, Guayaquil, 1982.
 - Ciespal: *Radio-TV y Cultura en América Latina*, Quito, 1976.
 - Cossio, Carlos: *La opinión pública*. Losada, Buenos Aires, 1958.
 - Costela, Antonio: *O controle da informação no Brasil*. Vozes, Petrópolis, 1970.
 - *Direito da comunicação*. Editora Revista dos Tribunais, São Paulo, 1976.
 - *Comunicação, do grito ao satélite*, 4a. ed., Campos do Jordão, Mantiqueira, 2001.
 - Couceiro, Solange: *O negro na televisão de São Paulo: um estudo de relações raciais*, FFLCH-USP, São Paulo, 1983.
 - Crovi, Delia: *Desarrollo de las industrias audiovisuales en México y Canadá*. UNAM, México, 1995.
 - *Cultura Política, información y comunicación de masas*, Asociación Latinoamericana de Sociología, México.
 - Dantas Silva, Leonardo: *A imprensa e a abolição*. Massangana, Recife, 1988.
 - Daza, Gladis: *¿Participación social en los medios masivos?*

- Canales regionales y sociedades urbanas.* Pontificia Universidad Bolivariana, Medellín, 1998.
- Diaz Rangel, Eleazar: *Pueblos sub-informados.* Universidad Central de Venezuela, Caracas, 1967.
 - *Noticias censuradas.* Síntesis Dos mil, Caracas, 1974.
 - *La información internacional.* Monte Avila, Caracas, 1991.
 - *La Prensa Venezolana en el Siglo XX.* Fundación Neumann, Caracas, 1994.
 - Didoné, Iraci Maria e Menezes, José Eugenio: *Comunicação e Política. A ação conjunta das ONGs.* Paulinas, São Paulo, 1995.
 - Dorfman, Ariel y Mattelart, Armand: *Para leer al Pato Donald.* Ediciones Universitarias de Valparaíso, Valparaíso, 1971.
 - Epstein, Isaac: *Gramática do poder.* Ática, São Paulo, 1993.
 - Esteinou Madrid, Javier: *El condicionamiento social de los aparatos de difusión de masas en la sociedad capitalista.* Universidad Autónoma, Xochimilco, Metropolitana, Centro de Documentación de la Comunicación, 1978.
 - *Condicionantes históricos de la Comunicación Social.* Presidencia de la República, Coordinación General de Comunicación Social, México, 1981.
 - *Los medios de comunicación y la construcción de la hegemonía,* Editorial Nueva Imagen, México, 1983.
 - *Economía Política y medios de comunicación.* Editorial Trillas, México, 1990.
 - *Comunicación y democracia,* Opción, México, 1992.
 - Exeni, José Luis: *Políticas de Comunicación. Retos y señales para no renunciar a la utopía,* Plural, La Paz, 1998.
 - Faraone, Roque: *Medios Masivos de Comunicación.* Nuestra Tierra, Montevideo, 1969.
 - *Estado y TV en el Uruguay.* Fundación de Cultura Universitaria, Montevideo, 1989.
 - *Televisión y Estado.* Cal y Canto. Montevideo, 1998.
 - Fausto Neto, Antonio: *O impeachment da televisão. Como se cassa um presidente.* Diadorim, Rio de Janeiro, 1995.
 - Fausto Neto, Braga e Porto: *Brasil, comunicação, cultura & política,* Diadorim, Rio de Janeiro, 1994.
 - Fayt, Carlos: *Ciencia Política y Ciencias de la Comunicación,* EUDEBA, 2a. ed., Buenos Aires, 1987.
 - Febres Cordero, Julio: *Tres siglos de prensa y cultura en Venezuela.* Imprenta Nacional, Caracas, 1959.
 - *Tres siglos de la imprenta en Angostura, Correo del Orinoco,* Universidad Central de Venezuela, Caracas, 1964.
 - Féder, Joao: *Crimes da Comunicação Social.* Editora Revista dos Tribunais, São Paulo, 1987.
 - Fernández, Fátima: *Los medios de difusión en México.* Juan Pablo Editor, México, 1986.
 - Fernández, Jorge: *Tránsito a la libertad.* El Comercio, Quito, 1956.
 - Ferrarini, Sebastião Antonio: *A imprensa e o arcebispo vermelho.* Paulinas São Paulo, 1992.
 - Ferreira, Aluizio: *Direito à informação, direito à comunicação.* Celso Bastos Editora, São Paulo, 1997.
 - Ferreira, Maria Nazareth: *Imprensa operária no Brasil.* Ática, São Paulo, 1988.
 - Festa, Regina e Lins Da Silva, Carlos Eduardo: *Comunicação popular e alternativa no Brasil.* Paulinas, São Paulo, 1986.
 - Fonnegra, Gabriel: *La Prensa en Colombia.* Ancora, Bogotá, 1984.
 - Ford, Anibal: *La marca de la bestia.* Norma, Buenos Aires, 1999.
 - Ford, A; Rivera, J B; Romano, E.: *Medios de comunicación y cultura popular,* Legasa Buenos Aires, 1985.
 - Fox, Elizabeth: *Medios de comunicación y Política en América Latina.* Gustavo Gili, México, 1988.
 - *Dias de baile: el fracaso de la reforma en la televisión de América Latina,* FELAFACS/ WACC, México, 1990.
 - *Media and Culture in Latin America,* In: Corner, Schlesinger and Silverstone, eds. - *International Media Research - A critical survey,* Routledge, p. 185, London, 1997.
 - Fox, Elizabeth y Schmucler, Héctor: *Comunicación y democracia en América Latina.* Desco, Lima, 1982.
 - Freitas Nobre, José: *Le Droit de Réponse et la nouvelle technique de l'information,* Nouvelles Edition Latines, Paris, 1973.
 - *Imprensa e liberdade.* Os princípios constitucionais e a nova legislação. Summus, São Paulo, 1988.
 - Freire, Paulo: *Educação como prática da liberdade.* Paz e Terra, Rio de Janeiro, 1967.
 - Freyre, Gilberto: *O escravo nos anúncios de jornais brasileiros do século XIX,* Recife, 1961. Universidade Federal de Pernambuco (Reedição: São Paulo, Nacional, 1979).
 - Fuentes, Raúl: *Educación y telemática.* Norma, Buenos Aires, 2000.
 - García, Servando: *La imprenta en la Historia de Venezuela.* Monte Ávila, Caracas, 1975.
 - García Posada, Juan José: *Confirmado! Opciones para una prensa en emergencia.* Universidad Pontificia Bolivariana, Medellín, 1986.
 - Gargurevich, Juan: *Mito y verdad de los diarios de Lima.* Labor, Lima, 1972.
 - *Introducción a la Historia de los Medios de Comunicación en el Perú.* Editorial Horizonte, Lima, 1977.
 - *La Razón del joven Mariátegui.* Horizonte, Lima, 1978.
 - *La CIA y el Periodismo en América Latina.* Causachun, Lima, 1982.
 - *Comunicación y Democracia en el Perú.* Editorial

- Horizonte, Lima, 1988.
- Radio Martí. *Historia de una batalla entre Cuba y los EE.UU.* Ediciones La Voz, Lima, 1992.
 - Giordano, Carlos: *Democracia, política y comunicación.* Universidad Nacional de La Plata, La Plata, 1997.
 - Giusti, Miguel y Merino, María Isabel: *Ciudadanos en la Sociedad de la Información.* Pontificia Universidad Católica del Perú, Lima, 1999.
 - Gomes, Neusa Demartini: *Formas persuasivas de comunicação política: propaganda política e publicidade eleitoral,* EDIPUCRS, Porto Alegre, 2000.
 - Gomes, Pedro Gilberto: *Comunicação, memória e resistência,* Paulinas, São Paulo, 1989.
 - *O jornalismo alternativo no projeto popular.* Paulinas, São Paulo, 1990.
 - Gomes, Pedro Gilberto e Piva, Marcia: *Política de comunicação e participação popular,* Paulinas, São Paulo, 1988.
 - Gómez, Luis Aníbal: *Opinión Pública y medios de difusión.* CIESPAL, Quito, 1982.
 - Grillo, Mabel; Berti, Silvina; Rizzo, Adriana: *Discursos locales. Lo nuevo y lo viejo, lo público y lo privado.* Universidad Nacional de Río Cuarto, Río Cuarto, 1998.
 - Grimberg, Máximo Simpson: *Comunicación alternativa y cambio social.* UNAM, México, 1981.
 - *A comunicação alternativa na América Latina.* Vozes, Petrópolis, 1987.
 - Gumucio, Alfonso: *Historia del Cine en Bolivia.* Los Amigos del Libro, La Paz, 1982.
 - Haussen, Doris Fagundes: *Rádio e Política. Tempos de Vargas e Perón.* EDIPUCRS, Porto Alegre, 1997.
 - Herrán, María Teresa: *Tutela, Periodismo y Medios de Comunicación.* Tercer Mundo Editores, Bogotá, 1993.
 - Ianni, Octavio: *A sociedade global.* Civilização Brasileira, Rio de Janeiro, 1992.
 - Jambeiro, Otón: *Regulando a TV. Uma visão comparativa do Mercosul.* EDUFBA, Salvador, 2000.
 - Jobim, Danton: *Espírito do Jornalismo.* São José, Rio de Janeiro, 1960.
 - Jorge, Sebastião: *Política movida a paixão. O jornalismo polêmico de Odorico Mendes.* Universidade Federal do Maranhão, São Luis, 2000.
 - José, Emiliano: *Imprensa e poder. Relações perigosas.* Universidade Federal da Bahia, Salvador, 1996.
 - Kaplún, Mario: *Comunicación entre grupos. El método del cassette-foro.* CIID, Bogotá, 1984.
 - *Una pedagogía de la comunicación.* Ediciones de la Torre, Madrid, 1998.
 - Keller, Alfredo: *Comunicación política.* Conciencia 21, Caracas, 1985.
 - Kucinski, Bernardo: *Jornalistas e Revolucionários nos tempos da imprensa alternativa.* Scritta, São Paulo, 1991.
 - *A síndrome da antena parabólica.* Fund. Perseu Abramo, São Paulo, 1998.
 - Kuntz, Rolf e Luyten, Joseph: *Marketing Político. A eficiência a serviço do candidato.* Global, São Paulo, 1982.
 - Lage, Nilson: *Controle da opinião pública. Um ensaio sobre a verdade conveniente.* Vozes, Petrópolis, 1998.
 - Lamounier, Bolívar: *Voto de desconfiança.* Vozes, Petrópolis, 1980.
 - Landi, Oscar: *Medios, transformación cultural y política.* Legasa, Buenos Aires, 1987.
 - Lapple-Wagenhals, Doris: *A New Democratic Model - A New Communication Policy? On Communications in Nicaragua before and after July 19, 1979.* Peter Lang, Frankfurt, 1984.
 - Lattman-Weltman, Fernando: *A imprensa faz e desfaz um Presidente.* Nova Fronteira, Rio de Janeiro, 1994.
 - Leão, Anis José: *Limites da liberdade de imprensa,* Edições da Revista Brasileira de Estudos Políticos, Belo Horizonte, 1961.
 - León, Samuel y Bermúdez, Lilia: *La prensa internacional y el golpe de Estado chileno.* UNAM, México, 1976.
 - Lima, Venicio Artur: *Comunicación y Política en América Latina: el caso brasileño.* Gráfica Valci, Brasília, 1993.
 - Lins Da Silva, Carlos Eduardo: *Em busca do voto perdido. Os meios de comunicação na tentativa de restaurar um pacto populista.* Coojornal, Natal, 1981.
 - *Comunicação, hegemonia e contra-informação.* Cortez/ Intercom, São Paulo, 1982.
 - Lopes, Maria Immacolata e Marques De Melo, José: *Políticas Regionais de Comunicação: os desafios do Mercosul,* Londrina, Intercom/UJEL, 1997.
 - Lopes, Saint-Clair: *Fundamentos jurídico-sociais da radiodifusão.* Editora Nacional de Direito, Rio de Janeiro, 1957.
 - López, Ana y León, Andrés: *Comunicación tendiente a consolidar el proceso de integración del MERCOSUR.* CIESPAL, Quito, 1998.
 - López Vigil, José Ignacio: *Radio Pío XII, una mina de coraje.* ALER, Quito, 1984.
 - Luz Mora, Alba: *La televisión en el Ecuador.* Amauta, Quito, 1982.
 - Machado, Arlindo: *Rádios Livres.* Brasiliense, São Paulo, 1986.
 - Mamede, Maria Amélia: *A construção do Nordeste pela Mídia.* IOCE, Fortaleza, 1996.
 - Maranhão, Jorge: *Mídia e cidadania.* Topbooks, Rio de Janeiro, 1993.
 - Maranhão Filho, Luiz: *Legislação e Comunicação. Direito da Comunicação.* LTr São Paulo, 1995.

- Marcano Rosas, Jesús: *La independencia en los diarios de Venezuela y los periódicos de París, 1808-1825*. Universidad Central de Venezuela, Caracas, 1964.
- Marcondes Filho, Ciro: *O discurso sufocado*. Loyola, São Paulo, 1982.
- Marconi, Paolo: *A censura política da imprensa brasileira, 1968-1978*. Global, São Paulo, 1980.
- *Política e imaginário nos meios de comunicação de massas no Brasil*. Summus, São Paulo, 1985.
- Mariani, Bethaia: *O PCB e a imprensa. Os comunistas no imaginário dos jornais, 1922-1989*. Revan, Rio de Janeiro, 1998.
- Manuel, José y Espinosa, Jaimés: *Historia del Periodismo Político en Colombia*. Ediciones Italgraf, Bogotá, 1989.
- Marmentini, Vanessa y Guerrero, Arturo: *La manipulación de la información - tratamiento del caso Nicaragua en la prensa*. Cinep, Bogotá, 1978.
- Marques De Melo, José: *Comunicação, opinião, desenvolvimento*. Vozes, Petrópolis, 1971.
- *Sociologia da Imprensa*. Vozes, Petrópolis, 1973.
- *Comunicação/Incomunicação no Brasil*. Loyola, São Paulo, 1976.
- *Comunicação e classes subalternas*. Cortez/Intercom, São Paulo, 1980.
- A Comunicação na Pedagogia de Paulo Freire, In: *Comunicação & Libertação*. Vozes, Petrópolis, 1981.
- *Populismo e Comunicação*. Cortez/Intercom, São Paulo, 1981b.
- *Censura e liberdade de imprensa*. ComArte, São Paulo, 1984.
- *Comunicação: Teoria e Política*. Summus, São Paulo, 1985.
- *Comunicação e Transição Democrática*. Mercado Aberto, Porto Alegre, 1985^a.
- *Comunicação: direito à informação*. Papyrus, Campinas, 1986.
- *Comunicação na América Latina. Desenvolvimento e crise*. Papyrus Campinas, 1989.
- *Communication and Democracy. Brazilian Perspectives*, ECA-USP São Paulo, 1991.
- *Teoria da Comunicação: paradigmas latino-americanos*. Vozes, Petrópolis, 1998.
- O Mercosul na Imprensa do Mercosul, *Anuário Unesco/ Umesp de Comunicação Regional*, 4, São Bernardo do Campo, 2001, p. 13-112.
- *Da Agora ao Ciberespaço (ou) A esfinge imutável. Relações entre mídia e política na pesquisa comunicacional*. Texto inédito, 2001a.
- *Liberdade de imprensa. Via de mão dupla*. Conferência. Parlamento Latino-Americano. São Paulo, 28 de maio de 2001, 2001B.
- Marques De Melo, José & Goldenberg, José: *Direito à informação, direito de opinião*, ECA-USP, São Paulo, 1990.
- Marques De Melo, José & Nava, Rosa: *Comunicação nas Américas: o diálogo Sul-Norte*. Leopoldianum, Santos, 1998.
- Martins, Francisco Menezes e Machado Da Silva, Juremir: *Para navegar no século XXI. Tecnologias do imaginário e cibercultura*. Ediopucrs/Sulina, Porto alegre, 1999.
- Mattelart, Armand: *Agresión desde el espacio. Cultura y napalm en la era de los satélites*. Universidad de Valparaíso, Valparaíso, 1972.
- *La comunicación masiva en el proceso de liberación*. Siglo XXI, Buenos Aires, 1974.
- *El imperialismo en busca de la contrarrevolución cultural*. Universidad Central de Venezuela, Caracas, 1974.
- *Comunicación y Nueva Hegemonía*. Celadec, Lima, 1981.
- *Communicating in Popular Nicaragua*. International General, New York, 1986.
- Mattelart, Armand y Michéle: *Comunicación e ideologías de la seguridad*. Anagrama Barcelona, 1978.
- Mattelart, Biedma y Funes: *Comunicación masiva y revolución socialista*. Diógenes Mexico, 1971.
- Mattelart, Castillo y Castillo: *La ideología de la comunicación en una sociedad dependiente*. Signos, Buenos Aires, 1970.
- Matos, Heloiza: *Mídia, eleições e democracia*. Scritta, São Paulo, 1994.
- Mattos, Sérgio: *A Televisão no Brasil: 50 anos de história (1950-2000)*. PAS - Inamá Salvador, 2000.
- Mayobre, José Antonio: *Información, dependencia y desarrollo*. Monte Ávila, Caracas, 1978.
- *La labor de Sísifo*. Monte Ávila, Caracas, 1992.
- Miranda, Orlando: *Tio Patinhas e os mitos da comunicação*, Summus, São Paulo, 1976.
- Miro, Rodrigo: *La imprenta y el Periodismo en Panamá durante la primera mitad del siglo XIX*. Academia Panameña de la Historia, Panamá, 1976.
- Miró Quesada, Carlos: *Historia del Periodismo Peruano*. Villanueva, Lima, 1957.
- Medina, Cremilda: *Símbolo & narrativa. Rodízio 97 na cobertura jornalística*. Secretaria do Medio Ambiente, São Paulo, 1998.
- Meyer, Henrich y Maldonado, Karin: *Medios de Comunicación y Poder Político en América Central*. Fundación Konrad Adenauer, Buenos Aires, 1996.
- Momesso, Luiz: *Comunicação sindical - limites, contradições, perspectivas*. Editora Universitaria, Recife, 1997.
- Moraes, Dênis de: *O imaginário vigiado - A imprensa comunista e o realismo socialista no Brasil*, José Olympio, Rio de Janeiro, 1994.

- *Globalização, mídia e cultura contemporâneas*. Letra Livre, Campo Grande, 1997.
- *Planeta Mídia*. Letra Livre, Campo Grande, 1998.
- *O concreto e o virtual. Mídia, cultura e tecnologia*. DP&A, Rio de Janeiro, 2001.
- Moreira, Sonia Virginia: *Rádio Palanque. Fazendo política no ar*. Mil Palabras, Rio de Janeiro, 1998.
- Morzán, Carlos Parra: *Medios de comunicación colectiva y opinión pública*. Universidad de San Marcos, Lima, 1979.
- Mujica, Héctor: *El imperio de la noticia*. Universidad Central de Venezuela, Caracas, 1967.
- Mujica, Héctor y Díaz Rangel, Eleazar: *Los medios empresariales y la libertad de prensa*. Universidad Central de Venezuela, Caracas, 1969.
- Muraro, Heriberto: *Neoliberalismo y comunicación de masa*. Eudeba, Buenos Aires, 1974.
- *Poder y comunicación. La irrupción del marketing y la publicidad en la política*. Letra Buena, Buenos Aires, 1991.
- Nuzzi, Erasmo e Barros Filho, Clovis de: *Globalização, mídia e ética*. Pleiade, São Paulo, 1998.
- Novaes, Washington: *A quem pertence a informação*. Vozes, Petrópolis, 1996.
- Ocampo, Eduardo: *Historia del Periodismo en Bolivia*. Juventud, La Paz, 1978.
- Ochoa, Oscar: *Comunicación política y opinión pública*. McGraw Hill, México, 1999.
- O'donnell, Penélope: *Dar la palabra al pueblo. La enseñanza-aprendizaje de la comunicación en Nicaragua durante la Revolución Popular Sandinista*. Universidad Iberoamericana, México, 1995.
- Oliveira, Omar Souki: *Genocídio cultural*. Paulinas, São Paulo, 1991.
- Ortiz, Renato: *Mundialização e cultura*. Brasiliense, São Paulo, 1994.
- Osório Meléndez, Hugo: *Políticas de información y Derecho*. Universidad Metropolitana, Santiago, 1997.
- Otero, Gustavo Adolfo: *La cultura y el periodismo en América*. Liebmann, Quito, 1953.
- Oviedo, Carlos: *Manejos de la propaganda política*. Oscar Castañeda Editor, Lima, 1981.
- *Prensa y Subversión: una lectura de la violencia en Perú*. Mass Communication Editores, Lima, 1989.
- Páez Ávila, Juan: *La juventud censurada*. Universidad de Carabobo, Carabobo, Venezuela, 1974.
- Paiva, Alfredo: *Por una información libre y liberadora*. Celadec, Lima, 1982.
- Pasquali, Antonio: *Comunicación y cultura de masas*. Universidad Central de Venezuela, Caracas, 1963.
- *El aparato singular*. Universidad Central de Venezuela, Caracas, 1967.
- *La comunicación cercenada*. Monte Ávila, Caracas, 1990.
- *El orden reina*. Caracas, Monte Ávila, 1991.
- *Bienvenido Global Village*. Monte Ávila, Caracas, 1998.
- Paz, Ida: *Medios masivos, ideología y propaganda imperialista*. Unión de Escritores y Artistas de Cuba, La Habana, 1977.
- Peirano, Luis y otros: *Prensa: apertura y límites*. Desco, Lima, 1978.
- Penteado, Heloísa Dupras: *Pedagogia da Comunicação*. Cortez Editora, São Paulo, 1998.
- Pereira, João Batista Borges: *Côr, mobilidade e profissão. O negro e o rádio em São Paulo*. Perspectiva, São Paulo, 1967.
- Pereira, Moacir: *O golpe do silêncio*. Global, São Paulo, 1984.
- *A democratização da comunicação*. Global, São Paulo, 1987.
- *O Direito à Informação na nova Lei de Imprensa*. Global, São Paulo, 1993.
- Pereira Dos Santos, Manoel Joaquim: *O direito de autor na obra jornalística gráfica*. Editora Revista dos Tribunais, São Paulo, 1981.
- Peruzzo, Cílicia: *Comunicação nos movimentos populares*. Vozes, Petrópolis, 1998.
- Pineda De Alcázar, Migdália: *Sociedad de la Información. Nuevas Tecnologías y Medios Masivos*. Ediluz, Maracaibo, 1996.
- Poerner, Arthur José: *Identidade cultural na era da globalização. Política federal de cultura no Brasil*. Revan, Rio de Janeiro, 1997.
- Portales, Diego: *Poder econômico y libertad de prensa. La industria de la comunicación chilena en la democracia y el autoritarismo*. ILET, México, 1981.
- *Televisión Chilena. Censura o Libertad*. ILET/PEHUEN, Santiago, 1988.
- *La Política en Pantalla*. ILET, Santiago, 1989.
- Portão, Ramão Gomes: *Criminologia da comunicação*. Traço, São Paulo, 1980.
- *A vítima nos meios de comunicação*. Traço, São Paulo, 1982.
- Priess, Frank y Soldevilla, Fernando Tuesta: *Campañas electorales y medios de comunicación en América Latina*. Fundación Konrad Adenauer, Buenos Aires, 1999.
- Prieto, Daniel: *Comunicación y percepción de las migraciones*. Serbal, Barcelona, 1984.
- *Discurso autoritario y comunicación masiva*. Premia, Puebla, 1991.
- *Retórica y manipulación masiva*. Coyoacán, México, 1994.
- *La comunicación en la educación*. La Crujía, Buenos Aires, 1999.

- Proaño, Luis E.: *Comunicación y Política: temas controversiales*. CIESPAL, Quito, 1989.
- Queiroz, Adolpho: *Telepolítica*, In: *Comunicação & Sociedade*, n. 33. Editora da UMESP São Bernardo do Campo, 1999.
- Quiroz, María Teresa: *Todas las voces. Comunicación y educación en el Perú*. Universidad de Lima, Lima, 1993.
- Rama, Claudio: *Industrias Culturales en Uruguay*. Arca, Montevideo, 1992.
- Rabelo, Genival: *O capital estrangeiro na imprensa brasileira*. Civilização Brasileira, Rio de Janeiro, 1966.
- *A batalha da opinião pública*. Saga, Rio de Janeiro, 1970.
- Retamar Roberto: *Imperialismo y medios masivos de comunicación*. Casa de las Américas, La Habana, 1973.
- Rey, Germán: *Balsas y medusas. Visibilidad comunicativa y narrativas políticas*. Fundación Social, Bogotá, 1998.
- Reyes Matta, Fernando: *La información en el nuevo orden internacional*. ILET México, 1977.
- *Comunicación alternativa y búsquedas democráticas*. ILET, México, 1983.
- Ribeiro, Darcy: *América Latina, a pátria grande*. Editora Guanabara, Rio de Janeiro, 1986.
- Riedinger, Edward Anthony:
 - *Como se faz um Presidente. A campanha de JK*, Nova Fronteira, Rio de Janeiro, 1988.
- Rivadeneira, Raúl e Tirado, Nazario: *La televisión en Bolivia*. Quipus, La Paz, 1986.
- Rizzini, Carlos: *Liberdade de imprensa*. Mantiqueira, Campos do Jordão, 1998.
- Roca Torres, Luis: *El Gobierno Militar y las comunicaciones en el Perú*. EPASA Lima, 1975.
- Roncagliolo, Rafael: *Comunicación Transnacional. Conflicto Político y Cultural*. Desco, Lima, 1982.
- *Políticas de Televisión en los Países Andinos*, IPAL, Lima, 1988.
- *América Latina: las comunicaciones de cara al 2.000*. IPAL, Lima, 1991.
- Roncagliolo, Rafael y Reyes Matta, Fernando: *Iglesia, prensa y militares - El caso Riobamba y los obispos latinoamericanos*. ILET, México, 1978.
- Rodrigues, João Carlos: *O negro brasileiro e o cinema*. Globo, Rio de Janeiro, 1988.
- Rubim, Albino: *História e Comunicação no Capitalismo*. Universidade Federal da Paraíba, João Pessoa, 1980.
- *Comunicação e Capitalismo*, Universidade Federal da Bahia, Salvador, 1991.
- *Marxismo, cultura e intelectuais no Brasil*. Universidade Federal da Bahia, Salvador, 1995.
- *Idade Mídia*. EDUFBA, Salvador, 1995ª.
- *Mídia e política no Brasil*. Editora da UFPB, João Pessoa, 1999.
- *Mídia e eleições 98*. Editora da UFPB. João Pessoa, 2000.
- *Comunicação & Política*. Hacker, São Paulo, 2000.
- Salcedo, José María: *Las tumbas de Uchuracay*. Córdor, Lima, 1984.
- Sánchez De Armas, Miguel Ángel: *Comunicación y globalidad*. Fundación Manuel Buendía, México, 1998.
- *La televisión mexicana*. Fundación Manuel Buendía, México, 1998ª.
- Santiago, Cláudia e Giannotti, Vito: *Comunicação Sindical. Falando para milhões*. Vozes, Petrópolis, 1997.
- Santoro, Luiz Fernando: *A imagem nas mãos*, Summus, São Paulo, 1989.
- Santos, Reinaldo: *Vade Mécum da Comunicação*, Destaque, Rio de Janeiro, 1972.
- *A legislação brasileira dos meios de comunicação*. Editora Rio, Rio de Janeiro, 1976.
- Santos Pereira, Geraldo: *Plano geral do Cinema Brasileiro. História, Cultura, Economia e Legislação*. Borsoi, Rio de Janeiro, 1973.
- Sarabia, Nydia: *El Periodismo: una misión histórica*. Pablo de la Torriente, La Habana, 1987.
- Schenkel, Peter: *Políticas Nacionales de Comunicación*. CIESPAL, Quito, 1981.
- *Integración y comunicación en el área Andina*. CIESPAL, Quito, 1986.
- Schenkel, Peter y Ordoñez, Marco: *Comunicación y cambio social*. Ciespal Quito, 1981.
- Schmucler, Héctor y Mata, María Cristina: *Política y comunicación. ¿Hay un lugar para la política en la cultura mediática?* Universidad Nacional de Córdoba, Córdoba, 1992.
- Selsler, Gregorio y Roncagliolo, Rafael: *Trampas de la información y neocolonialismo*. ILET, México, 1979.
- Silva, Ludovico: *La plusvalía ideológica*. Universidad Central de Venezuela, Caracas, 1970.
- *Teoría y práctica de la ideología*, Editorial Nuestro Tiempo, Caracas, 1971.
- Silva, Renam: *Prensa y Revolución a finales del siglo XVIII*. Banco de la República, Bogotá, 1988.
- Skidmore, Thomas: *Television, Politics and the Transition to Democracy in Latin America*. Woodrow Wilson Center, Washington, 1993.
- Smith, Anne-Marie: *Um acordo forçado. O consentimento da imprensa à censura no Brasil*. Editora da FGV, Rio de Janeiro, 2000.
- Soares, Ismar de Oliveira: *Sociedade da informação ou da comunicação*. Cidade Nova, São Paulo, 1996.
- Sodré, Muñiz: *A comunicação do grotesco*. Vozes, Petrópolis, 1972.

- *O monopólio da fala*. Vozes, Petrópolis, 1977.
- *A verdade seduzida. Por um conceito de cultura no Brasil*. Codecri, Rio de Janeiro, 1983
- *O terreiro e a cidade. A forma social negro-brasileiro*. Vozes, Petrópolis, 1988.
- *Reinventando a cultura. A comunicação e seus problemas*. Vozes, Petrópolis, 1996.
- *Claros e escuros. Identidade, povo e mídia no Brasil*. Vozes, Petrópolis, 1999.
- Sol, Ricardo: Comunicación y conflicto social, en: *Estudios Sociales Centroamericanos*, vol. I. CSUCA, San José, Costa Rica, 1986.
- Suarée, Octavio de la: *Moralética del Periodismo*. Cultural S.A., La Habana, 1946.
- *Socioperiodismo*. Cultural S.A., La Habana, 1948.
- Taufic, Camilo: *Periodismo y lucha de clases*. Ediciones de la Flor, Buenos Aires, 1974.
- Tavares, Virginia: *A revolta do rebanho de Cristo*. Edições UFC, Fortaleza, 1997.
- Teixeira Dos Santos, N. P.: *A fotografia e o direito do autor*. LTr, São Paulo, 1977.
- Tello, Max: *A los lados del fuego: Comunicación y política*. SRL, Lima, 1994.
- Terrero, José Martínez: *La Publicidad en Venezuela*, 2ª. ed. Vadell Hermanos, Valencia, 1991.
- *Militarismo y manipulación informativa*. Equipo Comunicación, Caracas, 1982.
- *Comunicación grupal libertadora*. Paulinas, Buenos Aires, 1986.
- Terrero, Patricia: *Culturas locales y cambios tecnológicos*. Universidad Nacional de Entre Ríos, Entre Ríos, 1999.
- Tolosa, Mauricio: *Comunicología. De la aldea global a la comunidad global*. Dolmen, Santiago, 1999.
- Torres, Luis y Castañeda, María del Carmen: *El Periodismo de México*. 500 años de Historia. Edamex, México, 1998.
- Torquato, Gaudencio: *Marketing político e governamental*. Summus, São Paulo, 1985.
- *Cultura, poder, comunicação e imagem*. Pioneira, São Paulo, 1991.
- Toussaint, Florence: *Recuento de medios fronterizos*. Fundación Manuel Buendía, México, 1990.
- *¿Televisión Pública en México?* Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, México.
- *Democracia y medios de comunicación: un binomio inexplorado*. La Jornada, México, 1995.
- *Televisión sin fronteras*. Siglo XXI, México, 1998.
- Torrico, Erick: *Comunicación, política y emisión ideológica*. Sindicato de los Trabajadores de la Prensa de La Paz, La Paz, 1992.
- *La comunicación desde la democracia*. Latina, La Paz, 1995.
- Trejo, Raúl: *La prensa marginal*. El Caballito, México, 1980.
- *Ver, pero también leer. Televisión y prensa: del consumo a la democracia*. Instituto Nacional del Consumidor, México, 1991.
- *La sociedad ausente. Comunicación, democracia y modernidad*. Cal y Arena, México, 1992.
- *Chiapas, la guerra de las ideas*. Diana, México, 1994.
- *Chiapas, la comunicación enmascarada*. Diana, México, 1994a .
- *Volver a los medios. De la crítica a la ética*. Cal y Arena, México, 1997.
- Ulanovsky, Carlos: *Parent la rotativas. Historia de los grandes diarios, revistas y periodistas argentinos*. Espasa, Buenos Aires, 1997.
- UNESCO: *Medios de comunicación y democracia en América Latina y el Caribe*. París, 1995.
- Valente, L. I.: *Crimes na propaganda eleitoral*. Cejup, Belém, 1992.
- Van Dick, Teuen A.: *Racism and the Press*. Routledge, London, 1991.
- Vázquez, Adelina: *Apuntes de la prensa clandestina y guerrillera del período 1952-1958*. Unión de Periodistas de Cuba, La Habana, 1973.
- Velásquez, Román y Díaz Rangel, Eleazar: *Bolívar y el Periodismo*. Congreso de la República Venezolana, Caracas, 1983.
- Vera, Ernesto y Constantín, Elio E.: *El Periodismo y la lucha ideológica*. Unión de Periodistas de Cuba, La Habana, 1985.
- Vera, Héctor: *La comunicación seductora. La acción comunicativa en la política y en la vida cotidiana*. Edición del autor, Santiago, 1992.
- Verbitsky, Horacio: *Prensa y poder en Perú*. Extemporáneos, México, 1974.
- Vieira, R. Amaral A.: *Comunicação de massa: o impasse brasileiro*. Forense Universitaria, Rio de Janeiro, 1978.
- Vieira, Toni André Scharlau: *Comunicação Sindical*. Editora da Ulbra, Canoas, 1996.
- Waisbord, Silvio: *El gran desfile. Campañas electorales y medios de comunicación en Argentina*. Sudamericana, Buenos Aires, 1995.
- Werneck Sodrè, Nelson: *História da Imprensa no Brasil*. 4ª. ed. Mamad, Rio de Janeiro, 1999.
- White, Robert: *La teoría de la comunicación en América Latina: una visión europea de sus contribuciones*. Telos 19, Fundesco, Madrid, págs. 43-54, 1989.
- Zavala, Gonzalo: *La sociedad informatizada. ¿Una nueva utopía?*. Trillas, México, 1990.

Globalización e industrias culturales: dialéctica de la mundialización

Enrique E. Sánchez Ruiz¹
Universidad de Guadalajara

Globalización, regionalización, localización; homogeneización, diversidad; hegemonía y convergencia.

No hay una sola "fórmula" que simplifique y explique todos los procesos históricos, económicos, políticos, sociales y culturales que ocurren hoy día en el mundo contemporáneo. Ni siquiera la "modernidad" (o su etapa "post"), o en términos más procesuales, la "modernización", ni la globalización, como conceptos abarcadores, nos permiten agotar la interpretación de todo lo que nos acontece a todos en este planeta, de cualquier forma tan interconectado e interrelacionado, pero también tan fragmentado, y tan excluyente, como nunca antes en la historia². Sin embargo, hay algún consenso alrededor del proceso de "mundialización", o "globalización", como principal eje alrededor del cual giran los procesos centrales del siglo que terminó y del que comienza.

Este es entonces el tiempo de la "globalización", cuando las naciones, las regiones, los gobiernos y las empresas, así como los ciudadanos que pueblan la Tierra están -prácticamente todos, aunque muy asimétricamente- interconectados, gracias a los adelantos tecnológicos en materia de información y co-

municaciones. Pero también son tiempos de reforzamiento de "lo local". No solamente escuchamos hoy en día sobre la famosa "glocalización", que consiste en la complementaria oposición y acomodamiento entre lo global y lo local³, sino que vemos desde hace varios lustros la conformación de "regiones" en la economía política "global", como la Unión Europea, el Mercosur, Asean, el TLCAN⁴. Dentro de los procesos de reforzamiento de lo local podemos incluir el despertar de etnicidades dormidas, aunado a nuevos nacionalismos que han surgido de "estados sin nación" y grupos étnicos minoritarios dentro de Estados-nación preexistentes⁵. Algunas identidades étnicas "locales" incluso se refuerzan "desterritorializadamente", en situaciones de emigración, por ejemplo⁶. A pesar de que entre algunas de las narraciones o imaginarios de la globalización⁷, se encuentra el relato de que las naciones y los estados nacionales "ya no existen", o en una versión más axiológica, que "ya no deberían existir", de hecho las naciones siguen constituyendo "comunidades imaginarias"⁸ muy reales y sus gobiernos continúan siendo actores importantes en el escenario mundial, internacional⁹. Esto, aun en el seno de las nuevas configuraciones regionales. Las políticas públicas resurgen como opción de rumbo histórico frente al

¹Enrique Sánchez Ruiz. Doctor en Comunicación. Ex presidente de ALAIC. Profesor e Investigador. Universidad de Guadalajara, México. Especialista en industrias culturales.

²Ianni, Octavio: *Enigmas de la Modernidad-Mundo*. Siglo XXI, México, 2000; García Canclini, Néstor: *La Globalización Imaginada*. Paidós, México, 1999.

³Robertson, Roland: *Globalization*. Sage. Londres, 1992.

⁴Oman, Charles: *Globalisation and Regionalisation: The Challenge for Developing Countries*. Paris, 1994, OECD Development Centre; Varis, Tapio: "Cultural industries and the post cold war world", en M. Breen (ed.) *Cultural Industries: National Policies and Global Markets*. Melbourne, 1993, Centre for International Research on Communication and Information Technologies (CIRCIT). Proceedings of a CIRCIT Conference.

⁵Moragas Spà, M. De y Carmelo Garitaonandía: *Descentralization in the Global Era. Television in the Regions, Nationalities and Small Countries of the European Union*. John Libbey, Londres, 1995.

⁶Gendreau, Mónica y Gilberto Giménez: "Between Popocatepetl and Brooklyn ... Migration and mass media effects on regional identity in Atlixco, Puebla, Mexico", 1998. Ponencia presentada en "Mexican Migrants in New York and Mexico", The Mexican Cultural Institute of New York/ Columbia University Center for Migration. Nueva York, 16-17 de Octubre.

⁷García Canclini, Néstor: *La Globalización Imaginada*, 1999 op cit.

⁸Anderson, Benedict: *Imagined Communities. Reflections on the Origin and Spread of Nationalism*, Verso, Londres, 1991.

⁹Lind, Michael: "Las bondades de la nación", en *Este País*, Núm. 124, Julio, 2001; Smith, Anthony D.: *Nacionalismo y Modernidad*. Istmo, Madrid, 2000; Giddens, Anthony: *Un mundo desbocado. Los efectos de la globalización en nuestras vidas*. Taurus, Madrid, 1999.

¹⁰Si se habla de políticas públicas, no necesariamente se las opone tajantemente al mercado. Es decir, si no niega de manera total la eficiencia relativa, en algunos casos, de la interacción entre la oferta y la demanda (las "fuerzas del mercado"). No parto de una concepción simplista y maniquea, sino más bien compleja, multidimensional y cambiante. Ver: Sánchez Ruiz, Enrique E. "Industrias culturales y globalización. Un enfoque histórico estructural", en G. Orozco (coord.) *Lo viejo y lo nuevo. Investigar la comunicación*

fundamentalismo del mercado y al fatalismo totalitario de la mundialización¹⁰. Pero también estamos hablando de la anarquía potencial de los movimientos sociales muy localizados y dispersos, de frente al totalitarismo virtual del mercado mundial, donde los estados nacionales encuentran todavía un papel central de mediación¹¹. A pesar de que han tomado relevancia histórica actores supranacionales y subnacionales, el Estado-Nación sigue constituyendo un contexto y una referencia simbólica y real para ambos. En este sentido, si bien estamos de acuerdo en que la globalización está redefiniendo muchos objetos de estudio, unidades de análisis y escalas de observación de las ciencias sociales¹², creemos que el Estado-nación es todavía contexto, referencia, y unidad de observación y análisis, con pertinencia, aun en estudios que tienen que ver con procesos de articulación "global".

Lo global y lo local; el corto y el largo plazo. Un punto de vista histórico-estructural

La llamada globalización es entonces la etapa actual del largo desarrollo histórico del capitalismo. Se caracteriza porque el mundo contemporáneo se encuentra profusamente interconectado por enmarañadas redes y flujos de comercio, de transacciones financieras, de información y cultura (incluida, aunque en menor medida, la "alta cultura"; en mucho mayor extensión, fluyen planetariamente los productos de las industrias culturales). Un factor contribuyente al reinado de tales urdimbres ha sido el vertiginoso florecimiento de las avanzadas tecnologías de información y comunicación, base fundamental de la "economía informacional", cimiento a su vez de la "sociedad red" de la que habla Manuel Castells¹³. Lo más sobresaliente de tales desarrollos tecnológicos recientes ha sido el proceso de *convergencia* de las telecomunicaciones (el teléfono, la comunicación vía satélite), con las tecnologías de información (las computadoras y todos sus periféricos, que han posibilitado constituir grandes redes, como la Internet), y

con las industrias culturales, en particular las audiovisuales, potenciadas enormemente por la digitalización¹⁴. Así, por ejemplo a la Internet se le ha dado en llamar la "autopista de la información"; pero de igual forma se le podría denominar también "autopista de la diversión"¹⁵, e incluso "autopista de la educación", pues todos esos usos se le dan ya intensivamente a la "red de redes"¹⁶.

Infortunadamente, dicho sea de paso, un vehículo que surgió primero con el intercambio de información académica y científica (aunque propiciado en un principio por el Departamento de Defensa estadounidense), ha desplazado tal operación originaria, ante el embate del comercio electrónico, uso emergente principal en la actualidad. Un enorme potencial democrático-comunicacional ha devenido en gran negocio, en vías de concentración en pocas manos¹⁷. Mediante la convergencia, primeramente tecnológica y luego económica, las industrias culturales han resultado articuladas con algunos de los sectores que guían el devenir económico de la sociedad actual, como son las telecomunicaciones y las tecnologías de la información.

Esta sociedad-red global, llamada también "de la información", o "del conocimiento", parecería comenzar a corresponder plenamente a lo que Abraham Moles describía en los años setenta como la sociedad de la "opulencia comunicacional"¹⁸. Complementariamente, parece también estarse cumpliendo por lo menos una cierta imagen de la "aldea global" que proponía en los sesenta Marshall McLuhan, por el potencial de interconexión que posee la tecnología actual¹⁹. Parecería que este nuevo siglo estaría dando testimonio de la llegada de un nuevo orden social, económico, político y cultural a escala planetaria, en el cual el mercado y la democracia estarían logrando el sueño de un desarrollo justo, equilibrado y pleno para la humanidad. Sin embargo, como corroboramos más adelante, desafortunadamente parece estar ocurriendo lo contrario, según reconocen incluso altas autoridades de organismos financieros como el Fondo Monetario Internacional,

o el Banco Mundial, en el sentido del incremento de la pobreza en el mundo, y el crecimiento de las brechas entre países ricos y pobres (así como de las distancias sociales al interior de las naciones). Hay, pues, en el mundo opulencia para unos pocos y escasez para muchos, tanto en lo material como en lo informativo y en lo cultural.

A pesar de su carta de naturalización en el discurso cotidiano, tanto como en el académico, la globalización para muchos sigue constituyendo una novedad histórica. En gran medida lo es, aunque hay quienes sostenemos que el proceso que llega a este planeta actual, imbricadamente interconectado e interdependiente del nuevo siglo, no comenzó hace poco, sino que, de hecho, ha ido acompañando la expansión de la "civilización occidental" o, más precisamente, la del sistema capitalista mundial²⁰. La investigadora estadounidense Marjorie Ferguson parece opinar igual:

... si el proceso de globalización comenzó con los exploradores y descubridores de los siglos XV y XVI, ellos anticiparon y ensombrecen los logros de sus contrapartes actuales, en la exportación de la tecnología, los bienes y la industria cultural de su tiempo. Es verdad, entonces fue el Cristianismo en lugar de Madonna, pero... es importante recordar que la influencia exportadora de bienes económicos y culturales ha caracterizado las relaciones internacionales de poder a través de los siglos²¹. Así, creemos que la llamada globalización se debe pensar, como fase actual de la expansión histórica del capitalismo. Desde una perspectiva de "larga duración" en el sentido de Fernand Braudel²², la inserción y articulación asimétrica de América Latina al sistema mundial en proceso de formación, no habría comenzado entonces con la televisión, las "nuevas tecnologías de comunicación" o la internet, sino desde la llegada de Cristóbal Colón²³. El fin del "largo siglo XVI", en palabras de Immanuel Wallerstein, a partir de la expansión del capita-

lismo comercial, prefiguró (y configuró) históricamente el "moderno sistema-mundo"²⁴. Desde este punto de vista de largo plazo, entonces, el proceso globalizador, cuyo motor principal ha sido la internacionalización del capital²⁵, pero no se agota en los factores económicos, ha sido lento aunque en una constante aceleración de los movimientos históricos. Se trata, pues, del largo viaje histórico hacia lo que Octavio Ianni denomina la "modernidad-mundo"²⁶. Lo que principalmente argumentamos es que la "globalización" no surgió por generación espontánea, sino que es producto de un largo proceso histórico.

En todo caso, se puede pensar en grandes fases del proceso de expansión capitalista: Al irse inventando las naciones, desde el tiempo de la emergencia del capitalismo mercantil, las grandes navegaciones transoceánicas y las conquistas coloniales a partir de la Europa del Siglo XVI, fue ocurriendo la *internacionalización* del capitalismo, o la expansión de la "economía-mundo" surgida de Europa²⁷. Este es un largo transcurrir, con diversas subetapas, que aquí no es menester relatar²⁸. Ya en el Siglo XX, al final de la llamada "fase imperialista"²⁹, se configura la etapa de la *transnacionalización*, cuyo motor principal lo constituyen las grandes empresas llamadas transnacionales, que "jalan" y orientan los movimientos del capital, así como influyen en las relaciones entre estados nacionales³⁰. Ahora no se trata solamente del comercio internacional, sino también de los grandes flujos de inversión extranjera directa e indirecta y la mundialización de los procesos productivos mismos. Es también cuando surgen los desarrollos científicos y tecnológicos, que llevarán a la génesis del "paradigma informacional", según le llama Manuel Castells, el mismo que está en la base de la actual "sociedad red"³¹. La movilidad tanto de capitales, como de mercancías, y la ubicuidad que permiten a unos cuantos la tecnología de información y las telecomunicaciones, desembocan en la gran

en *el Siglo XXI*. Madrid 2000: Ediciones de la Torre.

¹¹Castells, Manuel: La era de la información. Economía, sociedad y cultura. Vol. 1. *La sociedad red*. Siglo XXI, México, 1999.

¹²Ianni, Octavio: *Teorías de la Globalización*. Siglo XXI / UNAM. México, 1996.

¹³Castells, Manuel: La era de la información. Economía, sociedad y cultura. Vol. 1: *La sociedad red*. Siglo XXI, México, 1999.

¹⁴Sánchez Ruiz, Enrique E.: "Globalización y convergencia: Retos para las industrias culturales latinoamericanas", en *Revista Universidad de Guadalajara*, Núm. 20, Abril, 2000.

¹⁵Tremblay, Gaëtan: "Las autopistas de la diversión en Canadá", en *Telos*, Madrid, Núm. 41, Mar.-May., 1995.

¹⁶Sánchez Ruiz, op. cit.

¹⁷McChesney, Robert W.: "The Internet and U.S. Communication Policy-Making in Historical and Critical Perspective", en *Journal of Computer-Mediated Communication*, Vol. 1, Núm. 4, 1996. (<http://www.ascusc.org/jcmc/vol1/issue4/mcchesney.html>, bajado el 7/01/01).

¹⁸Moles, Abraham: "Ecología de la Comunicación. Redes, mensajes y transacciones", en A. Moles y C. Zeltmann (dir.) *La Comunicación y los Mass Media*. Ediciones Mensajero (Diccionarios del Saber Moderno), Bilbao, 1975.

¹⁹McLuhan, Marshall y Quentin Fiore: *War and Peace in the Global Village*. McGraw-Hill, Nueva York, 1968.

²⁰Sánchez Ruiz, Enrique E: "*El nuevo carácter de la dependencia: La globalización y el espacio audiovisual*", en G. Orozco (coord.) *Miradas latinoamericanas a la*

televisión. Universidad Iberoamericana, México, 1996.

²¹Ferguson, Marjorie: "Globalisation of cultural industries: Myths & realities", en Marcus Breen (ed.) Cultural industries: National policies and global markets. CIRCI, Melbourne, 1993, pág. 3.

²²Braudel, Fernand: *La historia y las ciencias sociales*. Alianza Editorial, México, 1984.

²³Ferrer, Aldo: *De Cristóbal Colón a Internet: América Latina y la globalización*. Fondo de Cultura Económica, México, 1999.

²⁴Wallerstein, Immanuel: *The Modern World-System*. Academic Press, Nueva York, 1976.

²⁵Pallois, Christian: "The self-expansion of capital on a world scale", en *The Review of Radical Political Economics*, Vol. 9, Núm. 2, Verano, 1977.

²⁶Ianni, Octavio, *Enigmas de la Modernidad-Mundo*. Siglo XXI, México, 2000.

²⁷Braudel, Fernand: *Las civilizaciones actuales. Estudio de historia económica y social*. REI, México, 1991.

²⁸Chase-Dunn, Christopher: "Economic globalization since 1795: Structures and cycles in the Modern World-System", ponencia presentada en la sesión de "Globalización en Perspectiva Histórica y Contemporánea" de la International Studies Association, Washington, D.C., Feb. 20, 1999 (<http://csf.colorado.edu/wsystems/archive/papers/c-d&hall/toc.htm>, bajado el 09/08/00).

²⁹Ianni, Octavio: *Sociología del imperialismo*. SepSetentas. Secretaría de Educación Pública, México, 1974.

³⁰Sunkel, Oswaldo y Edmundo Fuenzalida: "Transnationalization and its national consequences", en

interconectividad e interdependencia asimétricas que caracterizan al proceso ya propiamente de *globalización*.

El acelerado proceso histórico de las décadas más recientes ha significado, necesariamente, la *redefinición, no desaparición*, del Estado-nación, así como de la noción de soberanía nacional, ante el surgimiento de nuevos actores multinacionales, transnacionales e internacionales en el panorama geopolítico mundial³². Los acomodos y reacomodos económicos y políticos desde la segunda posguerra hasta el final del Siglo XX a su vez han redefinido la hegemonía mundial, con el advenimiento finisecular de un mundo "unipolar" desde ciertos puntos de vista, por ejemplo políticos y militares, y multipolar desde un punto de vista principalmente económico³³. Se han intensificado los intercambios desiguales en lo económico, lo político y lo cultural, al tiempo en que por el predominio ideológico mundial del llamado "neoliberalismo" se han mercantilizado prácticamente todas las esferas de la vida social, virtualmente en el mundo entero³⁴.

En términos culturales, la constitución histórica de la "modernidad-mundo" ha significado *la tendencia* a la "occidentalización" de culturas y civilizaciones, algunas veces mediante la conquista armada, en otras ocasiones por influencia e imitación, la mayoría de las veces con la mediación de la dominación económica³⁵. Pero las culturas continentales, regionales y nacionales *siempre han resistido* o por lo menos *han sido siempre creativas*, así que en todo el mundo, en diferentes momentos históricos, han surgido y se han desarrollado "nuevas" versiones, híbridas o "mestizadas", de las diversas formas dominantes que ha adoptado la "civilización occidental"³⁶. Esta, a su vez ubicada en diferentes momentos históricos, en diversos "centros de irradiación" (centros hegemónicos)³⁷, ha sido influida, modificada y enriquecida por otras culturas y civilizaciones, de tal manera que no hablamos de un "monolito", puro e intocado en su esencialidad, que se imponga históricamente en forma total, borrando

en definitiva lo que existía antes, a pesar de su predominio en última instancia³⁸. Además, a pesar del desdoblamiento de esa gran tendencia hegemónica, homogeneizadora, que constituye la mundialización en el plano de la cultura, es claro ya, a partir de la investigación empírica y de la teorización más sofisticada, que en virtud de la diversidad misma y de la infinita creatividad de las sociedades humanas, hay dinámicas locales y regionales que constituyen un principio de oposición y complementariedad a la globalización³⁹. Esta coexistencia contradictoria y complementaria de las tendencias hacia la universalización y la particularización, y hacia la homogeneización y la heterogeneización, está sujeta, sin embargo, al reparto desigual de posibilidades de influencia y del *poder compartir* con otros pueblos y colectividades toda la riqueza cultural que existe diseminada en el mundo⁴⁰.

Este siglo, entonces, ha presenciado la aceleración del tiempo histórico, en términos de la internacionalización-transnacionalización-globalización de economías, políticas y culturas, en especial ante el surgimiento y desarrollo de las grandes corporaciones transnacionales, que no conocen más fronteras que las de la rentabilidad a escala global, y mediante la emergencia de la revolución tecnológico-informacional⁴¹. Desde el punto de vista económico, por globalización entendemos el proceso contemporáneo de cada vez mayor y, más acelerada, articulación e interdependencia (asimétrica) entre sistemas económicos de los múltiples países y regiones del mundo, a partir de la intensificación de las articulaciones funcionales, en diversos territorios, entre las fases del circuito del capital, a lo largo y ancho del espacio mundial⁴². Las evidencias de la intensificación de todo tipo de conexiones económicas (comercio internacional, flujos de inversión extranjera directa e indirecta, etc.) no son sino *indicadores*, válidos pero parciales, de la llamada globalización como *nuevo orden planetario*, o etapa actual del sistema capitalista.

Este proceso, en principio económico, está acompañado de nuevas configuraciones políticas del mapa

mundial, redefiniendo los papeles de los actores nacionales (Estados, gobiernos, empresas, clases y movimientos sociales) y extranacionales (viejos y nuevos organismos internacionales, empresas transnacionales, organizaciones no gubernamentales, etc.) en el escenario mundial⁴³. Néstor García Canclini ilustra algunos aspectos del entrecruce entre economía y cultura en la "mundialización", con estos ejemplos:

... compramos un coche Ford montado en España, con vidrios hechos en Canadá, carburador italiano, radiador austríaco, cilindros y batería ingleses y el eje de transmisión francés. Enciendo mi televisor fabricado en Japón y lo que veo es un film-mundo, producido en Hollywood, dirigido por un cineasta polaco con asistentes franceses, actores y actrices de diez nacionalidades, y escenas filmadas en los cuatro países que pusieron financiamiento para hacerlo. Las grandes empresas que nos suministran alimentos y ropa, nos hacen viajar y embotellarnos en autopistas idénticas en todo el planeta, fragmentan el proceso de producción fabricando cada parte de los bienes en los países donde el costo es menor. Los objetos pierden la relación de fidelidad con los territorios originarios. La cultura es un proceso de ensamblado multinacional, una articulación flexible de partes, un montaje de rasgos que cualquier ciudadano de cualquier país, religión o ideología puede leer y usar⁴⁴.

Esta descripción se puede tomar como una especie de "tipo ideal" en lo que de exageración tiene, pues por ejemplo *no todas* las películas de Hollywood o de ningún lado están constituidas en la actualidad, por tanta diversidad multinacional como la descrita, aunque ésta sea una tendencia contemporánea, que se actualiza relativamente, en *algunos* casos. Por otra parte, el autor parece presentar en el párrafo citado un proceso de "igualación", donde ya todos, en todos lados, tenemos acceso al consumo "democrático" de tales maravillas de la integración económico-cultural mundial. Sin embargo, el mismo investiga-

dor ha comentado en otro lugar que: "Pese a la diversidad e intensidad de procesos de globalización, ésta no implica la unificación indiferenciada ni la puesta en relación simultánea de todas las sociedades entre sí. Los países acceden de manera desigual y conflictiva a los mercados económicos y simbólicos internacionales"⁴⁵. Entonces, la globalización en rigor no implica el contacto y la articulación horizontal e igualitaria de "todos con todos"⁴⁶. Como lo mencionamos antes, el proceso expansivo del sistema capitalista mundial y de la "civilización occidental", hasta ahora, no ha podido, todavía, prescindir de hegemonías y desigualdades mundiales y regionales⁴⁷.

Globalización, desigualdad e industrias culturales en Latinoamérica. Un acercamiento empírico

De todo lo anterior inferimos que no se puede entender a las industrias culturales sin ubicarlas histórica y estructuralmente en el contexto nacional e internacional en el que operan. El entorno contemporáneo es el de un mundo altamente interconectado e interdependiente, aunque de manera desigual, que acabamos de describir. Un indicador posible de tal interconexión e interdependencia asimétrica actual entre las naciones, lo constituyen los flujos de comercio exterior. En los últimos 50 años, la tendencia mundial general ha sido hacia la apertura de mercados. Entre 1950 y 1990, las exportaciones crecieron del 8% del Producto Mundial Bruto al 27%. En 1997, el comercio internacional era 14 veces el nivel que tenía en 1950. Esta tendencia se ha acelerado en los últimos años con el surgimiento de acuerdos comerciales bilaterales y multilaterales, y bloques comerciales, como la Unión Europea, el TLCAN, Mercosur, ASEAN, etc. Los mercados de productos culturales también se han expandido: entre 1980 y 1998, el comercio de bienes y servicios culturales se multiplicó por cinco⁴⁸. Pero los flujos de comercio internacional son desiguales. Por ejemplo, en 1994 los países desarrollados concentraban 69% de las exporta-

José J. Villamil (ed.) *Transnational capitalism and national development*. Sussex: The Harvester Press, 1979.

³¹ Manuel Castells, op. cit.

³² Smith, Anthony D.: *Nacionalismo y Modernidad*. Istmo, Madrid 2000; Giddens, Anthony, *Un mundo desbocado. Los efectos de la globalización en nuestras vidas*. Taurus, Madrid 1999.

³³ Huntington, Samuel P.: "Global perspectives on war and peace or transiting a uni-multipolar world", Bradley Lecture Series, American Enterprise Institute, Mayo 11, 1998.

³⁴ Beck, Ulrich: *¿Qué es la Globalización? Falacias del globalismo, respuestas a la globalización*. Paidós, Barcelona 1998; Saxe-Fernández, John, "Globalización e imperialismo", en J. Saxe-Fernández (coord.) *Globalización: Crítica a un paradigma*. México: Plaza y Janés / UNAM, 1999.

³⁵ Consultar a Fossaert, Robert: *El mundo en el Siglo XXI. Una teoría de los sistemas mundiales. Siglo XXI, México 1994*, especialmente el capítulo 9: *"El mundo del imperialismo triunfante"*. Ver también: Braudel, 1991, op.cit.; Wallerstein, Immanuel, *"Culture as the ideological battleground of the Modern World-System"*, en Mike Featherstone (ed.) *Global Culture. Nationalism, Globalization and Modernity*. Londres: Sage Publications, 1990; Ianni, Octavio, *A Sociedade Global*. Rio de Janeiro: Editora Civilização Brasileira, 1993.

³⁶ García Canclini, Néstor: *Culturas Híbridas. Estrategias para entrar y salir de la Modernidad*. Grijalbo, México, 1989.

³⁷ Paradójicamente, estos centros de "irradiación cultural" han solido ser

grandes exportadores, pero también, aunque desigualmente, importadores culturales. Ver: Mattelart, Armand, La comunicación-mundo. Historia de las ideas y de las estrategias. Madrid, Fundesco, 1993.

³⁸Ver el capítulo "Mediaciones y mestizajes: la revancha de las culturas", en Mattelart, Armand, 1993, ibid. Para el caso de México, consultar OCHOA, L. (ed.) Conquista, transculturación y mestizaje. Raíz y origen de México. UNAM, México, 1995.

³⁹Arizpe, Lourdes et al, "Diversidad cultural, conflicto y pluralismo", en *Informe Mundial sobre la Cultura 2000-2001*. París: Ediciones UNESCO/Ediciones Mundi-Prensa, 2000; Robertson, Roland "Identidad y globalización: Falacias contemporáneas", en *Revista Mexicana de Sociología*, Vol. 60, Núm. 1, Ene.-Mar, 1998; Sonntag, Heinz R. y Nelly Arenas "Lo global, lo local, lo híbrido. Aproximaciones a una discusión que comienza", en UNESCO, Gestión de las Transformaciones - MOST, Documentos de debate, Núm. 6, 1995 (<http://www.unesco.org/most/sonnspa.htm>, bajado el 14/11/00).

⁴⁰Sánchez Ruiz, Enrique E., "Industrias culturales y libre comercio. México, Canadá y la Unión Europea: Hacia un análisis comparativo de políticas de comunicación", en Razón y Palabra, Núm. 19, Ago.-Oct, 2000.

⁴¹Sunkel y Fuenzalida, 1979 op. cit.; Lacroix, Jean-Guy y Gaëtan Tremblay, *The 'Information Society' and Cultural Industries Theory*, Número especial de *Current Sociology*, Vol. 45, Núm. 4, Octubre, 1997.

⁴²Christian Pallois (op. cit) teorizó este proceso durante los setenta,

ciones mundiales y 68% de las importaciones. El llamado "Grupo de los Siete" (Estados Unidos, Canadá, Francia, Inglaterra, Alemania, Japón e Italia) cubría el 51 y 50% respectivamente. América Latina y el Caribe participaban solamente del 4% de las exportaciones mundiales y del 5% de las importaciones⁴⁹.

Ante la llamada globalización, entonces, el contexto mundial ha devenido altamente desigual. Al contrario de lo que se clamó triunfalmente, después de la caída del muro de Berlín el mundo no ha llegado al "fin de la historia", ni entrado al "reino de utopía". Parece que ahora la polarización es creciente entre países pobres y países ricos. El *Informe sobre el Desarrollo Humano* de 1999 indica que dos tercios de la humanidad no se han beneficiado del nuevo modelo económico, basado en la expansión del comercio internacional y del desarrollo de nuevas tecnologías, y están excluidos de participar en la Sociedad de la Información⁵⁰. En el *World Economic Outlook* de 1997, el Fondo Monetario Internacional expresa que:

Dicho en términos simples, durante los últimos treinta años la gran mayoría de los países en desarrollo... se han mantenido en el más bajo quintil de ingresos o han caído en él desde una posición relativamente más alta. Más aún, ahora hay menos países en desarrollo de ingreso medio y la movilidad ascendente parece haber disminuido en el tiempo. Mientras durante el período 1965-1975 había cierta tendencia a que los países se movieran hacia niveles más altos y progresaran relativamente con respecto a las economías avanzadas, las fuerzas de la polarización parecen haberse hecho más fuertes desde los inicios de los años ochenta⁵¹.

La desigualdad mundial en riqueza y en el acceso de la población a los beneficios del progreso se refleja en inequidad en el desarrollo de las industrias culturales y en el acceso diferencial de los ciudadanos a

estas fuentes de entretenimiento, información y educación. Así, por ejemplo una encuesta reciente de la UNESCO sobre las industrias cinematográficas nacionales, muestra que la capacidad de producción cinematográfica tiene una alta correlación, además de con el tamaño absoluto del mercado (la población), con diversos indicadores de desarrollo como el producto nacional bruto y la urbanización, así como con otras variables referidas al desarrollo de otras industrias culturales, tanto en términos de posibilidades de producción como de recepción⁵². Por ejemplo, los grandes productores cinematográficos (más de 200 filmes al año) registraban un índice de desarrollo humano promedio (IDH, elaborado por la ONU) de 0.807; los medianos productores presentaban un promedio de 0.786 del mismo índice, mientras que los pequeños y nulos productores tenían 0.717 y 0.581 respectivamente. A pesar de que China (incluyendo a Hong Kong), India y Filipinas, se encuentran entre los mayores productores de filmes del mundo, Estados Unidos da cuenta de 85% del comercio mundial cinematográfico registrado en tal encuesta⁵³.

Según el Informe Mundial de Cultura de la UNESCO, en 1998 los países industrializados publicaban 218 periódicos diarios por cada mil personas, mientras que las naciones en desarrollo tiraban 40 (el promedio mundial era de 78 diarios por mil personas)⁵⁴. De acuerdo con otro informe, la mitad de los países del mundo produce anualmente, en promedio, *menos de un libro por habitante*; 30% genera entre uno y tres libros, mientras que 20% elabora cuatro o más libros por persona⁵⁵. Alrededor del 60% de los países poseen menos de 50 copias de libros de texto por cada mil habitantes, mientras que en un 20% hay en promedio más de un libro de texto *por cada habitante*⁵⁶.

En cuanto al sector de la música, en 1998, de U\$S 38.664 millones que se vendieron de fonogramas en el mundo, el 36,6% correspondió a América del Norte (Estados Unidos y Canadá); en Europa se realizó el 33,6%; a Asia le correspondió el 21,2%; 6,1% a

América Latina; 1,8% a Oceanía, y 0,6% a África⁵⁷. En 1999, diez países dieron cuenta del 81,9% de las ventas mundiales de música grabada:

Tabla 1
Principales Mercados de Fonogramas (1999)

PAIS	% MERCADO MUNDIAL
Estados Unidos	37.0
Japón	16.7
Reino Unido	7.6
Alemania	7.4
Francia	5.2
Canadá	2.3
Brasil	1.7
España	1.7
Australia	1.7
México	1.6
Total 10 países	81.9
Total mundial	38,5 (Miles, US\$) 100.0

Fuente: Recording Industry Association of America (RIAA)⁵⁸.

Pero según otra fuente, además la concentración sería en realidad mayor si se toma en cuenta que alrededor del 90% "de todas las ventas lícitas de fonogramas" corresponden a cinco empresas, que a su vez son parte de sendas corporaciones multimedia: BMG, EMI, Sony, Warner y Universal (que adquirió a Polygram, otra de las llamadas *majors*, en 1998)⁵⁹. En prácticamente todo el mundo, subsidiarias de estas empresas, llamadas "las majors", están substituyendo a las independientes locales, en todo caso coexistiendo en competencia cerrada con disqueras pertenecientes a consorcios locales, como es el caso de Televisa en México.

Como sería de esperarse, las ventas fonográficas en Latinoamérica tienen una muy alta correlación con el grado de desarrollo económico de los países (ver Tabla 2).

Tabla 2
Ventas de Fonogramas en América Latina (1998)

PAÍS	Ventas (Millones US\$)	% del Mercado
Brasil	1,055.70	44.86%
México	543.30	23.09%
Argentina	307.60	13.07%
Colombia	157.70	6.70%
Venezuela	95.90	4.08%
Chile	84.80	3.60%
Perú	17.30	0.74%
Uruguay	16.30	0.69%
Ecuador	14.50	0.62%
Bolivia	6.60	0.28%
Paraguay	6.50	0.28%
América Central*	47.10	2.00%
Caribe	—	—
Total América Latina	2,353.30	100.00%

* Costa Rica, El Salvador, Guatemala, Honduras, Nicaragua y Panamá⁶⁰.

Así como la ciudad de México fue en los años cuarenta y cincuenta un centro al que confluían cantantes, músicos y actores de toda América Latina, hoy en día hay un movimiento de desplazamiento de tal centralidad hacia Miami, a donde confluyen tanto las personas (el talento), como los capitales⁶¹. Esto lleva a un estudioso estadounidense a afirmar que: "Para la industria de la música, como para la audiovisual, Miami es el eje de la integración latinoamericana"⁶².

Con respecto al acceso a las nuevas tecnologías, demos un ejemplo: datos recientes de la OCDE indican que en 1999 Canadá y Estados Unidos daban cuenta del 55.9% de los usuarios de Internet en el mundo. Europa casi una cuarta parte (23.5%). El área Asia-Pacífico, 16.7%. Latinoamérica contaba apenas con el 2.6% de usuarios, en mejor posición que África (0.9%) o el Medio Oriente (0.4%). En el año 2000, el 54% de la población de Estados Unidos tenía acceso a Internet, mientras que la proporción correspondiente a nivel global era de 6.7% (3.2% de la población latinoamericana accedía a la red). La po-

llamándolo como la "internacionalización del capital". Ver también Saxe-Fernández, 1999, op. cit.
⁴³Debo aclarar que, si bien considero que los procesos económicos son el motor fundamental de la globalización, los flujos históricos no necesariamente siguen el "orden causal" que pudiera inferirse del orden de presentación de las tres principales dimensiones (económica, política, cultural). Autores como Renato Ortiz proponen llamar al aspecto cultural de este gran proceso histórico como "mundialización", siguiendo propuestas francesas. Véase: Ortiz, Renato *Mundialização e cultura*. São Paulo: Editora Brasiliense, 1994.

⁴⁴García Canclini, Néstor: *Consumidores y ciudadanos. Conflictos multiculturales de la globalización*. Grijalbo, México, 1995, pp. 15-16.

⁴⁵García Canclini, Néstor: *Políticas culturales e integración norteamericana: una perspectiva desde México*", en N. García Canclini (coord.) *Culturas en globalización*. América Latina-Europa-Estados Unidos: libre comercio e integración. Nueva Sociedad, Caracas 1996, p. 17.

⁴⁶Idea que connotan algunas de las "metáforas" de la globalización, como una cierta imagen de la noción de "aldea global" de McLuhan. Ver Ianni, Octavio, *Teorías de la Globalización*. Siglo XXI / UNAM, México, 1996.

⁴⁷Krugman, Paul y A. J. Venables, "Globalization and the inequality of nations", en *The Quarterly Journal of Economics*, Vol. CX, Núm. 4, Nov., 1995; González Casanova, Pablo y John Saxe-Fernández (coords.) *El mundo actual: Situación y perspectivas*. Siglo XXI/CIICH-UNAM, México; 1996.

⁴⁸UNESCO: Culture, Trade and Globalisation. Questions and Answers. Paris: UNESCO, Division of Creativity, Cultural Industries and Copyright, 2000.

⁴⁹ibid.

⁵⁰UNDP: Human Development Report (United Nations Development Program), New York: Oxford University Press, 1999.

⁵¹IMF, World Economic Outlook. Washington: International Monetary Fund. Mayo, 1997, p. 78.

⁵²UNESCO, A Survey on National Cinematography. París, 2000 (http://mirror-us.unesco.org/culture/industries/cinema/html_eng/survey).

⁵³ibid.

⁵⁴UNESCO, Informe Mundial sobre la Cultura 2000-2001. Diversidad cultural, conflicto y pluralismo. París/Madrid: Ediciones UNESCO/Ediciones Mundo-Prensa, 2001.

⁵⁵UNESCO, Facts and Figures 2000. París: UNESCO Institute for Statistics, 2000, p. 33.

⁵⁶ibidem.

⁵⁷Jones, Daniel: "El despliegue transnacional de la industria fonográfica: Los casos de América Latina, España y el País Vasco", en *Musiker*, Núm. 11, 1999, Tabla 1, p. 100.

⁵⁸ <http://www.riaa.com/MD-World.cfm> (Bajado el 04/09/01).

⁵⁹Yúdice, George: "La industria de la música en la integración América Latina-Estados Unidos", en N. García Canclini y C.J. Moneta (coords.) *Las industrias culturales en la integración latinoamericana*, México: UNESCO/Grijalbo/SELA, 1999.

⁶⁰Adaptada de: Jones, Daniel, "El despliegue transnacional de la industria fonográfica: Los casos de América Latina, España y el País Vasco", en *Musiker*, Núm. 11, 1999, Tabla Núm. 3, p. 103.

blación de los países de altos ingresos miembros de la OCDE constituye el 14% de la población mundial. Sin embargo, este mismo grupo de estados comprende el 80% de los usuarios de la Internet⁶³.

De un *Inventario de Medios de Comunicación en América Latina* que realizó CIESPAL⁶⁴ durante el decenio pasado, se desprende una alta concentración en el acceso a los medios, de acuerdo con los niveles de desarrollo de los países. Así, Brasil y México poseían más de la mitad de los periódicos y de las estaciones de radio y televisión del subcontinente⁶⁵. Aclaremos que las asimetrías de las que hablamos se han producido históricamente, aunque haya coyunturas que las propician o inhiben mayormente. Por ejemplo, Octavio Getino refiere cómo entre 1930 y 1990, "el conjunto de la región produjo unos 10 mil largometrajes. El 90% de dicha producción estuvo concentrado en tres países: México (46%), Brasil (24%) y Argentina (19%)"⁶⁶.

La desigualdad entre países en el desarrollo de las industrias culturales nacionales a su vez se refleja en los flujos e intercambios internacionales. Durante los últimos lustros, el comercio de productos culturales ha crecido exponencialmente. Entre 1980 y 1998, el valor anual del comercio de bienes culturales pasó de 95.340 millones de dólares a 387.927 millones de dólares⁶⁷. Sin embargo, la mayor parte de esos intercambios ocurren entre un número pequeño de países: en 1990, Japón, Estados Unidos, Alemania e Inglaterra daban cuenta del 55.4% de las exportaciones mundiales. Francia, Estados Unidos, Alemania e Inglaterra importaban el 47% del total mundial. En 1998, China se sumaba a los dos grupos recién descritos, y en cada caso, los llamados "nuevos cinco grandes" concentraban el 53% de las exportaciones y el 57% de las importaciones⁶⁸. La UNESCO calculaba para 1991 un volumen de comercio mundial en bienes culturales por 196.500 millones de dólares, de los cuales correspondía el 80% a los países industrializados. El mundo en desarrollo participaba con el 20% restante y Latinoamérica y el Caribe con

solamente el 2,5% del comercio cultural mundial⁶⁹. Seguimos corroborando, entonces, que la "globalización" ha ido integrando muy asimétricamente a las naciones del mundo.

Un informe de la agencia francesa IDATE muestra claramente el proceso de concentración a nivel mundial que está ocurriendo en la industria audiovisual: 1996 vio el inicio de una nueva fase de concentración en la industria, como resultado de las fusiones de Walt Disney/ABC, Westinghouse/CBS, y Time Warner/Turner. Esta tendencia llegó a Europa en 1997 con los lazos que se establecieron entre Canal+/Nethold y UFA (Bertelsman/CLT). Finalmente, la clasificación de las 100 principales compañías muestra el pronunciado coeficiente de concentración en el sector:

Coefficiente de concentración en la Industria Audiovisual (Porcentajes de las ventas totales de las 100 más grandes)

	1996	1995	1994
Las 5 principales	28,1%	24,0%	22,9%
Las 10	44,1%	39,2%	37,6%
Las 20	63,1%	59,4%	59,3%
Las 50	85,5%	84,8%	85,3% ⁷⁰

De acuerdo con la revista *Variety*, 20 de las 50 corporaciones "globales" de medios, tenían su sede en Estados Unidos. Las cinco que encabezaban en el año 2000 la lista eran: Time Warner, Walt Disney, Bertelsmann (de Alemania), News Corp (del australiano nacionalizado estadounidense Rupert Murdoch) y Viacom. De América Latina, solamente se incluían el Grupo Globo de Brasil, el Grupo Clarín, de Argentina, y Televisa, de México⁷¹. En un estudio sobre la industria audiovisual iberoamericana (Latinoamérica, más España y Portugal), se muestra que cinco empresas concentraban casi el 90% de las exportaciones de cine, video y televisión: Televisa, Rede Globo, Venevisión, Radio Caracas TV y RTVE. Las exportaciones de Televisa a su vez representaban casi el 50% del total. No obstante, las ventas de programas al

extranjero constituyen todavía un porcentaje pequeño de los ingresos de estas compañías⁷². Aun así, el gigante mexicano de medios ha incrementado sus ventas al exterior en los últimos años. Por ejemplo, según algunos informes anuales de Televisa, sus ventas netas al extranjero evolucionaron, de 9,9% en 1993, al 17,6% en 1997. El 75,3% del valor de sus exportaciones, y 97% de sus importaciones en 1997, se originó de Estados Unidos⁷³.

A pesar de la imagen optimista que se ha creado de Latinoamérica, ya sea como autosuficiente en el plano audiovisual (especialmente con respecto a las telenovelas), o incluso como región exportadora, en realidad la región sigue siendo *importadora neta*. Según el estudio recién citado de Media Research & Consultancy-Spain, aun México, que concentraba el 47% de las exportaciones de la industria audiovisual de Iberoamérica en 1997, es país deficitario: en 1996 se estima que tuvo un déficit de 158 millones de dólares y en 1997 de 106 millones de dólares (2.247 millones la región entera)⁷⁴. Partiendo de datos oficiales, yo calculé que para el mismo 1997 México habría presentado un déficit de 22 millones 700 mil dólares solamente en la balanza comercial televisiva⁷⁵. Aun el otro gran exportador de telenovelas, Brasil, es a la vez un gran importador, de hecho, el mayor importador audiovisual de Latinoamérica según el estudio antes referido⁷⁶. Un 87% de las importaciones audiovisuales de Iberoamérica, provenía de Estados Unidos; 6% de otros países europeos y 5% de la propia región. Solamente de televisión, el 95% de las señales importadas vía satélite (925 millones de dólares) y 77% de los programas (más de 900 millones dólares), provenían de Estados Unidos. Una alta proporción de las señales que se importan se transmiten por televisión paga, que aun es relativamente minoritaria en América Latina.

En el diagnóstico que realizó CIESPAL se encontró que los intercambios entre países latinoamericanos eran menos intensos de lo que solía suponer. Así, del total de horas de programación importada en los 16

países incluidos, el 62% se originaba en Estados Unidos; de los propios países latinoamericanos provenía el 30%, mientras que de Europa y Asia eran respectivamente el 6% y 1.7%⁷⁷. Sin embargo, es claro que unos pocos países latinoamericanos están adquiriendo mayor capacidad de producción y exportación, como Brasil, México, Argentina, Venezuela y en menor medida Perú y Colombia.

Si bien la tendencia en líneas generales en la televisión abierta es hacia la disminución de la programación importada de Estados Unidos, en la televisión paga, que se está expandiendo rápidamente entre los segmentos altos y medios del espectro socioeconómico latinoamericano, siguen siendo muy altas las importaciones. Por ejemplo, en Chile, en 1998, en la televisión abierta cerca del 40% de sus programas eran importados, mientras que en la televisión por cable la proporción importada era del 73%. La mitad de ésta provenía de Estados Unidos⁷⁸.

Es ya casi un lugar común que el público latinoamericano tiende a preferir la programación local, usualmente los deportes, telenovelas y noticieros. Pero un género que suele compartir con aquellos, los primeros lugares en preferencias, son las películas cinematográficas. Y de éstas, las que más abundan en la oferta en el mercado audiovisual global son las de Estados Unidos. Así, por ejemplo, según datos publicados en un desplegado periodístico por Televisa, de los cien programas más vistos en la televisión mexicana durante 1996, 46 fueron películas de Hollywood, transmitidas por el Canal 5, que se especializa en programación extranjera infantil y juvenil⁷⁹.

La expansión y diversificación de nuevas opciones audiovisuales (televisión digital, todas las modalidades de TV paga, DVDs, etc.), que han sido hechas posibles por la digitalización, está ya trayendo nuevas demandas de productos culturales audiovisuales. Los países latinoamericanos deben generar la capacidad para satisfacer una parte importante de esa demanda al interior de cada uno, a fin de no tener que cubrirla principalmente de los mercados exter-

⁶¹Strover, Sharon: "Spatialization and international communication industries: The case of Miami", en *The Public*, Vol. 5, Núm. 4, 1998; S. Strover et al, "Transnationalism in spaces and places: Global media industries in Latin America", ponencia presentada en "NAFTA/Mercosur Conference", University of Texas at Austin, Junio 1-3, 1999.

⁶²Yudice, George: op. cit., p. 213. 1999.

⁶³*Informe sobre el Desarrollo Humano 2001*. Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) / Ediciones Mundi-Prensa, Madrid 2001, p. 42.

⁶⁴Centro Internacional de Estudios Superiores de Periodismo para América Latina y el Caribe, de la ONU.

⁶⁵López Arjona, Ana: *Inventario de Medios de Comunicación en América Latina*. CIESPAL, Quito 1993.

⁶⁶Getino, Octavio: "El mercado audiovisual latinoamericano", en *Voces y Culturas*, Núm. 13, 1er Semestre, p. 12, 1998.

⁶⁷UNESCO, *Culture, Trade and Globalisation. Questions and Answers*. UNESCO, Division of Creativity, Cultural Industries and Copyright. París 2000.

⁶⁸Ibidem.

⁶⁹UNESCO, *World Culture Report*. UNESCO, París 1999.

⁷⁰IDATE (1998) "Tendencias in the World Audiovisual and Film Markets". http://www.idate.fr/maj/qdn/an-97/if54-1971219/index_a.html (15/08/98). 1998

⁷¹Swart, Sharon, "The Global 50", en *Variety*, 28 de Agosto, 2000.

⁷²MR&C, *La Industria Audiovisual Iberoamericana: Datos de sus Principales mercados*. 1998. Media Research and Consultancy-Spain, Madrid 1998.

⁷³TELEVISIA *Informe Anual 1997*. Grupo Televisa, México, 1998. http://www.televisa.com.mx/info97/e_on22.html (20/08/98).

⁷⁴MR&C, op cit 1998; MR&C, *La Industria Audiovisual Iberoamericana: Datos de sus Principales mercados*. Media Research and Consultancy-Spain, Madrid 1997.

⁷⁵Sánchez Ruiz, Enrique E.: "La Industria Audiovisual Mexicana ante el TLC. Radiografía de Flujos Desiguales", en *Revista Mexicana de Comunicación*, Vol. 12, Núm. 61, Ene.-Feb, 2000.

⁷⁶MR&C, op cit. 1998.

⁷⁷Estrella, Mauricio: *Programación Televisiva y Radiofónica. Análisis de lo que se difunde en América Latina y El Caribe*. CIESPAL, Quito, 1993.

⁷⁸Consejo Nacional de Televisión, "Informe Estadístico. Televisión de Libre Recepción. Agosto/Octubre 1996-1998". Santiago de Chile: Consejo Nacional de Televisión, Departamento de Supervisión, Estudio y Fomento, 1999; Secretaría de Comunicación y Cultura, *Exportación en la Televisión Chilena*. Santiago de Chile: Secretaría de Comunicación y Cultura, Departamento de Estudios. Reseña 36, Agosto 1999.

⁷⁹*Siglo 21*, 20 de Octubre de 1996, Suplemento Minerva, p. 4.

⁸⁰Murdock, Graham: "The new mogul empires: Media concentration and control in the age of convergence", en *Media Development*, Vol. XLI, Núm. 4, 1994.

⁸¹MR&C, op cit. 1998

⁸²El Financiero, 11 de Enero de 2000, Pág. 20.

⁸³"Megafusión musical; Time Warner y EMI forman 'la pareja perfecta'. Sumarían 8 mil mdd los ingresos combinados anuales", El

nos. Para que se genere tal competitividad externa, se necesita crear un ambiente competitivo interno. Pero la convergencia que se ha ido dando entre las tecnologías de información, las telecomunicaciones y los medios audiovisuales, a su vez está trayendo consigo otro tipo de convergencia, en la forma de las grandes fusiones, adquisiciones y alianzas estratégicas entre corporaciones (por ejemplo, del lado del "hardware" las empresas de telecomunicaciones, con las de televisión, para ofrecer servicios de Internet, TV de cable, telefonía y entretenimiento televisivo, entre otras posibilidades, en el lado del "software")⁸⁰.

La alta concentración en unas pocas empresas de la producción y puesta en circulación, junto con la disparidad en los flujos e intercambios internacionales de productos culturales, limitan la diversidad y pluralidad de las manifestaciones culturales que circulan. Por ejemplo, en Iberoamérica el estudio de las principales empresas de televisión abierta por nivel de ingresos muestra que las diez mayores concentran el 70% del total de facturación del sector. Ya vimos que cinco firmas concentraban el 90% de las exportaciones en 1997⁸¹.

Convergencia y concentración. Las Políticas Necesarias

Posiblemente cuando esto se esté leyendo, ya muchos titulares periodísticos hayan opacado aquellos con los que abrió el año 2000: "Primera megafusión de 2000 crea gigante de 350 mil mdd. America Online firma acuerdo con Time Warner"⁸². Pocos días después, la misma Time Warner anunciaba que se fusionaba con la europea EMI⁸³. Como ya indicamos, en el mundo se está observando una tendencia, en los últimos años, a la proliferación de las llamadas *megafusiones*, adquisiciones, o de alianzas estratégicas entre grandes consorcios de medios y de servicios relacionados al sector de la información y la telemática. Otra faceta de este movimiento se concreta en las adquisiciones de las empresas peque-

ñas pero rentables, por las grandes transnacionales mediáticas. Esta convergencia entre empresas de medios y de otros rubros relacionados como los satélites o los servicios de Internet, los ahora llamados "multimedia", etcétera, reflejan a su vez una convergencia de índole tecnológica, que tiene un centro de gravedad en la *digitalización*. Hoy en día ya no es ciencia-ficción pensar en la posibilidad de recibir la señal de una película digital interactiva por Internet y grabarla en un CD o en un DVD, lo cual si se trata de música es más sencillo. Igual, los periódicos impresos están haciendo cada vez más uso del satélite para distribuirse e imprimirse en diversas ciudades más rápidamente, o en versión digital por la "red de redes", etc. Las combinaciones son muchas. Además de los usos referidos al almacenamiento y recuperación de información "dura", para toma de decisiones, estas tecnologías convergentes añaden amplias posibilidades de entretenimiento y educación.

Se trata de la *convergencia* entre las telecomunicaciones, las industrias culturales y las tecnologías de información, es decir, básicamente la capacidad de diferentes plataformas de red para proveer esencialmente los mismos tipos de servicios, o la confluencia de dispositivos de consumo tales como el teléfono, la televisión y la computadora personal. Por ejemplo, operadores de telecomunicaciones como empresas telefónicas ofrecen ya programación audiovisual y acceso a Internet; los radiodifusores y televisores han proveído ya por algunos años servicios de transmisión de datos, mismos que con la digitalización se espera que mejoren y se les añada la interactividad. Los operadores de cable surten ya también una serie de servicios de telecomunicaciones, incluyendo telefonía de voz y ofrecen ya servicios de Internet de mayor velocidad que los que se obtienen mediante el módem telefónico, además de su negocio tradicional del entretenimiento audiovisual⁸⁴.

Estamos, pues, en el umbral de una nueva era, cuyo motor es la tecnología digital. En el caso de los medios electrónicos, ésta tendrá consecuencias muy

importantes: el sistema analógico, caracterizado por la escasez de frecuencias, está siendo sustituido por un sistema nuevo en el que se puede disponer de cientos de emisoras de radio y televisión digitales. Aumenta la interactividad y los espectadores podrán solicitar e incluso organizar las programaciones que les interesen. Una sola empresa puede ofrecer al espectador-consumidor todo un conjunto de nuevos servicios, tales como las televentas, los servicios financieros, el correo electrónico, el acceso a Internet, etc. Asistiremos en los próximos años a una verdadera explosión de la oferta y la demanda de contenidos audiovisuales. Y ¿cómo se cubrirá la nueva demanda audiovisual que tales nuevas tecnologías generarán en nuestra región? México, por ejemplo, es un "país exportador", se dice que el más importante de habla hispana, de productos audiovisuales, específicamente de programas televisivos. Sin embargo, por la estructura altamente oligopólica que ha caracterizado tanto a la televisión, como crecientemente al cine mexicano (en realidad este país no cuenta con un sector audiovisual propiamente, sino con una empresa que es productora importante, tanto de televisión como de cine), me temo no será suficiente para cubrir las necesidades ampliadas de producción, distribución y consumo culturales en el espacio audiovisual convergente del nuevo milenio. El sector de producción audiovisual se encuentra ya altamente concentrado y, sin embargo, a partir de la convergencia tecnológica puede ser que, si no se ejercen políticas adecuadas que propicien la competencia, ocurra un proceso de mayor concentración.

Por otro lado, indicábamos antes que un "género televisivo" central es el propio cine (las películas cinematográficas). De la tele aérea normal, poco más de un 20% del tiempo de programación se dedica a películas cinematográficas (el primer lugar en la oferta)⁸⁵. En Argentina, en 1999, el 74% de los largometrajes que se exhibieron en la televisión abierta fueron de Estados Unidos (15% nacionales); en la TV por cable 74% fueron de Estados Unidos⁸⁶. En el caso

de México alrededor del 60% del total de los largometrajes en la televisión son de Estados Unidos, proporción que en el horario de mayor auditorio se incrementa a tres cuartas partes, mientras el componente mexicano pasa de dos quintas partes a un quinto, en el horario de mayor audiencia. En las nuevas modalidades de televisión paga, los largometrajes aumentan su presencia a más de la mitad (80% del total procedente de Estados Unidos). En la actualidad la mayor proporción del cine mexicano que se ve en televisión es de filmes viejos, muchos de ellos clásicos en blanco y negro de Pedro Infante o de Cantinflas. Pero en la medida en que cada año se están produciendo menos películas, los acervos irán disminuyendo y ese tiempo se irá cubriendo con cine de importación, principalmente hollywoodense, como ya pasa en las salas cinematográficas⁸⁷. De nuevo, una o dos empresas productoras eventualmente no podrán competir con el alud de oferta -y demanda- audiovisual en los mercados mundiales, que está provocando que algunos gobiernos se hayan dado cuenta de las condiciones desiguales en los mercados mundiales de las industrias culturales y ejerzan políticas que he llamado "neoproteccionistas", como las de Canadá, que "protegen" y *promueven* la formación y consolidación de un sector audiovisual competitivo al interior y en los mercados de exportación⁸⁸. Políticas similares siguen los 15 países que conforman la Unión Europea, mismos que incluyen a los principales productores audiovisuales de Europa, como Alemania, Inglaterra, Francia, Italia y España. Los gobiernos europeos se han dado cuenta que el sector audiovisual es muy importante, para ser dejado en las "manos invisibles" de las fuerzas del mercado. Dice un documento de la Unión Europea:

No debe pues subestimarse la importancia de la industria audiovisual. Para la gran mayoría de los europeos es la principal fuente de información no sólo de lo que pasa en el mundo, sino también de la naturaleza de ese mundo. Desempeña un papel fundamental en el desarrollo y en la

Financiero, 22 de Enero de 2000, Pág. 10.

⁸⁴European Commission, Green paper on the convergence of the telecommunications, media and information technology sectors, and the implications for regulation. Bruselas: Comisión Europea. 3 de Diciembre 1997.

⁸⁵Estrella, 1973, op.cit.; Sánchez Ruiz, Enrique E.: "Flujos globales, nacionales y regionales de programación televisiva. El caso de México", en Comunicación y Sociedad, Núm. 27, Mayo-Agosto, 1996.

⁸⁶SICA, "Indicadores globales. Año '99 respecto al año anterior". Buenos Aires: Sindicato de la Industria Cinematográfica Argentina, 2000.

⁸⁷Sánchez Ruiz, Enrique E.: "O cinema no Mexico: Globalização, concentração e contração de uma indústria cultural", en Estudos de Sociologia, Año 3, Núm. 6, Primer Semestre, 1999 (Araraquara, S.P., Brasil).

⁸⁸Sánchez Ruiz, Enrique E., "Industrias culturales y libre comercio. México, Canadá y la Unión Europea: Hacia un análisis comparativo de políticas de comunicación", en Razón y Palabra, Núm. 19, Ago.-Oct, 2000.

transmisión de los valores sociales e influye no sólo en lo que los ciudadanos ven, sino también en cómo entienden lo que ven. Es la principal fuente de ocio y de cultura

Es evidente, por tanto, la importancia capital de esta industria para cualquier sociedad. Pero también es evidente que hay una proporción mayoritaria de producciones importadas en el mercado audiovisual europeo¹⁰⁰.

Además de que en algunos países se impulse algún grado de desarrollo tecnológico propiamente, es importante que en Latinoamérica se reconozca la necesidad estratégica de desarrollar lo que se ha denominado las "industrias de contenidos"¹⁰¹. Se pueden incluso sugerir políticas regionales de fomento a "parques culturales"¹⁰², así como hay "parques industriales". Es decir, regiones especializadas donde diversos sectores contribuyen con diferentes fases y aspectos de los encadenamientos necesarios para el desarrollo de una industria, en este caso con respecto a la cultural. Esto incluye, por cierto, a las universidades y todo tipo de unidades de investigación y desarrollo en términos de los insumos informativos, cognoscitivos y educacionales. De frente a la convergencia tecnológica, es posible pensar que un mismo "contenido", pueda vehicularse por diferentes plataformas: por ejemplo una narración audiovisual, como una película, puede añadir a sus tradicionales vías de exhibición (salas de cine, televisión libre y de paga, además del video) los nuevos soportes como el "disco versátil digital" (DVD), la Internet; además de que por los servicios de televisión de paga (que será de alta definición dentro de poco tiempo) será posible distribuir todos estos servicios audiovisuales con mayor flexibilidad, gracias a la digitalización. La noción de "política cultural", entonces, crece para abarcar más que la promoción de las bellas artes y la preservación del patrimonio histórico.

Un aspecto importante a recordar es que las dimensiones de la materia sociohistórica no están ais-

ladas unas de otras. Así, no se puede aislar la discusión, por ejemplo, de la competitividad de las industrias culturales, con respecto a la tan traída y llevada "transición a la democracia". Entonces, como ya mencioné antes, una empresa, por muy poderosa que sea, no puede constituir todo un sector industrial. Sin embargo, en el Mundo "neoliberal" de hoy parece existir implícitamente la opción de apoyar a los grandes grupos líderes en el sector audiovisual, sin propiciar que se generen más opciones competitivas (lo que contradice uno de los principios de la doctrina neoliberal). Por ejemplo, en el caso de México, el grupo líder, Televisa, ha convencido a todos en el país y fuera de él, de que es la única opción para que México pueda seguir siendo un exportador audiovisual importante (aunque ya comprobamos con información empírica que esto es en realidad una falacia, pues México no deja de ser importador neto). Pero se supone que la política audiovisual buscaría, además de la competitividad internacional, "contribuir al logro de un pluralismo auténtico y de un amplio compromiso democrático..."¹⁰³. Refiriéndose a la Unión Europea, el analista inglés Philip Schlesinger comenta algo que se aplica a este problema:

Se podría pensar que, al fomentar la concentración de la propiedad en los sectores de la comunicación y de telecomunicaciones, se da respuesta a nuestros problemas de competencia con Estados Unidos; no obstante, al apostar, como dice el refrán, por el *caballo ganador*, se podrían ocasionar nuevas dificultades, en la medida en que afecta a la posibilidad de construir una cultura política democrática. En otras palabras, hay bienes contradictorios que se debe tratar de reconciliar¹⁰⁴.

Por ejemplo, a nosotros en México nos parece normal, o "natural" el que una o dos empresas produzcan y distribuyan todo tipo de mensajes televisivos. Sin embargo, por ejemplo en Estados Unidos, prácticamente desde el inicio de la televisión se legisló para

¹⁰⁰Oreja, Marcelino: "Chairman's message" en *The digital age: European audiovisual policy. Report from the High Level Group on Audiovisual Policy*. Bruselas: European Commission, 1998.

¹⁰¹Lo cual se refiere a todo tipo de programación o "software", como el de computación, multimedia, etc., pero también incluye posibles desarrollos en el sector audiovisual (televisión, cine, video), en la música, etcétera. Ver: D'Souza, Ritoo et al, *Content Industries in Canada. An overview*. Industry Canada, Information and Communications Technologies Branch, Ottawa, 1997.

¹⁰²Zallo, Ramón, et al: "Los parques culturales en Europa", en *Telos*, Núm. 41, Marzo-Mayo, 1995.

¹⁰³Schlesinger, Philip: "¿Debemos preocuparnos por Norteamérica?", en *Telos*, Núm. 41, Marzo-Mayo, 1995, p. 18.

¹⁰⁴Ibidem.

que las empresas emisoras, las grandes redes o cadenas distribuidoras de señales, no produjeran más que los programas informativos, y que todo lo de ficción se comprara de empresas independientes. Esto que propició el desarrollo descentralizado de un sector de la producción de ficción televisiva -las series, comedias, etc.- alrededor de Hollywood. Así, hoy tenemos que producen televisión los 7 grandes estudios californianos, que se agrupan en la Motion Picture Association of America (MPAA), y los alrededor de 130 pequeños y medianos estudios de la American Film Marketing Association (AFMA), que dan cuenta de cerca de la mitad de las exportaciones audiovisuales de Estados Unidos¹⁰⁵. Y en México parecemos estar muy satisfechos porque TV Azteca comienza a competirle a Televisa en la producción y las exportaciones. No solamente estamos hablando de economía (monopolio vs competencia), o de política (control monopólico de recursos de poder), sino también de cultura política. El dilema sigue siendo, como siempre, entre la concentración, la exclusión, y la participación social. Hay configuraciones de cultura política que propician el monopolio y la concentración, mientras que otras tienden a favorecer la participación y la competencia.

Este mundo "globalizado" y altamente interdependiente (aunque de manera sumamente asimétrica), no ha logrado borrar las naciones, ni los Estados-nación¹⁰⁶. Excesivamente acotados, en especial en lo que se refiere a políticas económicas, pero los gobiernos continúan siendo actores centrales al interior de cada nación, y en el concierto internacional. Reducida, la soberanía nacional aún existe y se ejerce¹⁰⁷. Los países como entidades geopolíticas, geo-económicas y "geoculturales", siguen teniendo intereses nacionales de frente a otras naciones y a los nuevos poderes trans-, supra- y multinacionales. La nacionalidad continúa siendo una referencia simbólica-espacial significativa para la inmensa mayoría de los pobladores de la mayoría de las naciones. Si es el caso de que la democracia ha avanzado en el mun-

do, y en particular en América Latina durante las últimas décadas, entonces los gobiernos democráticamente elegidos son representantes legítimos de los intereses nacionales en cada caso. Entonces, es legítimo que ejerzan políticas públicas para hacer competitivas y eficientes, plurales y diversas, sus industrias culturales nacionales, tal como lo han hecho, en diversos momentos históricos, Estados Unidos, Canadá y otros¹⁰⁸.

Hay muestras de que ciertas políticas de apoyo a las industrias culturales, en particular las del sector audiovisual, han ayudado al desarrollo de las mismas. Por ejemplo, las industrias cinematográficas de Argentina y Brasil han repuntado gracias al impacto de nuevas leyes de fomento¹⁰⁹. De acuerdo con los resultados del programa de investigación "Euroficción", está ocurriendo un proceso de reconquista de las pantallas televisivas europeas por parte de los programas de ficción locales, que se están produciendo gracias a los programas de apoyo al audiovisual implementados por la Unión Europea¹¹⁰. Algo similar estaría ocurriendo con la cinematografía Europea, según el Observatorio Europeo del Audiovisual¹¹¹. Aun el gobierno chileno, que se ha caracterizado por instrumentar políticas económicas neoliberales "ortodoxas", está estudiando mediante su ministerio de Educación y Cultura, formas posibles de apoyar su sector audiovisual, de frente a su situación subordinada con el exterior¹¹². Las exportaciones canadienses de productos culturales se han duplicado en los últimos años, en parte gracias a las políticas públicas que, más que "proteger" al sector, buscan promoverlo y desarrollarlo (SAGIT 1999)¹¹³. Dice Octavio Getino (1998: 10):

Un país, al igual que un individuo, produce su propia imagen o nadie podrá hacerlo en su lugar (en ninguna otra parte podrá encontrar lo que existe de específico y diferenciado en él: vivencias, paisajes, fisonomías, modos de ser, etc.). La imagen, a su vez, forma parte medular y decisiva de la identidad individual o colectiva. Sin

¹⁰⁵Ver Sánchez Ruiz, Enrique E.: "¡Ah, la producción! Concentración y leyes en la industria audiovisual", en Etcétera, Julio 2001. Todo esto está ya cambiando con las modificaciones que se hicieron en 1996 a la Ley de Telecomunicaciones que, paradójicamente, dice propiciar la competencia, pero en los hechos ha propiciado las espectaculares fusiones y adquisiciones del final del siglo.

¹⁰⁶Lind, Michael, "Las bondades de la nación", en Este País, Núm. 124, Julio de 2001.

¹⁰⁷Joyce Hoebing et al, (eds.) NAFTA and Sovereignty. Trade-offs for Canada, Mexico and the United States. Washington, D.C.: The Center for Strategic & International Studies, 1996; Luis González Souza (coord.) Reconstruir la soberanía. México en la globalización. México: La Jornada Ediciones/Instituto de Estudios de la Revolución Democrática, 1998.

¹⁰⁸Sobre diversas formas de apoyo activo y protección del gobierno estadounidense a su industria cinematográfica en la posguerra y durante la "guerra fría", ver el estudio de Thomas H. Gubak, La Industria Internacional del Cine, Madrid, Editorial Fundamentos, 1980 (2 Vols.).

¹⁰⁹MR&C 1998, op cit.

¹¹⁰Buonano, Milly, Eurofiction. Television Fiction in Europe. Report 1999. Estrasburgo: European Audiovisual Observatory, 1999.

¹¹¹European Audiovisual Observatory, "The trend of Admissions' Growth Survives to Titanic. The film Market in the European Union". Strasbourg: European Audiovisual Observatory Press Release, in Cannes Film Festival 2000; European

imagen no hay imaginario, y sin imaginario personal o social se reducen dramáticamente la identidad y el autorreconocimiento colectivos. A su vez, la identidad es un recurso indispensable para el desarrollo integral y efectivo, tanto de los individuos como de las naciones¹¹⁴.

Los productos culturales no son solamente mercancías para ser consumidas en el corto o mediano plazo (como "bienes duraderos" o "no duraderos"). Los bienes y servicios de la industria cultural son "bienes duraderos" en un sentido muy diferente al de un refrigerador o un automóvil. Los productos culturales son *bienes simbólicos*, es decir que, además de mercancías, son portadores de propuestas de sentido sobre el mundo que nos rodea; constituyen abierta o veladamente, directa o indirectamente, propuestas de definición sobre quiénes somos (y quiénes no somos -identidad y alteridad-); los contenidos simbólicos de los productos culturales proponen -y a veces imponen- histórica y socialmente- patrones estéticos -nos dicen con insistencia machacona qué es lo bello y qué no lo es-; proponen pautas éticas y contribuyen a configurar la moral social prevaleciente (lo "correcto/incorrecto"; lo "normal/anormal", lo propio y lo impropio); modelos de comportamiento y de convivencia. Estos bienes simbólicos proponen representaciones e identificaciones sobre posibles "comunidades imaginarias", desde lo local y la nación, hasta lo "global"¹¹⁵. Es decir, desde las identidades de barrio, pasando por las identificaciones con lo nacional o con lo "deslocalizado", transnacional¹¹⁶. Pueden ser portadoras simbólicas de las nuevas utopías sociohistóricas (mundos posibles). Son universos simbólicos ligados a las comunidades que los producen y a colectividades afines con las que conectan a las primeras. Pero también y principalmente, los productos culturales son dispositivos sígnicos que pueden mostrar la gran diversidad, pluralidad y riqueza de las manifestaciones culturales (en el sentido más amplio: lenguajes, músicas, costumbres, vestidos, cocinas, etc.) que existen en el mundo. A pesar de un

cierto optimismo "posmoderno", me temo que las industrias culturales no están mostrando esa enorme riqueza y diversidad, sino que operan en una combinación asimétrica de lo "global" (Hollywood, por ejemplo), con lo local en cada caso. Ni siquiera podemos pensar que los medios de difusión latinoamericanos hayan estado propiciando, durante los últimos decenios, intercambios intensos entre los propios países latinoamericanos, a pesar de que se supone que compartimos una lengua y "una" cultura comunes¹¹⁷.

Las industrias culturales no pueden ser dejadas sin más en las "manos invisibles", pero también ciegas e insensibles, del mercado. Esto no significa regresar a los esquemas estatistas e intervencionistas del pasado, sino simplemente que el Estado, en tanto representante legítimo de quienes pueblan una nación, debe poder *regular, u orientar* a las fuerzas ciegas de la oferta y la demanda. Si un gobierno es elegido democráticamente y opera con plena transparencia, sus objetivos y formas de operación efectivamente representan el interés común. No se trata, entonces, de "apostar" por el mercado o por el Estado. La oferta y la demanda son de hecho fuerzas ciegas que, no hay duda, efectivamente ejercen presiones estructurales sobre los ciclos de producción, distribución y consumo de productos culturales. Pero ni la oferta ni la demanda poseen inteligencia, ni conciencia propias, ni sensibilidad humana, ni identidad cultural, nacional, étnica o de género.

Ya pasaron y se superaron los tiempos del estatismo e intervencionismo autoritarios de los años setenta. Sin embargo, desde la perspectiva de salvaguardar la diversidad cultural y el pluralismo político, la competencia y la competitividad de las empresas nacionales, los gobiernos democráticos, legítimos de la región, deberían repensar seriamente desde el plano nacional y como región (o como subregiones) la situación de sus industrias culturales. Dados los imbalances, desigualdades y asimetrías que prevalecen en el sector, deberían ejercer políticas públicas que impulsen un desarrollo cultural más sano, diverso, equilibrado, pero fundamentalmente más humano.

Audiovisual Observatory, European films on European televisions.

Strasbourg: European Audiovisual Observatory, 2000;

¹¹²Secretaría de Comunicación y Cultura, Exportación en la Televisión Chilena. Santiago de Chile: Secretaría de Comunicación y Cultura, Departamento de Estudios. Reseña 36, Agosto 1999.

¹¹³SAGIT, "New Strategies for Culture and Trade. Canadian Culture in a Global World". Ottawa: Department of Foreign Affairs and International Trade. Informe del Cultural Industries Sectoral Advisory Group on International Trade (SAGIT), 1999.

¹¹⁴Getino, Octavio: "El mercado audiovisual latinoamericano", en Voces y Culturas, Núm. 13, 1er Semestre, 1998.

¹¹⁵Anderson, Benedict: *Imagined Communities. Reflections on the Origin and Spread of Nationalism*, Londres: Verso, 1991.

¹¹⁶García Canclini, Néstor: *La globalización imaginada*. México: Paidós, 1999.

¹¹⁷Sinclair, John, *Latin American Television. A global view*. Oxford: Oxford University Press, 1999; STRAUBHAAR, Joseph D., "World television: from global to local", Povo, Utah, Brigham Young University, Department of Communications, Raynond E. and Ida Lee Beckham Annual Lecture in Communications, 1997.

Las tramas del saber: investigación y cultura popular en tiempos neoliberales

Eliseo Colón¹¹⁸

Como en siglos pasados, la cábala coquetea otra vez con los humanos. Todos queremos de una forma u otra planificar el futuro. Desde el psíquico telemático hasta los ingenieros y planificadores, todos quieren organizar el futuro. Podríamos decir que la domesticación de la incertidumbre es el deporte global. No obstante, como ha señalado Jacques Derrida, los espectros nos persiguen¹¹⁹. Es por esta razón que para organizar su argumento, Derrida invoca, entre otros, el espectro de Hamlet: *The time is out of joint*. Con este enunciado quiero problematizar la investigación de la cultura popular en tiempos neoliberales. Como nos anuncian los eslóganes publicitarios de la Coca-Cola, *United Colors of Benetton*, y otras tantas corporaciones multinacionales lo que se quiere es: *To join together the world*. Se pretende promover la variedad pero no la diversidad. Así, extrañas alianzas y matrimonios crean nuevas complicidades, acompañadas por una marcha triunfal que tañe los compases de la domesticación impuesta por los países hegemónicos del capital, los llamados G-7, y que ahora son 8.

Estos matrimonios ofrecen al mundo sus dos hijas: calidad y productividad. Ellas permitirán la restauración global del reino del mercado. GATT, NAFTA, MERCOSUR y ECU son algunos de sus principales. No obstante, como otrora, esta reorganización política y económica del proyecto neoliberal engen-

dra nuevas formas de corrupción y autoritarismos, a la vez que busca la domesticación cultural de sus actores sociales. Las nuevas formas del saber que la cultura corporativa legítima tendrán un papel importante en este proceso de domesticación. El saber que para el proyecto neoliberal articula y reorganiza las maneras de hacer y ver de los nuevos proyectos culturales se organiza mediante la apropiación y legitimación de las nociones corporativas / empresariales de productividad y competitividad.

Por ejemplo, los nuevos rituales de estos escenarios neoliberales me exigirán el culto a la transparencia informacional y comunicacional. Como sujeto globalizado, ya no cartesiano, estaré conectado de manera integrada e interactuaré con la computadora, el *disc-man*, el *beeper*, el celular y cualquier otro *gadget* de circuito electrificado. Desde la memoria virtual de mi computadora, sabré (espe)cular con la fantasmagoría del *derivative money*, y participaré de la economía flexible. Me pondré mis nuevas gafas de sol. Estas permitirán que me vaya de vacaciones desde la realidad virtual de mi dormitorio, seleccionando y conectando circuitos a mi antojo, construyendo o reconstruyendo narrativas históricas a mi gusto (así como en la película *Forest Gump*). Si quiero visitar *the real thing* -como nos anuncia Coca Cola-, tendré que tramitar mi visa y mi pasaporte en una agencia de crédito para que una fundación bancaria sea quien me los otorgue.

¹¹⁸Doctor en Semiótica. Catedrático de Semiótica y Director de la Escuela de Comunicación Pública de la Universidad de Puerto Rico. Especialista en estudios culturales.

¹¹⁹Derrida, Jacques: *Specters of Marx: The State of the Debt, the Work of Mourning, & the New International*. Peggy Kamuf, Trad. New York & London: Routledge, 1994.

Sabemos que estos escenarios no son ciencia ficción y, por ello recientemente me he dado a la tarea de estudiar de forma paralela, por un lado, la manera en que esta formación cultural del mundo corporativo / empresarial está presente en la cotidianidad de gran parte de lo que hacemos y de las maneras en que muchos grupos y formaciones socioculturales comienzan a organizar los aspectos constitutivos de su cotidianidad y, por otro, el entramado mediante el cual abordamos la investigación en comunicación y de la cultura popular en estos tiempos neoliberales. En lo que respecta a esta segunda línea de investigación, línea mucho más compleja en la medida que implica una autorreflexión sobre el quehacer investigativo, intento argumentar que los recientes derroteros de la investigación en comunicación y de la cultura popular no se dan al margen de los supuestos rectores de la cultura corporativa / empresarial contemporánea. Considero importante esta autorreflexión puesto que la ideología neoliberal transforma todos aquellos aspectos constitutivos que en la actualidad organizan los lazos y vínculos entre todos los componentes inherentes a las propias instituciones que promueven el estudio de la comunicación y de la cultura popular.

Esta cultura corporativa del mundo financiero empresarial insiste en legitimar lo que diversos centros de estandarización, como el Centro de Estandarización Global de Bruselas o agencias reguladoras o acreditadoras, definen por *la calidad, productividad y competitividad* de los sistemas. Surgen en el ámbito masivo expresiones que ponen a circular estos conceptos, a la vez que legitiman esta propuesta cultural. Un ejemplo podría ser la expresión: *calidad de vida*. En otras palabras, estamos ante una propuesta cultural que da respuestas sistémicas a problemas sistémicos, que, a su vez, provee la ilusión tecnocrática para la organización y el control social. Las instituciones académicas y de investigación no están exentas de estas transformaciones de índole sistémico.

En esta discusión acerca de la relación entre investigación y cultura corporativa / empresarial, privilegio la noción de *saber* en el sentido amplio del vocablo. Es decir, utilizo el concepto para indicar aquellos discursos humanos formados y ordenados desde unas diversidades y pluralidades, que proveen conocimiento de las cosas a través de unos procedimientos interpretativos. Este concepto tiene como una de sus instituciones legitimadoras la universidad y centros de investigación. Es desde estas instituciones que en muchos casos se intenta proveer la ilusión tecnocrática para lograr la domesticación, la organización y el control de todos los aspectos de la cultura. Por ejemplo, los bancos de información elaborados mediante la más desarrollada tecnología en universidades y centros de investigación son la nueva cábala. Junto a los mecanismos de domesticación provistos por los psicólogos con orientación de ingeniería científica, estas instituciones de saber promueven y justifican aquello que la cultura corporativa / empresarial ha definido como la NORMA, en lo que respecta a calidad, productividad y competitividad del sistema.

Me serviré de dos escenarios para avanzar en algunas ideas preliminares en torno a estas dos líneas de reflexión. El primero lo marca el recorrido por un centro comercial y el segundo, el itinerario de los estudios de audiencia en comunicación durante las últimas dos décadas.

Escenario I

Al caminar por las nuevas tiendas, y los *malls* producto del "gentrification" de los antiguos centros obreros, encontramos un nuevo tipo de estandarización. Ya no estamos ante la producción en serie a partir de un prototipo como durante la era fordista. A diferencia de la serialidad de la forma de producción fordista, en estos momentos la repetición concierne *la estructura* misma de los productos, es decir, de la ropa, la comida, los actores, los sujetos

sociales, las personas. Nos encontramos entre lo que se puede percibir como idéntico y lo que se puede percibir como diferente¹²⁰. Así al entrar a tiendas como *The Gap* o *Banana Republic* no se nota el vestir del empleado/a como un uniforme, éste/a tampoco lo piensa así. Es un *leisurely style* cotidiano. Sin embargo, la mirada semiótica nos permite observar que cada empleado es una réplica del otro. Existe la variedad en la tienda, pero no la diversidad. Estos empleados asumen que hay una NORMA, sin embargo, esa norma es lo suficientemente flexible para permitirles situaciones variadas - siempre y cuando estén dentro de los confines de una norma establecida y utilicen los estilos de ropa que promueve la tienda. Una situación similar puede que ocurra cuando se come en una cadena de restaurantes de comida estandarizada como Denny's o cualquier otro. En Puerto Rico *Denny's* tiene un menú criollo. No obstante, los platos siguen unos estándares predeterminados que a la larga podrían incidir para transformar el paladar de las personas. Una comida básica de la mesa puertorriqueña, el arroz con habichuelas (frijoles colorados), que por apariencia y gusto aparenta ser diferente al resto de los platos del menú del restaurante, mediante la estandarización culinaria cobra el mismo gusto que el resto de las comidas que se sirven en el lugar. Este tipo de transformación en el paladar de las personas ha ocurrido con la domesticación de la comida mexicana a través de su repetición en fast foods como *Taco Bell* y *Taco Maker*, y el desarrollo de la llamada comida *Tex-Mex* del suroeste de Estados Unidos.

Escenario II

Hubo un momento durante la década de los ochenta en que asistimos a unos enfoques que le adjudicaban un poder de decisión a las audiencias muy parecidas al supuesto poder del cliente dentro de una economía neoliberal, en donde se supone que se es libre de escoger según las necesidades o intereses. Desde esta perspectiva encontramos una audien-

cia activa cuyo posicionamiento social influye más para la construcción de significados que el propio texto. En términos metodológicos, fue el estudio etnográfico de cómo las audiencias se apropiaban de los textos y los ponían a circular en su cotidianidad el que dio impulso a este tipo de investigación. Se asistió a un cambio en las investigaciones, moviéndose de estudios que planteaban la construcción de los sujetos a partir de las formaciones textuales e ideológicas hacia unas audiencias histórica y socialmente posicionadas¹²¹.

Este acercamiento parte, por un lado, de la concepción de una audiencia activa y, por otro, de la pluralidad de posibles significados y lectura de un texto, a partir de los propósitos, placeres, evasiones, resistencias y estrategias para subvertir y que la audiencia interactúe con los textos. En otras palabras, el análisis y la investigación se redirigió de las influencias ideológicas del texto, a la audiencia como lugar de significado. Es así que se utilizaron los conceptos de Barthes de *plaisir - jouir*; y los de Umberto Eco de *obra abierta*.

No obstante, hacia finales de los años 80 comenzaron a surgir señales de alerta ante los estudios de recepción. Graham Murdock en 1989 (*Cultural Studies at the Crossroads*" en *Australian Journal of Communication* 16), bastante escéptico de los progresos teóricos en las investigaciones que asumían la perspectiva de una audiencia activa, delineó una alarmante similitud entre la idea de la audiencia activa y la soberanía celebratoria del consumidor que el populismo comercial del ascendente conservadurismo de los ochenta proponía.

James Curran en 1990 ("The New Revisionism in Mass Communication Research: A Reappraisal" en *European Journal of Communications* 5 (2-3).) manifestaba que los planteamientos hechos sobre la influencia reducida de los medios no era otra cosa que una exageración de la idea de que no hay discursos dominantes, y que se vive dentro de una democracia semiótica de voces pluralistas.

¹²⁰Calabrese, Omar: *La era neobarroca*. Cátedra, Madrid: 1989, pág. 47.

¹²¹Morley, David: "Texts, Readers, Subjects". en S. Hall, D. Hobson, A. Lowe y P.Willis (eds) *Culture, Media, Language*, London: Hutchinson, 1980. Morley, David. *The Nationwide Audience: Structure and Decoding*. British Film Institute, London, 1980. Hobson, D. "Housewives and the Mass Media". en S. Hall, D. Hobson, A. Lowe y P.Willis (eds) *Culture, Media, Language*, London: Hutchinson, 1980. Hobson, D. *Crossroads: The Drama of the Soap Opera*. London: Methuen, 1982. Ang, I. *Watching Dallas*. London: Methuen, 1985. Morley, D. *Family Television*. London: Comedia, 1986. Hermosilla, María Elena. *Explorando la recepción televisiva*. Santiago: Ceneca/Cencosep, 1987. Fuenzalida, Valerio y María Elena Hermosilla. *Visiones y ambiciones del televidente: estudios de recepción televisiva*. Santiago: Ceneca, 1989. Orozco Gómez, Guillermo. *Recepción televisiva: tres aproximaciones y una razón para su estudio*. México D. F.: Universidad Iberoamericana, 1991. Orozco Gómez, Guillermo (compilador). *Hablan los televidentes: estudios de recepción en varios países*. México D.F.: Universidad Iberoamericana, 1992. Orozco Gómez, Guillermo (coordinador). *Televidencia: perspectivas para el análisis de los procesos de recepción televisiva*. México D.F.: Universidad Iberoamericana, 1994.

Aunque estos argumentos no descartaban la actividad creativa de las audiencias en su producción de significados, ni proponían una vuelta a la primacía del texto, sí pedían cautela. David Morley, uno de los investigadores que iniciaron los estudios de audiencia y de recepción en comunicación, en su libro *Television Audiences and Cultural Studies* (London: Routledge, 1992) se mostraba cauteloso ante lo que él llama el poder afirmativo de las audiencias y la tendencia de pasar por alto cuestiones relacionadas con los mecanismos económicos, políticos e ideológicos que afectan tanto a la producción textual como a las audiencias.

Stephen Heath en su ensayo "Representing Television" (P. Mellencam, ed., *Logic of Television: Essays in Cultural Criticism*, Bloomington: Indiana University Press, 1990) argumentó que los estudios de audiencia y recepción presentan, por lo general, una visión despolitizada de la vida cotidiana.

Conclusión

Estos escenarios nos ayudan a forjar un mapa para entender las transformaciones que experimentamos en diversos ámbitos. Nos exigen, movernos hacia unas referencias que provean para la inferencia provisoria, y permitan establecer mapas, para unos recorridos múltiples, a través de diversos territorios, espacios y tiempos en constante cambio, y, en algunos casos, sin una clara dirección de desarrollo.

La integración de prácticas y saberes del mundo corporativo / empresarial constituye uno de los espacios de reflexión teórica e investigativa que de manera transversal componen las nuevas formaciones discursivas. Su estudio provee para una mejor comprensión de las concepciones y el análisis sobre el tiempo y el espacio; la constitución, ordenamiento y representación de identidades; y la reflexión sobre las formas de conocimiento en estos tiempos neoliberales. Más que nada, me parece que esta reflexión debe promover la teorización y producción

de conocimiento, vinculando el espacio intelectual con el espacio ciudadano, en el marco de las transformaciones económicas y culturales de las últimas décadas. La reflexión de las formaciones discursivas y culturales del neoliberalismo debe proponer un campo para la producción del conocimiento en función de unidades básicas amplias de estudios y organización cultural: espacios y tiempos; inventarios materiales; identidades; comportamientos cotidianos y entornos. Se persiguen dos objetivos inmediatos: un acceso al espacio social desde la pluralidad y heterogeneidad de identidades, comportamientos colectivos y formaciones culturales que lo conforman y, en segundo lugar, sintonizar con la heterogeneidad del espacio ciudadano.

Economía Política de la Comunicación: un aporte marxista a la constitución del campo comunicacional

César Bolaño (UFS - Brasil) y Guillermo Mastrini (UBA - Argentina)¹²²

Introducción

El propósito del presente trabajo es acercar algunas de las principales líneas argumentales que han surgido desde los análisis marxistas de la Economía Política de la Comunicación (EPC), cuyo objeto de estudio se centra en las relaciones sociales, particularmente las relaciones de poder, que constituyen la producción, distribución y consumo de los bienes simbólicos. Esta relación compleja adquiere relevancia entonces en su doble dimensión: por las nuevas condiciones que se le presentan a las producciones culturales en tanto producto de una industria y, complementariamente, las particularidades que adquiere un sector industrial muy específico como es el cultural. El desarrollo actual del modo de producción capitalista, que otorga una dimensión central a la información y la cultura, amplía el poder explicativo de la Economía Política de la Comunicación y revela su importancia tanto en el interior del campo de la Economía Política, como en el de las Teorías de la Comunicación.

En América Latina encontramos una lista extensa de aportes de autores vinculados a las Teorías de la Dependencia Cultural y a los debates sobre un Nuevo Orden Informativo Mundial y las Políticas Nacionales de Comunicación, los cuales tuvieron (y tienen) varios puntos de contacto con los análisis de la EPC,

aún cuando, desde nuestra perspectiva, sigan presentando un marco teórico y epistemológico distinto, influenciados por las Teorías (sociológicas) de la Dependencia que, a su vez, surgieron como crítica a las Teorías (económicas) del Desarrollo de la Cepal. Precisamente, la Economía Política de la Comunicación cuyos análisis se han visto sistematizados en el continente a partir de los 90, paralelamente a la creciente integración de los medios de comunicación en la estructura económica mundial supera esas separaciones más o menos arbitrarias, ofreciendo desde la perspectiva multidisciplinar de la Crítica de la Economía Política, valiosas herramientas para el estudio, entre otras cosas, de los actuales fenómenos de concentración económica y de convergencia tecnológica de las industrias culturales, las telecomunicaciones y la informática.

1. Breve nota sobre la Historia del Pensamiento Económico y la Economía Política de América Latina

El surgimiento de la Economía Política clásica en la Inglaterra del siglo XVIII marca la génesis de una nueva ciencia, umbilicalmente ligada al propio desarrollo del nuevo modo de producción, que se instaura con la primera Revolución Industrial. El capitalismo industrial representa una ruptura radical con el sistema anterior, en el que el viejo capital mercantil convi-

¹²²Dr. César Bolaño. Doctor en Economía. Universidad de Sergipe, Brasil. Editor de la revista electrónica EPTIC y Coordinador del Grupo de Trabajo Economía política de la comunicación de ALAIC. Prof. Guillermo Mastrini. Ex Secretario Académico de la carrera de Comunicación de la Universidad de Buenos Aires. Especialista en Economía Política de la Comunicación.

vía con el sistema absolutista al interior de un modo de producción aún esencialmente feudal, pero capaz de garantizar la acumulación primitiva de capital y de conocimiento que constituían la base de aquella revolución. La separación entre las esferas económica y política llevará a la implantación de un nuevo tipo de Estado Liberal, controlado por una esfera pública autónoma que representa efectivamente un enorme avance en la constitución de un sistema de libertad e igualdad formales, garantizado por el principio del respeto a la propiedad privada y a la propiedad individual.

La Economía Política Clásica es el complemento de la Teoría del Estado Liberal que demuestra la necesidad de la no interferencia del Estado sobre el mercado, dado que entiende que este es capaz de funcionar en condiciones óptimas cuando es dejado al libre juego de sus propias leyes internas. Sin embargo, tempranamente se observó que el nuevo sistema era eje de contradicciones, y que la riqueza que tenía la capacidad de crear era apropiada por una parcela muy limitada de la población, mientras que la mayoría permanecía sometida a condiciones de vida miserables. Más aún, la nueva clase proletaria presenta desde su creación un fuerte antagonismo con la clase de los capitalistas industriales.

En esas condiciones la Crítica de la Economía Política de Marx aparece como la última realización de la escuela clásica, en el sentido de llevar hasta las últimas consecuencias los descubrimientos de ésta, partiendo del concepto de valor trabajo y corrigiendo sus insuficiencias. Con ello realiza el necesario revelado de las leyes inmanentes de la producción capitalista, desenmascarando el carácter formal de los conceptos burgueses de libertad, igualdad y propiedad, y mostrando como éstos solo existen en apariencia ya que son sustentados en esencia por una desigualdad fundamental: la no libertad y la expropiación de la clase trabajadora obligada a vender recurrentemente la única propiedad que de hecho dispone, su propia fuerza de trabajo, para poder re-

producirse, reproduciendo con ello todo el sistema de dominación del capital.

Las conocidas implicaciones, explosivas y revolucionarias, de esa crítica no podrían ser aceptadas ni por la nueva clase hegemónica, la burguesía industrial, ni por sus aliados, ni por el pensamiento económico dominante. En este último campo, la reacción se materializará en el desarrollo de la llamada Escuela Neoclásica, que retoma el liberalismo de la Escuela Clásica, pero niega la teoría del valor trabajo y sus peligrosas consecuencias. A partir de entonces la Economía deja de ser Política y se legitima en el medio académico como una ciencia positiva, con método propio y procedimientos altamente formalizados pero, como se alcanzará a apreciar dramáticamente a los pocos años, irrealista. La crisis de los años 30 llevará a la derrota de la economía liberal neoclásica, aunque esta no implique la del formalismo y la del positivismo en la ciencia económica oficial.

En 1936, la publicación de la Teoría General de Keynes representa un golpe mortal para la tradición neoclásica y un alivio para los diseñadores de políticas económicas, que contarán con el respaldo de un nuevo pensamiento económico, que demostraba claramente la necesidad de intervención del Estado y de la inversión pública, con el objetivo de sustentar la demanda efectiva y garantizar el pleno empleo. Bajo el keynesianismo, el capitalismo vivirá sus mejores momentos durante el largo período expansivo inaugurado en la inmediata pos Segunda Guerra Mundial. La teoría Keynesiana recupera entonces la necesidad de la política y expresa el intento de alcanzar procesos distributivos que se alejen de la teoría neoclásica.

La gran escuela del pensamiento económico de América Latina, constituida por economistas vinculados a la CEPAL, es de matriz keynesiana. El trabajo fundador de la escuela cepalina fue el "Estudio Económico de América Latina", realizado por Raúl Prebisch en 1949. Entre otros, sus principales colegas fueron Aníbal Pinto, Oswaldo Sunkel, Maria da Conceicao

Tavares. Si bien la problemática central de la escuela era la del desarrollo, y su gran contribución fue la formulación del conocido modelo de desarrollo por sustitución de importaciones, que explica y apoya la industrialización de América Latina en el período llamado "desarrollismo", no deben subestimarse sus diagnósticos en torno a la condición periférica de América Latina. Como señala Eduardo Devés Valdés, la política del desarrollo es pensada para superar la condición periférica y colocarse a la par de los centros. De esta manera el proyecto modernizador cepalino introduce el concepto de industrialización como factor iniciático del desarrollo económico, con el fin de acelerar el ritmo de crecimiento¹²³.

Durante las décadas del '50 y '60 la hegemonía del pensamiento cepalino comenzó a verse cuestionada por los monetaristas, vinculados a las tesis neoclásicas que ganaron terreno en el continente sobre todo a partir de los años 80's, mientras que en todo el mundo se apreciaba la crisis del keynesianismo y la victoria del pensamiento neoliberal. En todos los casos, se opone el individualismo metodológico de los neoclásicos al holismo cepalino, que articula keynesianismo y estructuralismo.

Mientras tanto, el marxismo continuó su desarrollo en forma paralela, aunque en gran medida por fuera de los ambientes académicos y, sobretodo, tecnocráticos del mundo occidental. Pero ese aislamiento tiende a reducirse justamente por el influjo del estructuralismo, el cual influyó fuertemente al pensamiento marxista, llegando a ser hegemónico en su interior durante buena parte de los años '60 y '70. En América Latina, y bajo la influencia de autores marxistas como Lenin, Trotsky, Baran y Sweezy, se desarrolló también un original pensamiento de izquierda entre cuyos autores podemos citar a nombres como Gunder Frank, Rui Mauro Maurini, Teotonio dos Santos, Caio Prado Júnior o Werneck Sodré. A través de Baran y Sweezy, también se sintió en América Latina la influencia para-keynesiana de Michael Kalecky.

Entre las diferentes corrientes que constituyen ese pensamiento de izquierda latinoamericano se destacan las llamadas Teorías de la Dependencia, de Fernando Henrique Cardoso, Enzo Falletto, Samir Amin, y tantos otros que aparecen como crítica y alternativa a la crisis del pensamiento cepalino. Su trabajo analiza cómo al final del proceso de industrialización de Brasil y México, y una vez constatado el fracaso de prácticamente todas las demás experiencias de industrialización según el modelo de sustitución de importaciones, se verifica que al revés de promover el desarrollo social y la superación de la miseria, lo que la industria trajo para el continente fue el aumento de la concentración y las disparidades sociales, manteniéndose intactas las características del subdesarrollo para la amplia mayoría de la población.

Luis Gonzaga Belluzzo, en el prefacio al trabajo fundamental de Joao Manuel Cardoso de Mello, sintetiza así la crítica que éste último hizo a las teorías de la dependencia:

"El autor reconoce la gran contribución de Fernando Henrique Cardoso y Enzo Falletto en la profundización crítica del concepto de dependencia, en la medida en que adelantan los interrogantes para el terreno de la formación y el desarrollo del modo de producción capitalista en América Latina y, más que eso, aportan la idea de que la dinámica social latinoamericana está determinada en primera instancia por factores internos y, en última instancia, por factores externos, a partir del momento en que se establece el Estado Nacional"¹²⁴

Sin embargo,

"Joao Manuel insiste en que el esfuerzo de Cardoso y Falletto, en el sentido de superar las limitaciones de las hipótesis cepalinas, no puede completarse porque permanece prisionero del criterio cepalino de periodización histórica... Para que esa superación sea efectiva en el plano teórico 'habría sido preciso que no se locali-

¹²³Devés Valdés, E.: *Del Ariel de Rodó a la CEPAL (1900-1950)*. Biblos, Bs. As., 2000, p. 291.

¹²⁴Cardoso De Mello, J. M. *O capitalismo tardío*. Brasiliense, São Paulo, 1982, p. 10

zase el equívoco del pensamiento de la Cepal en la abstracción de los condicionantes sociales y políticos, y que se pensara, hasta las últimas consecuencias, a la Historia latinoamericana como la formación y el desarrollo de un cierto tipo de capitalismo".¹²⁵

La crítica de Joao Manuel está formulada en el marco de un esfuerzo colectivo de formulación de una teoría del capitalismo latinoamericano alternativo tanto a la CEPAL como a las Teorías de la Dependencia, realizado por un grupo de economistas ligados al Instituto de Economía de la Universidad Estatal de Campinas (UNICAMP). Se trata de pensar las especificidades del modo de producción capitalista que se implanta en América Latina (y en especial en Brasil), en una perspectiva metodológicamente más próxima a Marx aunque incorporando ciertamente, de forma no ecléctica, las contribuciones fundamentales de los mayores economistas del siglo XX. De este modo, Bolaño avala la contribución de la escuela de Unicamp:

"Tomando los trabajos clásicos de la escuela de UNICAMP¹²⁶, se nota que (...) la gran mayoría (...) procura estudiar básicamente el período anterior al inicio del proceso de industrialización que la CEPAL había teorizado bajo el concepto de sustitución de importaciones. La preocupación (...) es mostrar que la industrialización brasileña no es una industrialización cualquiera, y que no está determinada unilateralmente por elementos de orden externo; pero que la forma y la extensión en la que se dio sólo fue posible porque ya habían sido implantadas en el país determinadas condiciones estructurales sin las cuales el estímulo externo no hubiese tenido la misma consecuencia. Ahora, ¿qué son esas condiciones, sino la constitución de la relación salarial, de la relación mercantil, del Estado nacional, de una acumulación primitiva de capital, de la generalización de la relación monetaria, en una palabra de las relaciones sociales fundamentales que (...) se constituyen en formas institucionales que definen un modo de regulación? Si agregamos a

eso el hecho de que ese conjunto de contribuciones, y en especial el trabajo de Joao Manuel Cardoso de Mello, dieron lugar a otras investigaciones que amplían el análisis imprimiéndole además alguna interdisciplinariedad¹²⁷, se puede caracterizar claramente a esa escuela como próxima (y con ventajas) al referencial de la escuela francesa de regulación, de la cual es contemporánea".¹²⁸

II. Economía política y teorías de la comunicación en América Latina

Es interesante apuntar el paralelismo existente entre el desarrollo del pensamiento económico y de la propia economía latinoamericana, y las teorías y propuestas ligadas al campo de la comunicación. Así, por ejemplo, la política 'desarrollista' apoyada teóricamente por la escuela de la CEPAL, traerá a luz toda la discusión sobre Comunicación y Desarrollo, especialmente cuando se percibe que el desarrollo social y la superación de la pobreza no son simples corolarios de la industrialización. En efecto, ya desde la década del '60 hay referencias explícitas al papel de los medios de comunicación en la promoción del desarrollo. Aún cuando inicialmente, las teorías de comunicación citadas no constituyen una alternativa teórica explícita al funcionamiento de la llamada sociología americana, ya representan de hecho una ruptura con la ideología dominante desde la posguerra, que sostenía el libre flujo de la información. Esta teoría era parte constitutiva del proyecto hegemónico norteamericano, y es coherente con el pensamiento económico convencional neoclásico. Más aún, serán los teóricos cepalinos quienes introducirán desde una perspectiva no crítica el concepto de planificación de la comunicación, que tanta importancia tendrá en el continente.

En los años '70 ese proyecto será fuertemente cuestionado, inclusive en el terreno de las Ciencias de la Comunicación. En 1971 el decreto del gobierno norteamericano del fin de la convertibilidad del

¹²⁵Idem, p.11.

¹²⁶Cardoso De Mello, J. M. O *Estado brasileiro e os limites da estatização*. Ensaio de Opinião: Rio de Janeiro, 1977; Cardoso De Mello, J. M. O *capitalismo tardio*. Brasiliense: San Pablo, 1982; Conceição Tavares, M. *Acumulação de capital e industrialização no Brasil*. Ed. Unicamp, Campinas, 1985; Conceição Tavares, M. *Ciclo e crise: o movimento recente da industrialização brasileira*. UFRJ: Rio de Janeiro, 1978. (mimeo); Silva, 1976; Cano, W. *Raízes da concentração industrial em São Paulo*. Difel: San Pablo, 1977; Belluzzo, L. G. M. *Valor e capitalismo*. Brasiliense: San Pablo, 1980; Aureliano Da Silva, L. M. L. *No limiar da industrialização*. Brasiliense, San Pablo, 1981.

¹²⁷Salm, C. L.: *Escola e trabalho*. Brasiliense, San Pablo, 1980; Draibe, S. *Rumos e metamorfoses*. Paz e Terra, San Pablo, 1985; Arruda, 1978; Bolaño, C. R. S.: *Mercado Brasileiro de Televisão*. PEUFS: Aracaju, 1988.

¹²⁸Bolaño, C. R. S., *Da derivação à regulação: para uma abordagem da indústria cultural*. Aracaju, mimeo, nota 17.

dólar en oro, marca el fin del sistema de Bretton Woods negociado al final de la Segunda Guerra Mundial que había permitido un desarrollo inédito del capitalismo durante treinta años, centrado en crecientes déficits en la cuenta corriente de los Estados Unidos. El final de la convertibilidad inaugurará una década de movimientos especulativos contra el dólar, con propuestas de creación de una moneda (o de una canasta de monedas) alternativa.

En lo concerniente al proceso real de acumulación, la hegemonía americana estaba siendo también fuertemente cuestionada por el avance de la competitividad de países como Japón y Alemania, en sectores clave como el automovilístico y el electrónico. La crisis de la hegemonía americana también era patente en el campo político y militar. Con la humillante derrota en Vietnam se acrecienta todo un movimiento de cuestionamiento de las posiciones norteamericanas en el interior de la Organización de las Naciones Unidas, gracias al peso de los países socialistas y al movimiento de los 'no alineados'. Al mismo tiempo, los aliados europeos se mostraban crecientemente rebeldes, haciendo negocios con los soviéticos como el caso de la polémica construcción del gasoducto transiberiano.

Se generaliza el debate en torno de un Nuevo Orden Económico Mundial (NOEI) en el momento en que la crisis del capitalismo se va imponiendo y todo el modo de regulación se desestructura, con la separación entre las órbitas productiva y financiera, el agotamiento del patrón de acumulación y del modelo de financiamiento que precedió a la larga fase expansiva anterior. A la par de la discusión del NOEI y vinculadas a ella, en el campo de la comunicación surgen las propuestas de un Nuevo Orden Mundial de la Información y la Comunicación (NOMIC), negociado al interior de otro organismo de la ONU, la UNESCO. Las ideas de un Nuevo Orden de la comunicación fueron resistidas y contestadas por los defensores del llamado libre flujo de la información que representaban básicamente los intereses norteamericanos.

Tempranamente, Osvaldo Capriles advertía sobre los problemas que podían presentarse si se confundían los diferentes niveles y frentes de debate:

*"la formulaciones del informe RIO pasan, en la práctica, por ser el contenido indiscutido del **nuevo orden económico**, dejando así en la sombra los planteamientos que tienen lugar en los países dependientes. En el caso del **nuevo orden de la comunicación**, los planteamientos más conocidos han sido generados en el tercer mundo y, al ser incluidos bajo tal denominación, quedan en la ambigua situación de figurar como una parte del planteamiento sobre el **nuevo orden económico** Club de Roma, RIO y se separan de su real parentesco con posiciones más radicales en lo económico político"¹²⁹.*

Paralelamente al debate sobre el Nuevo Orden Informativo, en América Latina se pondrá especial énfasis en el establecimiento de Políticas Nacionales de Comunicación (PNC). Más allá de sus planteos generales en torno a la necesidad de la intervención del Estado y la Sociedad Civil en la definición de las políticas audiovisuales, el debate sobre las PNC se hacía cargo de la necesidad de democratizar la comunicación social como condición básica para alcanzar una mayor equidad económica. La lucha por el establecimiento de Políticas Nacionales de Comunicación dejó como saldo teórico la discusión sobre los conceptos tan importantes como servicio público, acceso y participación¹³⁰. Al respecto, Capriles advertía que en muchos casos el debate sobre el NOMIC fue utilizado como pantalla y constituyó un obstáculo objetivo para avanzar en el proceso de democratización efectiva de las sociedades latinoamericanas que proponían las PNC¹³¹.

En el debate sobre el NOMIC y las PNC se destaca por su originalidad y profundidad el pensamiento comunicacional latinoamericano. Autores como Herbert Schiller, Luis Ramiro Beltrán, Antonio Pascuali, Armand Mattelart, Elizabeth Fox, Ariel Dorfman y muchos otros fuertemente influenciados por la teo-

¹²⁹Capriles, O.: *De las políticas nacionales de comunicación al nuevo orden internacional de la información: algunas lecciones para la información*. Ponencia presentada a la conferencia de la IAMCR, Caracas, 1980 p. 6

¹³⁰Exeni, J.L.: *Políticas de comunicación. Andares y señales para no renunciar a la utopía*, Plural, La Paz, 1998, Este libro constituye una de las últimas revisiones conocidas sobre el tema.

¹³¹Capriles, O., op. Cit., p. 46.

ría de la dependencia económica, impulsan las llamadas teorías de la dependencia cultural o del imperialismo cultural. Una buena crítica a esas teorías fue hecha por Ingrid Sarti, siguiendo los pasos de la crítica de Weffort a Fernando Henrique Cardoso, como puede apreciarse en algunos tramos seleccionados de la conclusión de la autora:

*"En su interpretación simplista se enfatiza de tal manera la característica de dependencia que se aparta la esencia del problema, o sea, su naturaleza capitalista (...) No es ciertamente por coincidencia que la literatura de la 'dependencia cultural' se inspira en el concepto althusseriano de ideología, incurriendo en el error fundamental de Althusser, que es el de no considerar a la ideología determinada en el propio proceso de producción, entrañada en la contradicción fundamental del modo de producción capitalista, pero sin considerarla como una función a ser desempeñada por el Estado con el objetivo de asegurar la dominación (...) De este modo lo que podría ser un mérito, el de reconocer la necesidad de estudiar el proceso de dominación ideológica, deja de serlo en la medida en que los análisis de los medios de comunicación pierden la noción de proporción y les atribuyen el papel de poderosos agentes cuasi autónomos en el proceso de producción de las relaciones capitalistas"*¹³².

En este importante artículo la autora no desarrolla una teoría alternativa. Precisamente eso es a lo que se dedicaron ambas teorías de la comunicación latinoamericanas posteriores a las de la dependencia cultural: los estudios culturales y la economía política de la comunicación. Vale subrayar la semejanza de la crítica de Sarti, así como del programa de la economía política de la comunicación, con la posición arriba citada de los economistas de Unicamp de revelar el particular carácter del proceso en cuestión de acuerdo con lo que podríamos llamar "ortodoxia del método", esto es, como la lectura de una realidad histórica y espacialmente específica, pero seguramente idéntica, en sus determinaciones inherentes al capi-

talismo cuyas categorías esenciales Marx develó en *El Capital*, con base en esas categorías y sobre todo en el método en que ellas se pueden explicitar correctamente. En este sentido la economía política de la comunicación plantea la necesidad de analizar las formas económicas de la producción simbólica, tal como lo expresa Nicholas Granham al revisar los trabajos de Adorno y Horkheimer:

*"La debilidad real de la Escuela de Frankfurt no radicaba en el hecho de que sus representantes no concediesen la debida importancia a la estructura o la economía, sino en el hecho de que no tenían suficientemente en cuenta la contradictoriedad de la naturaleza económica de los procesos observados por ellos, hasta el punto de considerar la industrialización de la cultura como no problemática e irresistible"*¹³³.

Una necesidad similar aparece en otra revisión de las teorías de la dependencia cultural como la realizada por Heriberto Muraro, que introducía consideraciones importantes para el futuro desarrollo de la economía política de la comunicación:

*"la causa de este déficit entre los teóricos de la dependencia -que son quienes más avanzaron en el campo del análisis global de las relaciones entre economía y comunicaciones- es que la mayoría de ellos requirieron del análisis económico para interpretar ideológicamente a los mensajes. En dichos estudios la esfera estrictamente económica aparece más lejana"*¹³⁴.

Sabemos lo que ocurrió durante los años '80 a nivel internacional: la política de recuperación de la hegemonía norteamericana a partir de un aumento de las tasas de intereses al inicio del gobierno de Reagan. Esto redundó entre otras cosas, en el redireccionamiento de los flujos de capital (productivo y especulativo, de riesgo y de préstamo), financiando la subsecuente expansión norteamericana (sin que la economía internacional en su conjunto pudiese salir de la larga crisis de reestructuración productiva y del conjunto del modo de regulación) y la crisis del en-

¹³²Sarti, I.: "Comunicação e Dependência Cultural: um equívoco". en Werthein, J. *Meios de Comunicação: realidade e mito*. Ed. Nacional, San Pablo, 1979, p. 243. Una crítica similar es la que realiza Nicholas Granham cuando señala que "la instauración de un dominio político e ideológico a través de lo económico ha sido una de las características clave de los medios de comunicación de masas en el ámbito del capitalismo monopolista", en "La cultura como mercancía" en Richeri; G. (ed.) *La televisión entre servicio público y negocio*, Gustavo Gili, Barcelona, 1983, p.24.

¹³³Granham, N: op. cit. p.23

¹³⁴Muraro, H.: "Economía y comunicación: convergencia histórica e inventario de ideas", en *Invasión cultural, economía y comunicación*, Legasa, Buenos Aires, 1987, p. 92.

deudamiento de los países del tercer mundo, incluso los latinoamericanos. El gobierno de Reagan consiguió también, en el campo político y militar, garantizar la recuperación de la hegemonía norteamericana, especialmente a partir del colapso del llamado socialismo real.

En el caso de los debates sobre el NOMIC y las PNC, los Estados Unidos y Gran Bretaña se retiraron de la UNESCO poco tiempo después de que su vigésima asamblea general aprobara por consenso el llamado "Informe Mc Bride", donde no sólo se reconocía la legitimidad de los reclamos de los países del llamado tercer mundo, sino que además se apreciaban los aportes de la academia latinoamericana. A partir de entonces, la UNESCO pasó a enfrentar una importante crisis de financiamiento, se reorientó hacia temas menos conflictivos, y perdió impulso, tal como la CEPAL en su momento. Se impuso en la práctica el libre flujo de la información y los Estados Unidos sustituyeron su participación en los organismos internacionales por relaciones bilaterales. Mientras la UNESCO perdía influencia, y las ideas neoliberales se expandían por todo el planeta, los grandes capitales acrecientan su importancia en los sectores de la comunicación, la información y la cultura en un nivel internacional. Este proceso será acelerado y radicalizado con la expansión de las Tecnologías de la Información y la Comunicación, la desregulación y privatización de los sistemas de telecomunicaciones y la expansión de las redes telemáticas, particularmente internet, que forman parte del profundo proceso de reestructuración capitalista en curso¹³⁵.

En estas circunstancias, las teorías de la dependencia cultural también entran en crisis y acaban siendo suplantadas, en el campo latinoamericano, por una diversidad de opciones. En primer lugar, las teorías de la recepción desplazan el foco de interés desde la producción hacia el receptor, autonomizando plenamente en este último la producción de sentido. También durante la década del '80 aparecerán varios trabajos celebratorios de la incorporación masiva de

nuevas tecnologías de la información y la comunicación, que nuevamente pretendían articular el despegue económico de las economías latinoamericanas con la introducción masiva de dichas tecnologías. La mayoría de estos trabajos pueden ser considerados versiones actualizadas tanto de las teorías funcionalistas como de las desarrollistas.

Finalmente, surgirá una especie autóctona de Estudios Culturales, que critica el estructuralismo sociológico de las teorías de la dependencia cultural, visto como determinista, oponiéndoles una visión antropológica que parte de la idea de que la eficacia de los medios de comunicación de masas en cuanto elementos de dominación ideológica debe ser cuestionada, en la medida que la cultura popular tiene autonomía y que la recepción de los productos de la cultura de masas es hecha según sus propias visiones del mundo. Autores como Barbero, Canclini y otros, acaban constituyendo toda una escuela de pensamiento comunicacional importante y sofisticada.

Cabe destacar que desde posiciones cercanas a la economía política, Heriberto Muraro había adelantado tempranamente una crítica semejante a las teorías de la dependencia cultural:

*"la importancia teórica y la fertilidad del concepto de manipulación nos impulsan a conservarlo; entendemos que éste nos previene de recaer en una sociología de la comunicación empirista y acrítica. Sin embargo también se debe proceder a una revisión crítica de su sentido. La manipulación no puede ser adoptada como una explicación automática y apriorística de la cultura de masa; su eficacia es algo que no podemos dar por descontado. La teoría debería tomar en cuenta la estructura del sistema monopolista y de las estructuras políticas y sociales de carácter popular que pueden oponerse a las maniobras de los grupos dirigentes. En última instancia el problema básico es relacionar la eficacia de los mensajes emitidos y sus contenidos con la conciencia nacional y de clase de la población de un país o grupo de países determinados"*¹³⁶.

¹³⁵Al respecto puede verse Bolaño, C. R. S.: "Economía Política, globalização e comunicação", en *Globalização e Regionalização das Comunicações*, EDUC, San Pablo, 1999; Bolaño, C. R. S.: "La problemática de la convergencia informática-telecomunicaciones-audio-visual: un abordaje marxista", en Bolaño, C. R. S. y Mastrini, G. (ed). *Globalización y Monopolios en la Comunicación en América Latina*. Ed. Biblos, Buenos Aires, 1999; BOLAÑO, C. R. S. *Trabalho Intelectual, Informação e Capitalismo*. Presentado al VI Encuentro Nacional de Economía Política, FGV, San Pablo, junio de 2001.

¹³⁶Muraro, H.: *Neoliberalismo y comunicación de masa*. Eudeba, Bs. As., 1974, p. 102.

Por otra parte, para la realidad de América Latina puede resultar engañosa la transposición del debate anglosajón entre Economía Política de Comunicación y Estudios Culturales. En nuestro continente, ambas perspectivas surgen autónomamente como crítica marxista a las teorías de la dependencia, aunque algunos desarrollos de la segunda acabe por abandonar el marxismo aproximándose crecientemente al posmodernismo.

III. La economía política de la comunicación

El panorama del campo comunicacional a comienzos de los noventa se caracterizaba por el predominio de los estudios culturales, vinculados a los desarrollos teóricos regionales ya citados. Pero a la vez, desde una perspectiva crítica, se comienza a advertir que a partir de esa respuesta teórica a ciertos postulados setentistas estaban siendo abandonados los proyectos académico-políticos críticos. Los nuevos diseños de investigación aparecen condicionados no sólo por una suerte de institucionalismo formal, sino en muchos casos por los estímulos explícitos o encubiertos del mercado. Como señala Héctor Schumcler:

"la idea de mercado es seductora: invita al goce y a la libertad sin transgredir reglas. Los académicos e investigadores, descubierta la verdad del mercado, podían abandonar el fastidioso ejercicio de la "denuncia" . Corregir. Proponer. Formular reparos no es oponerse, sino formas de incluirse dignamente. La investigación entendida como **Know how** prescindir de opciones sustanciales y el mercado, como paradigma en el que se puede y se debe pensar todo, sólo exige abandonar cualquier rastro de esencialismo. El hombre interconectado, convertido en el ideal de la comunicación, no se diferencia del ideal del mercado, que aspira a una transacción incesante" ¹³⁷.

Pese a lo oscuro del panorama, también aparecen respuestas a este acomodamiento masivo. Entre ellos se destaca el intento de una serie de investigadores por recuperar el análisis de la producción de las in-

dustrias culturales en forma articulada a la teoría del valor-trabajo. La Economía Política de la Comunicación pretende superar en primera instancia el determinismo economicista propio de muchos análisis setentistas y recuperar el análisis de la forma económica del desarrollo de las industrias culturales para vincularlo al estudio de los consumos. Pero también supone volver a presentar debate en torno a las políticas de medios y la organización democrática de la información y la cultura. Al respecto Rafael Roncagliolo resaltaba el retroceso sufrido en América Latina en la década del 90:

"durante las últimas décadas el quehacer, casi la obsesión de los investigadores, ha sido el diseño de políticas democráticas de comunicación. Su propuesta hizo caer gobiernos y, en la escena internacional, llevó a la UNESCO a una crisis de la que todavía no se logra recuperar. Hoy existen contundentes políticas de comunicación en toda la región. Pero su signo se ubica en las antípodas de las propuestas de los académicos que introdujeron el término. En efecto, las políticas vigentes son políticas de privatización, concentración y transnacionalización de las comunicaciones"¹³⁸.

Entendemos que la economía política de la comunicación enfrenta tres tareas básicas. En primer lugar, debe recuperar las discusiones planteadas en torno a la propiedad de los medios, trabajar en la definición de políticas democráticas de comunicación y luchar por un contexto internacional más justo en la distribución de la información. Para ello es necesario realizar una revisión de las discusiones planteadas décadas atrás y actualizar los diagnósticos.

En este sentido, la crítica que hace Bolaño¹³⁹ de las Teorías de la Dependencia va en el mismo sentido de aquellas de Sarti o de Ortiz¹⁴⁰; y busca justamente presentar una alternativa centrada en la Crítica de la Economía Política de acuerdo con la escuela de los economistas de UNICAMP anteriormente citados. Es la misma intención que presenta de Herscovici¹⁴¹, quien a su vez parte de la tradición francesa de la

¹³⁷Schmucler, H.: "Lo que va de ayer a hoy. De la política al mercado", en Revista Telos, n° 47, Fundesco, Madrid, 1996. P.65.

¹³⁸Roncagliolo, R.: "De las políticas de comunicación a la incomunicación de la política", en Revista Nueva Sociedad, N° 140, Caracas, 1995, p.102.

¹³⁹Bolaño, C. R. S.: *Mercado Brasileiro de Televisão*. Ed. UFS, Aracaju, 1988; Bolaño, C. R. S. *Indústria Cultural, Informação e Capitalismo*, ed. Hucitec, San Pablo, 2000.

¹⁴⁰Ortiz, R.: *A moderna tradição brasileira*. Ed. Brasiliense, San Pablo, 1988.

¹⁴¹Herscovici, A.: *Economia da cultura e da comunicacao*. Editora UFES, Vitoria, 1995.

Economía de la Comunicación y de la Cultura, y la de Marcos Dantas¹⁴², que recupera también la contribución de Marx a partir del campo de las teorías de la información.

También es importante rescatar los primeros intentos de vincular economía y medios de comunicación más allá del problema de las determinaciones ideológicas. En este sentido, además de los textos ya citados de Heriberto Muraro, merecen destacarse los trabajos del chileno Diego Portales y de la mexicana Patricia Arriaga. Ya en la década del 70 Portales planteaba:

"la imperiosa necesidad de desarrollar una economía de las comunicaciones ... en el mundo de la ciencia económica, el estudio de la producción y distribución del material comunicativo está prácticamente ausente".

Portales también advierte que mientras los estudios de comunicación se centraban en la influencia ideológica de las industrias culturales, desechaban precisamente el carácter industrial de la producción cultural:

*"el material comunicativo adquiere significación económica en la producción industrial. Con el desarrollo de la división del trabajo en la comunicación de masas, lo que antes hacía una sola empresa luego lo van haciendo secciones de una empresa y luego empresas por entero separadas. El origen del material comunicativo sigue siendo producción artesanal, pero el producto originario es transformado a través de un proceso de naturaleza industrial y se convierte en mercancía para el consumo del receptor"*¹⁴³.

Por su parte, Arriaga desafía los postulados básicos de la economía del conocimiento planteada por Machlup y Porat y propone aplicar la distinción planteada por Marx entre trabajo productivo e improductivo en el análisis de las actividades informacionales. Sus conclusiones la llevaban a plantear dudas acerca de las posibilidades de la "nueva economía" para incrementar la productividad del sistema capitalista¹⁴⁴. La cuestión despierta polémicas y no puede ser completamente abarcada en el presente trabajo. Desde otra

perspectiva, Bolaño propone la necesidad de elaborar una crítica de la economía política del conocimiento, en el contexto de una discusión sobre la subsunción del trabajo intelectual y el papel de las tecnologías de la información y la comunicación¹⁴⁵. De todas formas, el trabajo de Arriaga es pionero y el enfoque marxista que propone se torna un punto de referencia importante para la escuela latinoamericana.

Finalmente, cada vez más aparece como impostergable la tarea de actualizar los diagnósticos sobre la propiedad de los medios. No resulta arriesgado señalar que la concentración y la transnacionalización de la propiedad de los medios supera con creces los pronósticos más pesimistas de los '70. La principal diferencia radica en que los grupos multimedia hacen ostentación de su poderío, y la concentración no representa un problema sino una virtud.

En segundo lugar, creemos que es imprescindible sistematizar el análisis teórico del funcionamiento de las industrias culturales. Como ya hemos señalado¹⁴⁶, creemos que es imprescindible considerar a los medios de comunicación como sistemas de producción, distribución y consumo de formas simbólicas que requieren la utilización de recursos sociales escasos que son distribuidos a partir de las restricciones planteadas por el modo capitalista de producción. Nicholas Garnham destaca esta característica cuando observa que *"describir los medios como industrias culturales es enfatizar formas simbólicas que son en general producidas, distribuidas y consumidas en la forma de mercancías bajo las condiciones de competencia e intercambio del mercado capitalista"*¹⁴⁷. Para comprender su lógica, no sólo es preciso realizar el estudio macroeconómico de los medios, su participación en el proceso de acumulación del capital y la participación del Estado, sino contemplar además las formas de producción, las características de las mercancías culturales y la valorización de capitales en cada sector.

Lo que unifica todas esas perspectivas teóricas, que podemos abarcar bajo el nombre de Economía Política de la Comunicación, es el deseo de colocarse como

¹⁴²Dantas, M.: *Trabalho com Imformacao: valor, acumulacao, apropriacao nas redes do capital*, Río de Janeiro, mimeo, 2000.

¹⁴³Portales, D.: *Poder económico y libertad de expresión*. Ilet-Nueva imagen, México, 1981, p.46.

¹⁴⁴Arriaga, P.: *"Toward a critique of the information economy"*, en Media, Culture and Society, Londres, Sage, 1985, p.271-296.

¹⁴⁵Bolaño, C.: *Trabalho intelectual, comunicacao, e capitalismo*. CD-Rom del VI Congreso de la Sociedad Brasileira de Economía Política, San Pablo, Junio de 2001

¹⁴⁶Herscovici, A. et al.: "Economía política de la comunicación y la cultura: una presentación", en Bolaño, C. R. S. y Mastrini, G. (ed.): *Globalización y Monopolios en la Comunicación en América Latina*, Ed. Biblos, Buenos Aires, 1999.

¹⁴⁷GARNHAM, N.: *Emancipation, the media and modernity*. Oxford, Londres, 2000, p. 39.

alternativa a las teorías sociológicas anteriores, en una perspectiva principalmente más coherente con Marx pero también, más genéricamente, con el conjunto de las teorías económicas mencionadas como heterodoxas, que acaban por aunarse históricamente bajo el nombre de Economía Política por oposición al positivismo de la idea de Economía pura del denominado main stream. Ésta es también la propuesta de buena parte de autores europeos, norteamericanos y canadienses de la Economía Política de la Comunicación. En conjunto esas teorías pueden ser presentadas como alternativa teórica y epistemológica a las teorías de la comunicación anteriores. Los nuevos autores del campo de la Economía Política latinoamericana, cuyos trabajos pueden ser conocidos consultando sus artículos publicados en la revista *Eptic On Line*¹⁴⁸, aparecen más o menos influenciados a partir de los años '90 por las escuelas europeas, pero sin confundirse con éstas.

A diferencia de lo acontecido en Europa, en América Latina la economía política de la comunicación debe desarrollarse sin contar con la presencia histórica del Estado de Bienestar y los servicios públicos de radiodifusión. Estos servicios implicaron la legalidad y la legitimidad de la intervención del Estado en la producción y distribución de bienes culturales, y a la vez un distanciamiento parcial del modo capitalista de producción cultural. Pero el aporte de la economía política de la comunicación se torna indispensable si se consideran dos movimientos que se dan en forma simultánea: el abandono de las posiciones críticas por una parte significativa de investigadores e instituciones de la región, que tiene lugar mientras las industrias culturales, y centralmente los medios masivos de comunicación, adquieren creciente importancia. Este lugar central no sólo alcanza la distribución de contenidos simbólicos, sino que se observa en la definición de la agenda social y la construcción de opciones políticas.

En tercer lugar, la economía política de la comunicación debe plantearse un programa de intervención

que vincule nuevamente a la academia con las prácticas y las organizaciones sociales, para apoyar el acceso público a la producción y distribución de bienes culturales.

IV. Conclusiones

Como se ha visto, los estudios de economía política de la comunicación pueden constituir una herramienta válida y necesaria para comprender el complejo panorama comunicacional latinoamericano. Creemos que no sólo recupera aspectos significativos de la tradición académica europea y norteamericana, sino que a la vez retoma conceptos tempranamente asimilados en la región. La síntesis de las teorías europeas y de las teorías latinoamericanas constituye sin dudas un aporte original de la economía política de la comunicación al campo de la comunicación y la cultura.

Una característica central del pensamiento económico y comunicacional de América Latina ha sido su activismo político. Eso se manifiesta más recientemente en la aproximación, por ejemplo en el caso brasileño, entre la Economía Política y un grupo importante de intelectuales del área de Políticas de Comunicación, que tuvieron un papel fundamental en los avances que el país conquistó en materia de legislación de la comunicación¹⁴⁹. Esa relación entre acción y teoría, que remite al concepto marxista de 'praxis', debe ser tenida en alta consideración para la organización del campo.

En América Latina y desde el inicio de los años 90, dicha organización fue impulsada al interior de los grupos de trabajo de Economía Política de la Comunicación por entidades como la Sociedad Brasileira de Estudios Interdisciplinarios de Comunicación (INTERCOM) y la Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación (ALAIIC). En particular, ésta última asumió a partir de 1997 el protagonismo que tuvo la primera durante el inicio de la década. En mayo de 2001, se realizó en Buenos

¹⁴⁸Revista Internacional de Economía Política de las Tecnologías de la Información y de la Comunicación, www.eptic.he.com.br

¹⁴⁹Bolaño, C. R. S.: A política brasileira de regulamentação do Audiovisual. Presentado al X Encuentro Anual de Compós, Brasilia, mayo de 2001, mimeo.

Aires el "1er. Encuentro de Economía Política de la Comunicación del Mercosur", que aprobó en su cierre la "Carta de Buenos Aires" y sostuvo la necesidad de crear una organización latina de la Economía Política de la Comunicación, a efectos de garantizar aquella articulación política anteriormente citada, contribuir a la difusión del conocimiento del campo dentro de la perspectiva de lucha por la democratización de la comunicación, apoyar a los movimientos sociales, y defender la introducción de contenidos críticos en la enseñanza de la comunicación.

Los estudios de economía política de la comunicación no pueden ser asumidos más que como un punto de partida para poder entender las relaciones sociales desde una perspectiva abierta, no reduccionista y crítica. Pero, a la vez, creemos que es necesario profundizar su desarrollo y complementarlo con otras líneas de trabajo. En el caso de la escuela latinoamericana, Bolaño apuntó recientemente el interés en incorporar aspectos de los Estudios Culturales aquí desarrollados¹⁵⁰, y propuso la construcción de una perspectiva teórica amplia, a partir de la comprensión en la realidad de la existencia de una jerarquía categorial en la cual los conceptos de la Economía Política tengan precedencia. El desafío queda planteado.

Bibliografía

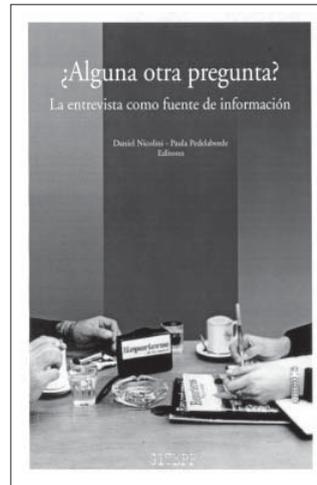
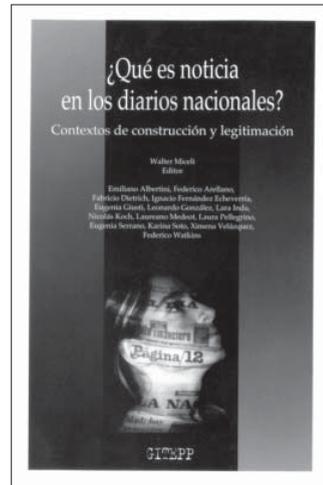
- Arriaga, P.: "Toward a critique of the information economy", en *Media, Culture and Society*. Sage, Londres, págs. 271-296, 1985.
- Bolaño, C.R.S.: *Mercado Brasileiro de Televisão*. Ed. UFS, Aracaju, 1988.
- Bolaño, C.R.S. *Indústria Cultural, Informação e Capitalismo*. Ed. Hucitec, San Pablo, 2000.
- Bolaño, C.R.S.: *Sociedade da Informação, Reestruturação Capitalista e Esfera Pública Global*. Revista de Sociologia, 8, UNESP, Araraquara, 2000.
- Bolaño, C.R.S.: *A política brasileira de regulamentação do Audiovisual*. Presentado al X Encuentro Anual de Compós, Brasilia, mayo de 2001, mimeo.
- Bolaño, C.: *Trabalho intelectual, comunicação, e*

- capitalismo*, CD-Rom del VI Congreso de la Sociedad Brasileira de Economía Política, San Pablo, Junio de 2001.
- Cano, W.: *Raízes da concentração industrial em São Paulo*. Difel: San Pablo, 1977.
- Capriles, O.: *De las políticas nacionales de comunicación al nuevo orden internacional de la información: algunas lecciones para la información*, Ponencia presentada a la conferencia de la IAMCR, Caracas, 1980.
- Cardoso, De Mello J. M.: *O capitalismo tardio*. Brasiliense: São Paulo, 1982.
- Conceição Tavares, M.: *Acumulação de capital e industrialização no Brasil*. Ed. Unicamp: Campinas, 1985.
- Dantas, M.: *Trabalho com Imformação: valor, acumulação, apropriação nas redes do capital*. Río de Janeiro, mimeo, 2000.
- Devés Valdés, E. *Del Ariel de Rodó a la CEPAL (1900-1950)*. Biblos: Bs. As., 2000.
- Exeni, J.L.: *Políticas de comunicación. Andares y señales para no renunciar a la utopía*. Plural, La Paz, 1998.
- Garnham, N.: "La cultura como mercancía" en RICHERI; G. (ed.) *La televisión entre servicio público y negocio*, Gustavo Gili, Barcelona, 1983.
- Garnham, N.: *Emancipation, the media and modernity*. Oxford, Londres, 2000.
- Herscovici, A.: *Economia da cultura e da comunicação*. Editora UFES, Vitoria, 1995.
- Mastrini, G., y Bolaño C.R.S. (eds.): *Globalización y Monopolios en la Comunicación en América Latina*. Ed. Biblos, Buenos Aires, 1999.
- Muraro, H.: *Neocapitalismo y comunicación de masa*. Eudeba, Bs. As., 1974.
- Muraro, H.: "Economía y comunicación: convergencia histórica e inventario de ideas", en *Invasión cultural, economía y comunicación*, Legasa, Buenos Aires, 1987.
- Ortiz, R.: *A moderna tradição brasileira*. Ed. Brasiliense, San Pablo, 1988.
- Portales, D.: *Poder económico y libertad de expresión*, Ilet-Nueva imagen, México, 1981.
- Roncagliolo, R.: "De las políticas de comunicación a la incomunicación de la política", en *Revista Nueva Sociedad*, nº 140, Caracas, 1995.
- Sarti, I.: "Comunicação e Dependência Cultural: um equívoco", en Werthein, J.: *Meios de Comunicação: realidade e mito*. Ed. Nacional, San Pablo, 1979.
- Schmucler, H.: "Lo que va de ayer a hoy. De la política al mercado", en *Revista TELOS*, nº 47, Fundesco, Madrid, 1996.

¹⁵⁰Bolaño, C. R. S.: *Sociedade da Informação, Reestruturação Capitalista e Esfera Pública Global*. Revista de Sociologia, 8, UNESP, Araraquara, 2000.

Ediciones del GITEPP

Grupo de Investigación en Temas de Producción Periodística





Entrevista



Entrevista

La conciencia mundializada

Por Alfredo Alfonso, Paula Porta y Cielo Ferreiro

El sociólogo y antropólogo brasileño Renato Ortiz es un referente del pensamiento latinoamericano en Ciencias Sociales. Ha publicado más de diez libros, entre los que se destacan *La muerte blanca del hechicero negro* (1978) que establece relaciones entre la cultura popular y la religión Umbanda, *La moderna tradición brasileña* (1988), en donde formula un original desarrollo de la formación de la industria cultural de su país y *Mundialización y cultura* (1994), obra que lo ha llevado a constituirse en un reconocido especialista de la denominada globalización.

Esta entrevista se realizó en el marco del II Seminario Latinoamericano de ALAIC, en el que Renato Ortiz dictó una conferencia magistral.

Oficios Terrestres: ¿Cómo fue el proceso que lo llevó a indagar en el campo de la cultura popular, en ese universo problematizado, presente en *La muerte blanca del hechicero negro*?

Renato Ortiz: La verdad es que yo estudié en Francia, hice grado, maestría y doctorado. Estudié en la Universidad de Vincennes que fue la Universidad creada después de Mayo del '68. Entré en 1970, en la segunda pro-

moción y allí obtuve la Licenciatura en Sociología. Luego migré para la École Pratique des Hautes Études para hacer lo equivalente a una maestría. Allí estudié en el *Centro de Cultura de Masas* dirigido por Edgar Morin y Roland Barthes. El doctorado lo hice también en la École Pratique que después se transformó y hoy se llama École des Hautes Études en Sciences Sociales, fue allí donde comencé a trabajar la temática de cultura popular y religión.

Trabajé mi doctorado con Roger Bastide sobre el tema de la Religión Umbanda en Brasil. Tuve una formación más profunda como antropólogo y como sociólogo porque me interesé por la cultura. Básicamente la temática de las religiones y lo popular que tenían para mí un interés particular. Me interesé por un tema tradicional en el pensamiento latinoamericano, diría un "clásico": lo popular. La cuestión racial como cuestión nacional y de ahí el libro *La muerte blanca del hechicero negro*, que es una parte de la tesis del doctorado, escrita en francés. Regresé a Brasil en 1976, y el libro fue publicado en 1978, yo mismo hice la traducción y reescribí el texto.

O.T.: Luego de la publicación y puesta en circulación de *La muerte blanca del hechicero*

negro, ¿qué otros campos despertaron su interés? ¿cómo se originaron sus trabajos posteriores?

R. O.: La verdad es que es muy difícil hablar de manera más o menos objetiva de uno mismo. Tengo un ex alumno del doctorado que me dijo que varias de mis ideas del libro sobre Japón estaban ya en *La muerte blanca del hechicero negro*. Me sorprendí, eso puede ser bueno o puede ser malo... pero es posible que alguna de las líneas estén ahí. Desde entonces, comencé a desarrollar un conjunto de otras investigaciones. No podemos afirmar que hay una línea directa entre aquel trabajo y los últimos sobre globalización, pero sí hay un elemento importante que está en el libro y en varias de las publicaciones sobre la cultura nacional brasileña y que se retoma hoy en tiempos de globalización: la cuestión de la identidad. *La muerte blanca del hechicero negro* tiene que ver con la identidad; cómo se construye la identidad de una religión en los sectores populares. Religión que se define como "La religión brasileña" pero que en realidad es una mezcla de varias tradiciones. Esta intención de búsqueda de la definición de identidad, no es sólo una identidad definida por las prácticas, es sobre todo definida por los intelectuales. Este es un tema que está en *La muerte blanca...* que trabajé mucho en el libro *Cultura brasileña e identidad nacional* y que utilizo, no de la misma manera, también en *Mundialización y Cultura*, en todo el capítulo sobre "Los artífices de una cultura mundializada". Yo tomé la literatura que trata del mundo contemporáneo, *Marketing, Business*, mi idea es que estos autores son intelectuales orgánicos (como diría Gramsci) que crean sentido, dan coherencia a una visión del mundo. No estoy hablando de noción de ideología en el sentido de "falsa conciencia", como

algo negativo, sino en el sentido "positivo", gramsciano, de integración discursiva. Por supuesto, yo no tenía esa visión gramsciana en *La muerte blanca...* Había leído a Gramsci, pero no lo había utilizado mucho, utilicé más a Max Weber. Incluso puede ser por eso que en otro libro que se llama *La conciencia fragmentada* haya un capítulo que compara Gramsci/Weber. Una vez me encontré con el director del Instituto Gramsci y me dijo que algunos estudiosos en Italia en aquel momento recién estaban trabajando el vínculo teórico entre Gramsci y Weber. Yo hacía ya más de quince años que había escrito sobre una relación entre ellos. Lo que me interesó en Gramsci no era la cuestión partidaria ni el Estado visto a través de la política, sino la cultura: temas como cultura popular y religión que era justamente el campo que yo había investigado.

O.T.: *Románticos y folkloristas* y *Cultura y modernidad* tuvieron que ver con la posibilidad de investigar en bibliotecas. ¿Qué destacaría de su formación en París?

R.O.: El estudio en París fue para mí fundamental en varios sentidos. En el sentido metodológico, pero también en el sentido intelectual. Tuve la posibilidad de escuchar a Michel Foucault en el Collège de France. Estar en la Universidad donde estaba Lyotard, Deleuze... Escuchar varias veces a Roland Barthes en el *Centro de Cultura de Masas*, y sobre todo por haber sido alumno de Roger Bastide, todo esto te da una referencia buena. No fue una elección consciente: "yo voy a París para..." pero las circunstancias en las que me los encontré fueron para mí muy enriquecedoras. Estuve en Francia en un período muy efervescente y esto fue extremadamente positivo en mi vida, sería muy difícil negar esto. La otra cosa que aprendí también en Francia, es un conjunto de técnicas de investigación.

Esta técnica de la biblioteca es fundamental. En París hay bibliotecas importantes, la biblioteca nacional y bibliotecas sectoriales; allí hice los trabajos, como el libro sobre Umbanda, del que hice una parte en Brasil y una parte en las bibliotecas francesas; por ejemplo, mis lecturas de Alain Kardec, fundador del espiritismo francés, en la biblioteca nacional. La posibilidad de recorrer las bibliotecas es decisiva en la calidad de los trabajos, pienso que el lector esto lo ve muy claramente. Se pueden usar bibliotecas muy distintas. *Románticos y folkloristas* lo hice trabajando en la biblioteca de la Universidad de Columbia, donde estuve ocho meses; *Mundialización de la Cultura*, y el libro sobre Francia, *Cultura y Modernidad*, lo hice en las bibliotecas francesas. Utilicé también como lugar de trabajo la Universidad Americana, situada en París. El libro de Japón, es un libro de biblioteca. Lo hice en la Universidad de Oxford primero y después en varias universidades en Tokio y en la Fundación Japón de París. Además en las bibliotecas de San Pablo, porque en este caso hay una importante colonia japonesa, y la propia Fundación Japón tiene una buena colección de textos.

Pienso que una buena lectura es fundamental para cualquier trabajo, incluso ensayístico. Para un trabajo ensayístico es bueno para que uno sienta un poco el pulso, el *tempo* del conjunto de cosas. Una buena biblioteca es importante, la posibilidad de contar con libros, la posibilidad de recibir libros. Creo que es muy difícil hacer un trabajo intelectual en serio si uno no parte de este principio. Sé que a veces es muy difícil porque en América Latina muchas bibliotecas son muy malas. Este es un punto de partida que tiene que ser considerado para, al menos, no hacer un culto a la pobreza. En mi Universidad hay una buena bi-

biblioteca, probablemente una de las mejores de Brasil y de América Latina, pero no se compara con una de las grandes bibliotecas norteamericanas, o de Oxford, o de París, pero es bastante buena. Tenemos también presupuesto para comprar libros, esto es importante, incluso uno puede pedir artículos a otras bibliotecas del mundo; hay un servicio pago de envío de artículos. Estos son mecanismos materiales que pueden parecer pequeños pero que pueden hacer un aporte. Además tienen la posibilidad de hacer una investigación bibliográfica; si uno sabe leer en inglés, en francés, en español, en italiano, tiene la posibilidad de obtener muy buena información.

O.T.: ¿Cuál considera que es la utilidad de Internet en este sentido?

R.O.: Yo la utilizo mucho, tengo que utilizarla no sólo en Brasil, sino también cuando viajo. El problema con Internet es saber cómo llegar a esos libros, a esa referencia, porque no es tan fácil. En cambio en la biblioteca uno va y tiene una muestra de todos los materiales. También a través de Internet se pueden comprar libros, pero esto no sustituye a la biblioteca, digamos que agiliza, que es importante. Además crea otro problema porque para trabajar en este marco uno tiene que ser un muy buen navegador, porque hay miles de referencias, entonces uno se plantea ¿qué es interesante? Es una cuestión crucial para la que, por supuesto, no hay una única respuesta. Lo que es cierto es que cuanto más uno sabe lo que quiere, cuanto más formación, o erudición tiene, consigue seleccionar más rápidamente y facilita el trabajo. Yo sigo eligiendo la forma artesanal de trabajo y siento que mis libros tienen una calidad distinta, me lo dijeron varias veces...

O.T.: En el caso de *La moderna tradición brasileña*, ¿trabajó con otro tipo de documentación?

R.O.: Sí y no. Lo hice del mismo modo, fue más fácil porque es un libro sobre Brasil y utilicé las bibliotecas de Brasil. También utilicé archivos porque en la ciudad de San Pablo existe todavía un gran archivo sobre los medios de comunicación, con entrevistas, con materiales empíricos sobre radio y televisión, publicidad, historia. Mucha información la obtuve leyendo materiales de archivo: testimonios, diarios, revistas... cosas que fui seleccionando, pero es muy rico porque ahí surgen ideas, se ven las cosas "en estado puro". Yo tenía las preguntas, pues sin ellas el trabajo intelectual no significa nada, pero este trabajo de archivo fue un aporte muy importante. No veo una contradicción grande, y que mucha gente ve, entre el trabajo de archivo y la reflexión teórica, incluso yo no tengo una tendencia descriptiva, tengo más bien una tendencia reflexiva, analítica; pero esta tendencia analítica tiene que estar vinculada al contenido. Creo que es posible hacer las dos cosas juntas.

O.T.: En las Jornadas de Jóvenes Investigadores se discutió acerca de la globalización y la sensación predominante era la de la ausencia de alternativas. Incluso, fueron discutidos sus argumentos sobre globalización económica y mundialización de la cultura...

R.O.: Un debate serio sobre la globalización es siempre incómodo. Esto es porque existe un conflicto entre la comprensión de un contexto nuevo, en donde todo es redefinido, y la intención de actuar en este contexto, modificándolo. La sensación de "no se puede hacer nada" dice un poco sobre lo inexorable del proceso. No podemos escaparle. Si la globalización fuese sólo una ideología, sería más fácil, bastaría que escogiéramos otra ideología para combatirla. En el caso de un proceso las cosas pasan de otra forma. Pero es pre-

ciso huir de, por lo menos, dos posiciones. La primera, en el plano más teórico, es confundir el entendimiento de la realidad con la acción política. En este sentido creo que es importante entender realmente el proceso, conocerlo en su "estructura", en sus líneas generales, independientemente de las posibles "salidas". Segundo, inexorabilidad no significa necesariamente que "no se puede hacer nada". Significa que "hacer alguna cosa" debe ser vista ahora en este nuevo contexto. La dificultad es que la política, como la modernidad, fue definida como un atributo prácticamente exclusivo del Estado-Nación. Hoy, la crisis del Estado-Nación es también la crisis de la política, tal como la conocemos. Hacer una "política mundial" es también una utopía, lo que aumenta la sensación entre las adversidades del presente y las incertezas del futuro. En cuanto a la distinción entre mundialización cultural y globalización económica-tecnológica, pienso que es importante establecerla, sin caer en una visión economicista del proceso, o una falsa idea de homogeneización del mundo.

O.T.: Nos sorprendió gratamente encontrar un texto suyo en un libro de César Bolaño. ¿Cómo ve esta relación entre la economía política de la comunicación y los estudios culturales latinoamericanos?

R.O.: Creo que estos trabajos, como los de concentración de los medios de comunicación, deben tener su lugar. Un buen trabajo de economía política, sea o no marxista, es importante. En la medida que entrega información y ayuda a comprender un mapa. Como no soy marxista, toda la interpretación que se desarrolla en estos marcos me parece un tanto breve, parcial. Pero si no se acepta su contribución, se cae en un enfoque muy culturalista. Antes había un reduccionismo economicista,

ahora hay un reduccionismo culturalista. No me gustaba lo anterior y no me gusta esto. La construcción del objeto sociológico debe emplear varios procedimientos metodológicos, y los datos económicos no pueden quedar afuera. Las cosas que hace Armand Mattelart son interesantes. Aunque no estoy completamente de acuerdo con ideas que tienen un dejo de geopolítica, en la cual la cultura es vista como el lugar por excelencia de la manipulación de las personas. Es una visión conspirativa y se aplica mal a la comprensión de la sociedad, que es mucho más compleja. Pero los estudios sobre lo internacional publicitario de Armand Mattelart son muy buenos. Abre nuestros ojos hacia una cuestión política, no sólo económica. En verdad, cuando se hace Ciencias Sociales, no se puede tener una visión cargada de prejuicios, no es bueno.

O.T.: ¿Cuáles serían las mayores dificultades de la investigación en las Ciencias Sociales?

R.O.: Lo primero que es difícil es que en cada trabajo que se hace, se debe romper con el sentido común. El sentido común está en la familia y en las conversaciones cotidianas. Pero hoy tenemos un sentido común erudito, en la prensa y los medios y también un sentido común universitario. En ese sentido, es muy importante romper con todo eso, alejarse de lo que es naturalmente dado como verdad. Otro punto tiene que ver con la lengua. Utilizamos la misma lengua para conversar, comunicarnos, y al mismo tiempo para pensar, escribir y entender el objeto de estudio. Los términos son intercambiables cuando no deberían ser necesariamente intercambiables. Hay que tener un cierto control en el recorte. Las ciencias sociales son históricas y no universales en el sentido que muchos lo creen. Los temas, conceptos, tienen una historia. Para que uno

se de cuenta de eso es bueno conocer la sociología o la historia de las ideas. Ella nos ayuda a comprender mejor ciertas cuestiones, haciendo que el pasado de los conceptos ilumine el presente; por ejemplo, cuándo se empieza a hablar de Nación. O también, cómo la problemática de la modernidad y de la nación fueron tratadas por diversos pensadores en América Latina: conceptos como muchedumbre, masas, cómo ellos interfieren en nuestra comprensión de lo que se llamó cultura de masas, medios de comunicación de masas. Las ciencias sociales necesitan establecer una distancia en relación con el mundo, para que no se tornen mero discurso ideológico. Ellas son una traducción del mundo, pero no son la única forma de pensarlo. Hasta el mismo sentido común "piensa" el mundo. Existen, por lo tanto límites, y es importante conocerlos y saber, que a pesar de ellos, eso no nos impide caminar. Estos son problemas de cada investigación. Por eso Bourdieu lo llamó *vigilancia epistemológica* en contraposición al concepto de Althusser de *ruptura epistemológica*. Es preciso también desplazar las consecuencias lógicas de la afirmación: las Ciencias Sociales son históricas. Esto significa que los cambios actuales implican una modificación en las categorías utilizadas en los análisis. Por eso el debate sobre la mundialización es, simultáneamente, un tema nuevo y una invitación para que repensemos los conceptos tradicionalmente utilizados por las Ciencias Sociales.

O.T.: Recorriendo su obra nos encontramos con una producción que referencia una fuerte presencia del archivo, ¿cuál es la metodología que utiliza?

R.O.: Tengo artificios, pero no los llamaría de metodología. En verdad, procuro realizar un trabajo lo más exhaustivo posible sobre un determinado tema. Si estoy haciendo un tra-

bajo sobre iluminismo, por ejemplo, leo los autores fundamentales y los intérpretes principales del tema. Se trata de un procedimiento lento. Otra cosa es con las revistas. Tomo los últimos diez años de una buena publicación y considero los índices. Y voy descartando y separando lo que me interesa. Cuando uno hace ese recorte, por ejemplo de diez años, seguramente encuentra una cantidad de cosas interesantes. Esto lo hago de manera sistemática cuando trabajo en un tema. Por ejemplo, en el libro sobre Francia, *Cultura y modernidad*, hice eso. Y volví a Brasil para terminar el capítulo y regresé a Francia para trabajar sobre *Espacio y tiempo*. En las notas a pie de página encontramos muchas revistas editadas en el siglo XIX que fueron para mí decisivas para comprender el período. Es un trabajo fundamental. No sé si es método, pero sí una técnica que empleo. Después hago fotocopias y las leo. Apunto y releo. Otra cosa que empecé a hacer desde *Cultura y Modernidad*, que es algo que hacía cuando hacía investigación antropológica, es llevar un cuaderno de bitácora. Consiste en un diario de lectura, con impresiones. Así fui desarrollando un conjunto de ideas en la lectura y en la anotación, que me ayudó muchísimo en el momento de la escritura. Porque tenía un conjunto de nexos establecidos. Lo repetí en *Mundialización y Cultura* y en *Lo Próximo y lo Distante: Japón y modernidad-mundo*. Es una especie de guía para la escritura, muy útil.

O.T.: ¿Por qué sostiene que tuvo más dificultades con *Mundialización y Cultura*?

R.O.: Porque estaba haciéndolo en una época en que el tema no estaba en agenda. Prácticamente nadie hablaba todavía sobre globalización, a no ser por algunos economistas y personas vinculadas con la administración de empresas. En esa época yo había ter-

minado algunos estudios sobre la industria cultural, lo que me llamó la atención para establecer la problemática de una posible mundialización de la cultura. Yo había realizado un estudio sobre la historia y la producción de la telenovela. Era una investigación colectiva que coordinaba. Empecé haciendo esto. Al hacerlo descubrí los archivos, que no ayudaron tanto en la investigación de la telenovela, pero vi que podía escribir algo sobre la industria cultural en Brasil. Ya tenía una idea porque había escrito *Cultura brasileña e identidad nacional* y en ese libro ya planteaba la discusión de identidad como una construcción simbólica, que hoy es obvio, pero a fines de los '70, inicios de los '80, (ya que el libro salió en el '85, pero los escritos habían sido publicados antes) esto no era así ni en Inglaterra. Nadie lo trataba así, tampoco en Brasil y mucho menos en América Latina. Nosotros teníamos un grupo de discusión que yo había organizado en 1981 en Ouro Preto. Se llamaba *¿Cultura brasileña?* Ahí estaban Sérgio Miceli, Darcy Ribeiro, Rubén Oliven, Ruth Cardoso, la mujer del presidente actual, María Isaura Pereira de Queiróz, y muchos otros. Eramos sociólogos, antropólogos, científicos políticos. Esto ayudó mucho al grupo a demarcar las ideas. No avanzó la totalidad del grupo en esta discusión, yo luego tomé otro rumbo. También en cierta medida porque tenía una diferencia grande con la concepción de cultura brasileña que predominaba en Brasil. *La moderna tradición brasileña* fue escrito para contraponerse a ello. Esta visión me parecía muy conservadora, no en el sentido político, conservadora en el sentido tradicional; incluso hasta hoy es así. Había una prohibición para contraponerse a ella, había que construir un Brasil nuevo, moderno, y era otra cosa, no tenía nada que ver ni con los temas de

Gilberto Freyre, ni con las raíces del Brasil de Sérgio Buarque de Holanda, ni con los pensamientos del año 30, con el Estado Novo, ni con Antonio Cândido y literatura brasileña, todo un conjunto de autores consagrados. Me pareció que la industria cultural era un mundo diferente para construir la misma historia, del mismo tema, pero de otra manera. En realidad no es un libro sobre "industria cultural". La industria cultural fue un objeto heurístico que me ayudó a vincular tres temas: Cultura Popular, Modernidad y Nación. Este cruce ya estaba propuesto en cierta forma en *La muerta blanca...* aparecía la identidad, pero no desde lo nacional, aparecía *cultura popular*, pero no *modernidad*, además yo estuve en esa época trabajando la problemática de la modernización, que es próxima, pero diferente de la de modernidad. Esto me permitió retomar el tema de la cultura brasileña de otra manera. Es un libro distinto que hoy se sigue referenciando. La idea de la mundialización está en *La moderna tradición brasileña*, incluso en la solapa del libro un colega explica que yo había encontrado algo muy valioso que era la noción de "internacional popular". Era algo que yo había encontrado a través de un análisis de Brasil. También lo había encontrado en mis estudios sobre telenovela. Pero desde un enfoque empírico. ¿Cómo se vende la telenovela en todo el mundo teniendo en cuenta que en Brasil, la misma telenovela tiene 200 capítulos y cuando se vende en Europa tiene, 60, 40, 80 capítulos? Mi pregunta fue muy clara: ¿Con qué criterio se cortan los capítulos? Y me respondieron que los cortaba un técnico, ni el director, ni el guionista. Y me aclararon que cortaba "todo lo que era demasiado grande". Lo mismo ocurre con la música. No es la misma banda de sonido. Tenemos música brasileña mundializada o mú-

sica en inglés. Tiene que tener un sentido dramático en el corte. La persona que corta, tiene los criterios, pero, ¿de dónde vienen los criterios? La única manera de responder a eso es explicar la formación del gusto internacional popular. Esa fue una buena pregunta y la hice.

Había, por ejemplo, un problema que yo no había enfrentado en *La moderna tradición brasileña*. Allí yo tenía una visión consagrada de la existencia de la cultura brasileña. Debates entre intelectuales y el Estado, los nombres consagrados en literatura, que me parecía que no daba cuenta del momento por el que pasaba Brasil. En este sentido, tenía que buscar un argumento proponiendo otra cosa. El tema de la industria cultural me atrajo por eso.

Además, la cuestión de la globalización era enteramente nueva, no había parámetros consagrados para estudiarla. Empecé el tema a fines de los '80, el último capítulo de *La moderna tradición...* es De lo nacional popular a lo internacional popular. De ahí tomé como objeto a Francia en el siglo XIX, no la mundialización en el mundo contemporáneo, porque me parecía muy importante volver hacia atrás. En esa época había un debate fuerte sobre modernidad/posmodernidad. Era una ensalada, una mezcla de todo y esto no me convenía y me hizo elegir la modernidad en Europa, puntualmente en Francia para aclarar un conjunto de cuestiones sobre la mundialización. El capítulo *Espacio y tiempo* está muy relacionado con un conjunto de cosas que escribí posteriormente.

Trabajamos varios debates con Octavio Ianni y Milton Santos. Primero en la Universidad de San Pablo, en un Instituto de Estudios Avanzados, después salimos de ahí y fuimos para Geografía, donde Milton tenía un trabajo reconocido. Pero había un proble-

ma enorme ya que discutir el tema significaba enfrentarse con la gente, porque no lo aceptaba. Estaba asociado al neoliberalismo, se decía que desconocía la identidad nacional... Muchas veces me preguntaban: Renato, ¿tu no piensas que estás exagerando? El problema era que a cada argumento que construía tenía que replantear las cosas en nuevos términos. Todo el libro es así y esto es muy difícil en términos argumentativos. Es afirmar que el Estado-Nación no es más central y al mismo tiempo decir que el Estado-Nación no acabó. Afirmar que hay una cultura mundializada, un imaginario internacional popular y al mismo tiempo que las identidades locales y nacionales continuarán existiendo; distinguir entre procesos como *mundialización* y *globalización*: existe una globalización de la tecnología, de la economía pero en el mundo de la cultura no es así. Mucha gente en esa época argumentaba que el proceso de globalización no tenía nada que ver con la cultura, y que se resumía al dominio económico. Es una cosa un poco esquizofrénica porque es considerar a la cultura totalmente separada de la economía y de la tecnología, que es el reverso del economicismo o del reduccionismo técnico, la separación total. Por otro lado, decir que hay una globalización de la cultura sería identificar la cultura al nivel técnico y económico. Por lo tanto, ¿cómo afirmar, simultáneamente, la existencia de procesos que diferencian al campo de la cultura? Esto que lo digo muy fácil, al producirlo escrituralmente se complica. En cada línea que escribía tenía que pensar los contra-argumentos, re-escribir y re-equilibrar, para no caer ni en la visión tradicional, ni en la que ya no hay cultura, que todo se acabó y todo se fue. Lo difícil fue encontrar un punto de equilibrio que no es-

tuviera en el medio. Al principio costó mucho pero después salió bien.

O.T.: Antes trabajaba con objetos de estudio muy determinados, para un público determinado, acotado. Por ejemplo *La moderna tradición brasileña* permitía un estudio particular a partir de una lectura de la industria cultural, o *La conciencia fragmentada; Cultura y modernidad*; etc. ¿Asumir estas categorías como *Mundialización de la cultura* no implica riesgo?

R.O.: Ciertamente, el riesgo es grande. Pero, ¿qué sería de las Ciencias Sociales sin el riesgo? Una reiteración de lo mismo. Simmel decía que la Sociología debía ser vivida como una aventura, y creo que tenía razón. El contexto de la globalización es una excelente ocasión para salir de nuestra comodidad intelectual.

O.T.: Lo que veíamos es que había un proceso de diferenciación entre el contacto con el objeto de estudio entre su obra pre-*Mundialización* y la posterior. En la conferencia de la mañana habló del "sentido común planetario" y mencionó los trabajos de Nicholas Negroponte, etc. ¿Sintió la necesidad de contactar con el sentido común planetario?

R.O.: Mis trabajos de mundialización me permitieron darme cuenta de esto, de la existencia de un sentido común planetario. ¿Qué quiero decir con esto? Hasta un determinado momento había reticencia para aceptar el tema de la globalización, pero hoy el panorama es inverso. El tema se encuentra en los medios, en las disputas políticas, en las conversaciones entre las personas. Sin banalizarlo, se transforma en sentido común, esto es, un conjunto de "explicaciones" que hablan sobre el mundo contemporáneo. Esto coloca un problema: cómo escapar de este sentido común y construir un raciocinio sociológico. Pero hay más. El discurso producido, principalmente

entre intelectuales, ejecutivos de transnacionales, administradores de empresas, comienza a ganar una coherencia y se transforma en una ideología. Basta leer un conjunto de reflexiones sobre las nuevas tecnologías. Se trata de un sentido común planetario traducido como pretendida reflexión filosófica o sociológica. Lo interesante en este caso son los canales de circulación de ese discurso, que atraviesa a la universidad, implica los movimientos políticos y los medios. La legitimidad del discurso no es su validez argumentativa, sino que es dada por su dimensión: el planeta. Lo que es preocupante.

O.T.: Con respecto a los temas tratados específicamente en *Mundialización y Cultura*. ¿No considera que queda excluida del análisis determinada parte del mundo?

R.O.: Eso fue intencional. Desde el inicio de mis investigaciones coloqué esta pregunta y percibí que no debía formularla de esa manera. La cuestión, cuando se hace un trabajo intelectual, no es confundir el pensamiento con la política, o mejor, con mis convicciones políticas. No tengo ninguna duda en apoyar el "movimiento antiglobalización", es una forma de esperanza por un mundo mejor. Es que la globalización, sobre todo económica, es impiadosa con los Estados nacionales y los países pobres. Basta mirar el continente africano, en donde la situación es de miseria y penuria. Pero no era eso lo que yo quería entender. Mi objetivo era captar algunas tendencias del proceso de globalización/mundialización. No podía por eso situarme al margen, yo debía bucear en el corazón del proceso. En este caso no podía iniciar mi reflexión por Brasil, ni por América Latina. Sería incoherente, desde el punto de vista analítico. Hice lo mismo con el Japón. Escogí el ejemplo a dedo. En el caso que hubiese optado por China no hubiera conseguido

do trabajar, de manera que hice los temas que había escogido. Yo tenía necesidad de situar mi reflexión a partir de un país "oriental" y "moderno", y no como China, en la cual la tradición, y la forma del gobierno, escapaban de mi problemática. La cuestión no es saber lo que está excluido, sino lo que debe ser incluido para establecer una determinada dirección. Los ejemplos trabajados en mis libros son mundiales, como la forma de vestir, publicidad, turismo, pero no son planetarios. No es necesario que se hable del planeta como un todo, sería insensato. Lo importante es escoger determinados objetos que sean heurísticos, esto es, que revelen mecanismos nodales del proceso de mundialización. Una vez iluminados esos aspectos, podré eventualmente "volver" a Brasil, a América Latina. Pero con otros ojos.

O.T.: Pero en la línea de *Mundialización y cultura*, los ejemplos buscan una pretensión universal y son mucho más discutibles...

R.O.: Sí pero los ejemplos deben ser convincentes, por eso utilicé la argumentación. Pero ellos no son universales, en ningún tipo de objeto. Es preciso no confundir apertura con universalidad. Las propias Ciencias Sociales no tienen nada de universales. Los ejemplos deben ser heurísticos.

O.T.: ¿La mayor crítica que se le hace al trabajo es la no inclusión de los sectores marginales del modelo?

R.O.: No, la crítica en el inicio fue por haber tomado este tema. El tema en sí incomodaba a las personas. Al trabajarlo como lo hice, sentían que una parte del mundo estaba instalándose, una parte que no sentían nada confortable. Después estaba la cuestión política, producto de la lectura, que yo no explicité en el libro. Y fue también una actitud deliberada. Mi abordaje a través de la cultura me ayudó a "colocar entre paréntesis", como decían los

fenomenologistas, la cuestión política. En todo debate que participé cuando comenzábamos por la política el raciocinio avanzaba poco. No se conseguía caminar, hablar de desterritorialización, imaginario internacional popular, mundialización, etc. Se volvía siempre a la misma pregunta: qué hacer. Eso es porque la globalización se produce con ritmos distintos, en la economía y en la cultura, diferentes a los de la política, en la cual el Estado-Nación continúa siendo la forma por excelencia de su manifestación. De allí esta sensación de que "poco puede ser hecho". La verdad, creo que ya no se puede hacer política, salvo en los marcos nacionales. Es necesario, sin desconocer el Estado-Nación, ser más cosmopolita, y pensar el planeta como un todo, esto es, un escenario de luchas y de reivindicaciones.

O.T.: ¿Hubo un antes y un después en su producción a partir de la publicación de *Mundialización y Cultura*?

R.O.: Sin ninguna duda. Antes de que saliera el libro había interés en América Latina y en Brasil. Pero después... he dado más de 60 conferencias en América Latina, Francia, España, Alemania, Estados Unidos...

O.T.: Siente que siempre va a tener que hablar de esto...

R.O.: Espero que no. La cosa ahora ha perdido la gracia. Yo sentía que las cosas anteriores habían quedado en la nada. Ante cada nuevo público tenía que explicar todo de nuevo, como un glosario que explicara a lo que me había referido cuando hablaba de determinado concepto, etc. Y era aburrido. Ahora utilizo menos el término globalización o mundialización, y creo que cuanto más nos concienticemos de los procesos, menos necesitaremos nombrarlo, porque será algo establecido. Claro, pueden aparecer nuevas perspectivas u horizontes. *Japón* agregó el elemento de la discusión Oriente-Occiden-

te, que es muy rica. Es el Oriente más "occidentalizado" y por eso lo elegí. Permite retomar el debate oriente/occidente clásico de las Ciencias Sociales.

Tengo otros proyectos. Me gustaría escribir otros ensayos. *La técnica es la cultura* es un ejemplo (tema de la conferencia en el marco del II Seminario Latinoamericano de ALAIC). Me gustaría construir un objeto global pero hay que tener mucho apoyo. Elegir un objeto heurístico y construirlo, como el deporte. Se pueden tomar Nueva York, Tokio y París como sistema. Y "pensarlo". En ese proyecto me gustaría contar con otros países del mundo en desarrollo. También llegué a pensar el tema *Jóvenes*. La construcción del objeto desde el mercado o desde lo cultural. Buscar datos en Europa, EEUU, América Latina. Ahí se podría ver la noción *jóvenes legítimos e ilegítimos*, o sea, los cuerpos juveniles, como la pobreza, que no se ajustan a la definición de una "clase media mundializada". Es posible construir este objeto.

O.T.: Sus producciones se estructuran a partir de su circulación personal por los "escenarios" temáticos como París, Tokyo, Nueva York... ¿No confía en los proyectos en red, coordinados a partir de una metodología consensuada?

R.O.: No es que no confie. La cuestión es que primero el trabajo en equipo cuesta mucho. Coordinarlo, administrarlo.... Lo hice con el libro sobre telenovela. Segundo, para construir un objeto distinto debería tener equipos en Nueva York, París, Tokio, San Pablo, etc. Tendría que hacer investigación de mercado, buscar datos, no es fácil. Mi impresión es que la investigación empírica en equipo produce un resultado reflexivo final que no es acorde al porte del trabajo que se hizo para montarlo. De todos modos, lo único que no puedo hacer, es conformarme con lo que hice. Sería la muerte.

Tercer Congreso RedCom
Ponencias



Diarios y periodistas: divergentes estrategias ante la falta de lectores

Fabrizio Frisorger

Los grandes medios gráficos hace ya más de una década que están buscando la forma de generar mayor demanda.

La primera iniciativa se dio a partir de la incorporación de suplementos al cuerpo principal del diario. Si bien no era un fenómeno nuevo, se produjo rápidamente una irrupción de temáticas que hasta ese momento convivían dentro de Información General y que eran valoradas en ese contexto y que muy pocas veces tenían oportunidad de salir. La estrategia de incorporación de tópicos tales como Medio Ambiente, Countries, Informática, Cocina, Rumores del Espectáculos, Juventud, Humor, Medicina - por nombrar sólo algunos - no tuvieron en principio, ningún fin periodístico, sino puramente empresarial. Las agencias de publicidad aconsejaron que la incorporación de nuevos anunciantes estaba supeditada a la incorporación de nuevos segmentos: la diversificación de la audiencia.

Pero si bien el objetivo no era periodístico la variante influyó notablemente en la situación laboral de los periodistas. Por un lado, los medios gráficos incorporaron recursos humanos que eran más afines con las temáticas y que tenían alguna formación periodística o bien los periodistas debieron "especializarse" para no perder la fuente laboral.

La segmentación de los públicos o audiencias derivó en la segmentación del trabajo periodístico y la conformación de las secciones de un diario.

El acercamiento a un hecho dejó de ser "abierto" y entraron en juego diferentes "disciplinas" que pretenden explicarlo. Académicamente, una medida de gobierno es imposible de analizar por separado pero los medios la pueden desglosar en las secciones de Política, Economía, Deportes, Policiales e Información General. Esta forma de "acercamiento" a un hecho genera la puja entre editores que -con razón- reclaman incluirla en su sección.

La explosión de Río Tercero ¿es un hecho de Política, de Información General o de Policiales? Independientemente que una u otra sección "lleve" mejor el tema, siempre el acercamiento será sectorial, unidisciplinario.

Tomemos algunos ejemplos más: la evasión impositiva y los pasaportes falsos en la venta de jugadores ¿a qué sección va? Otro más: la detención del ex-presidente Menem se ha convertido en un desfile de periodistas de Política, de Economía, de Espectáculos, especialistas en Derecho Constitucional...

En estos casos ya no hay valoración de la noticia. Todo vale y saldrá en todas las secciones bajo uno u otro tinte.

Esta segmentación de las áreas de interés es similar a la experimentada por todas las ciencias sociales a principios del Siglo XX.

La segunda iniciativa de los grandes medios es más reciente: dotar al producto periodístico de un valor agregado que poco tiene que ver con la información:

suplementos, venta de libros, fascículos de biografías, discos compactos, películas, entre otros. Esta diversificación en la producción de productos gráficos les ha permitido ver una leve expansión de sus ventas. Y la conclusión es obvia: a los lectores les importan más estos "regalos" que la producción diaria de nuestros periodistas.

Los hechos recientes producidos en Clarín y en Crónica, por citar lo más relevante, dan muestras de ese achicamiento de las empresas en sus recursos periodísticos; conflictos laborales que seguramente se seguirán produciendo.

La tercer iniciativa tiene que ver con la irrupción de Internet. Las principales empresas periodísticas gráficas -Clarín y La Nación- han comenzado una serie de cursos de perfeccionamiento para la formación de sus propios recursos humanos. Y es de destacar un detalle muy importante: tienen muchas más posibilidades de obtener formación, profesionales de ramas que poco tienen que ver con el periodismo. Por un lado, por el sinceramiento de las empresas al abrir la convocatoria, y por otro, por el elevado precio con la que "venden" la formación.

A pesar de estas tres instancias (suplementos, productos que generan valor agregado e Internet) y del achicamiento del personal periodístico, los diarios siguen vendiéndose menos. Adjudicar este fenómeno a la recesión parecería, a priori, superficial, dado que muchos han bajado los precios e incluso en el caso de La Razón, se regala.

Quizás sea otro el fenómeno: la calidad de la información.

Y ahí entra a jugar otro personaje que las empresas parecen haber dejado de lado: el periodista.

Mientras que las informaciones que publican los periodistas en los diarios tienen cada vez menos lectores, las informaciones que esos mismos periodistas publican en forma de libro en otras empresas, son best sellers.

¿Por qué sucede esto? ¿Por qué las empresas periodísticas no promueven la venta de libros de sus

propios periodistas? ¿Por qué los periodistas deben escribir libros para llegar a los lectores? ¿Es sólo una cuestión económica? ¿Por qué la información que sale en el libro no sale publicada en el diario? ¿Los tiempos de edición y los intereses empresariales del medio gráfico condicionan la calidad informativa?

El periodista como intermediario entre las fuentes y el receptor

La relación del periodista con sus lectores se basa en la capacidad de acercamiento a las fuentes. Sobre esta articulación y sobre la mayor o menor confianza que se deposita en los trabajadores de prensa, los receptores eligen sus canales de información.

Si bien cada uno de los ciudadanos puede asistir a una reunión del Concejo Deliberante para saber qué se está legislando en su nombre, la cercanía que pueda establecerse con cada uno de los actores políticos que conformarán la noticia será limitada o estará restringida a la observación o contacto casual con algunos de los involucrados en la toma de decisiones. No es el caso del periodista que se supone establece contacto con todas las fuentes y las vuelca a los lectores.

De la misma manera que en la democracia el pueblo gobierna a través de sus representantes, en el periodismo la gente pregunta, investiga, opina, califica o descalifica los hechos a través de sus representantes. Podría alegarse que esto no siempre es así y que también la participación ciudadana está restringida en el acceso a los medios. Esto también es verdad pero se relaciona más con la independencia de los periodistas individualmente y con el grado de credibilidad que despiertan en sus lectores¹. Aunque el periodista mienta o tergiverse información, los ciudadanos aceptan o no, creen o no, que se está haciendo periodismo en su nombre y que las fuentes a las cuales el periodista recurre son las mismas que el actor social elegiría².

Desde el punto de vista del mercado, el oyente o lector, demanda información que encuentra eco en

Notas

¹Un fenómeno relativamente nuevo son las notas firmadas. En muchos diarios, casi no hay notas sin firmas y los lectores pueden elegir muchas veces que periodista quieren leer.

²"El informador debe merecer el exorbitante poder que tiene. Es el mensajero, el mediador, el enlace y el vínculo. Puede elegir entre hinchar un rumor o revelar una verdad. Gracias a él, nada de lo que en este planeta hay de humano nos es extraño. Ni lo mejor ni lo peor. La mayor parte del tiempo, lo peor. Si incumple sus deberes, debe aceptar el que le llamen al orden. Y si, como es el caso hoy, la evolución de la sociedad modifica la naturaleza de su misión, entonces es necesario que los principios estén claros para todo el mundo". Daniel Jean, director del semanario Le Nouvel Observateur en diario El País, España, 5 noviembre de 1999.

³Es sumamente difícil ser un periodista en la Argentina. Lo más importante sería analizar cómo se está informando a la gente. Siempre me molestó la manera en que se asignaba a un mismo cronista cubrir siempre la misma sección. Por ejemplo, un cronista que está todo el día asignado a Tribunales y que de tanto estar allí se convierte casi en un vocero de los jueces. Una de las cosas terribles en la prensa argentina son esos pequeños grupos de poder que se conforman en ciertos lugares. En una comisaría, en la Corte Suprema o el Congreso, los periodistas conforman una unidad de poder, una unidad de autoserivicio. Cox, Robert, ex editor del Buenos Aires Herald durante la dictadura militar, en El valor de la prensa, entrevista de Uki Goñi en la Sección Enfoques, Diario La Nación, 30 de marzo de 1997.

⁴Pienso que los periodistas aquí saben que recibirán toda clase de cosas si se portan bien y el gobierno trata de seducirlos de miles de maneras. Hay otra cosa terrible. ¿Has visto cuan rápidamente algunos periodistas se convierten en funcionarios del gobierno? Periodistas que llegan a ser ¿embajadores? Es un premio que reciben por buen comportamiento". Cox, Robert, op. cit.

⁵Castro, Nelson: "Somos la tribuna de la gente" en Suplemento La Nación TeVé. Pablo Gorlero. 3 de octubre de 2000.

los diarios, revistas, radios o canales de televisión que elige para informarse. En esta relación primaria de acercamiento a las fuentes en las cuales se basa la relación periodista/actores sociales, Internet aparece como una fuente independiente, accesoria, tanto para el periodista como para los lectores. Y sin lugar a dudas, es el primer cambio que se está experimentando y que día a día se hace más evidente.

Periodismo gráfico y agenda política

La información política ha sido sin lugar a dudas el factor fundamental del crecimiento y desarrollo de la prensa escrita. Pero en Argentina como en muchos países del mundo, la información política se consume cada vez menos. Hasta hace muy poco, existía en televisión un solo programa político y las autoridades de los canales alegaban que había muy pocas personas interesadas. Quizás tenían razón.

Pero prejuizo que lo que está en crisis no son los programas políticos sino también el sistema de transmisión de informaciones políticas en su totalidad de la que también forman parte los periodistas. La información política, -entendiendo la política como instrumento de transformación de lo público, de la res pública, la cosa pública, es decir, argumentos de naturaleza pública: los intereses generales, el bien común, los problemas colectivos- ha incorporado al "agente de prensa", una figura que en las noticias aparece como "alta fuente" o "funcionarios cercanos a", y que en la actualidad puede constituir (aunque nunca por sí solo), la agenda de los medios³. El análisis de la aparición de esta nueva figura, sumada también a la irrupción de los equipos de marketing y los de medición de la opinión pública en toma de decisiones periodísticas, son nuevos elementos que deben tenerse particularmente en cuenta a la hora de analizar los cambios experimentados en la formación de la noticia política -independientemente de juzgar su accionar como positivo o negativo⁴.

La velocidad en la transmisión de información por parte de los medios, las constantes mediciones de imagen u opinión y los constantes asesoramientos sobre oratoria o actitudes han dejado de lado el debate partidario, los discursos ante los adherentes y sepultado -casi definitivamente- la Vieja Política.

El discurso político se autocensura por los límites impuestos por la mediatización y la construcción de la personificación por encima de los partidos. Cada vez parece tener menos que decir y no parece diferenciarse del de otras vertientes políticas.

Estamos en presencia de un nuevo discurso político que algunos juzgan llamar videopolítica. Obviamente que la política ha elegido este nuevo discurso para llegar a sus votantes y esta presunción está basada en estudios bien documentados. Sin embargo, la gente ya no lee información política.

¿Se puede afirmar entonces que a la opinión pública no le importa este nuevo discurso político? ¿Y si la gente no consume, entonces quién?

Sería descabellado responder afirmativamente estas dos preguntas. Pero vale la pena marcar que por encima de la formación de agenda de los grandes medios gráficos nacionales, existe un crecimiento en las audiencias de programas políticos en los canales de cable. ¿Por qué? Nelson Castro trata de explicarlo: "La forma en como nosotros hacemos el trabajo tiene una concepción más afín a la etimología de la palabra política. Nosotros no solamente hacemos periodismo político de lo que se entiende como político partidario institucionalizado, sino que a partir de nosotros se ve reflejada la realidad social que, en definitiva, es el tema político esencial. Estamos cubriendo un espectro de los que es la verdadera actividad política, que muchas veces el político "profesional" no hace porque cubre una pequeña parte, que es lo político partidario⁵".

Es una explicación válida, pero parcial. Porque deja de lado un detalle importante. Los medios gráficos hasta no hace tanto, no diferenciaban sus secciones y la noticia no se segmentaba. Todos sabemos de las

discusiones que a diario se presentan en todas las redacciones para saber qué sección "lleva" tal o cual noticia. Un disturbio en una cancha de fútbol, una gira presidencial ante banqueros, un asalto a la casa de un senador, pueden derivar en un hecho policial, de información general o sociedad, económico o político según el medio del que se trate.

De esta manera, la información política es usurpada a diario por otras secciones o bien no aparecen en la agenda. Tal es el caso del deporte, que se limita simplemente a reproducir actores y situaciones de juego, pero sin entrar en la compleja trama política y económica que gira en torno a la Asociación del Fútbol Argentino, la causa Racing o la evasión impositiva de los "intermediarios" en la venta de jugadores. Si bien se puede hablar de una amplia falta de capacitación para abordar determinados temas, no siempre es el único motivo. También entran en juego intereses económicos del medio o del periodista⁶.

Ante la pregunta sobre quién consume la información política también se está produciendo otro fenómeno: el crecimiento de publicaciones que "levantan a otras publicaciones". Muchas empresas en Capital Federal venden el servicio de seguimiento de medios a los políticos o bien a otros medios: desgrabaciones completas de programas de radio o de televisión, recortes periodísticos nacionales o del exterior y de revistas especializadas.

Políticos y periodistas cumplen la función de emisores y receptores, productores y consumidores de informaciones que se retroalimentan y forman una nueva agenda independientemente de la opinión de los lectores. Lo que un político dice en radio a la mañana⁷, con un tema de agenda publicada en los diarios, puede convertirse en otro tema de agenda del diario de mañana con nuevas "opiniones" de otros políticos que proponen derivaciones de ese mismo tema, que se cruzan con los comentarios de la columna de opinión de tal o cual periodista.

De este modo el editor, tiene ante sí una situación desesperante ante la cantidad de información⁸ y como

bien demuestra la crisis sufrida por la renuncia del vicepresidente Carlos Álvarez, tiene que sentarse a ver el programa de Susana Giménez en Telefé para poder obtener las opiniones del presidente de la Nación.

Porque ya el debate parece restringirse a lo mediático y cada vez más las fuentes de información de los periodistas se acercan más a las fuentes de información de sus lectores.

Los diarios y los diarios on line

Existe una retracción a nivel mundial en la venta de periódicos: en los últimos cinco años, se ha perdido un 13,8% en la venta de diarios norteamericanos. Con respecto a la década anterior, la pérdida es del 10,7%, lo que significa que hoy en los Estados Unidos hay 6,7 millones de lectores diarios menos que en 1990.

En Argentina los resultados siguen siendo desalentadores, con un descenso en la tirada de un 10 por ciento en 1999. Se venden 56 diarios por cada mil habitantes. Pero increíblemente, aparece en la lista de los 16 países en donde los periódicos han logrado ensanchar su cuota en el mercado publicitario durante los últimos cinco años⁹.

Este detalle del avance publicitario por sobre lo escrito no es menor, como tampoco lo es el avance de lo visual por sobre lo verbal. Ciertas ediciones dominicales de los diarios de tirada nacional, son imposibles de leer en su totalidad ante la cantidad de páginas y la segmentación de la información. Aunque si hacemos un sondeo entre periodistas, cada vez se escriben menos caracteres o líneas por página. Obviamente hay hechos que para contarse no pueden depender de un espacio que muchas veces es otorgado por los diagramadores o por la pauta publicitaria.

Desde el diseño se ha avanzado por sobre lo escrito, aunque este hecho no sea malo en sí mismo. Pero lo que sucede es que muchas informaciones de importancia quedan atrapadas entre páginas de publicidad y restringidas a 2500 caracteres en una página par.

⁶"También resulta extraño visto desde afuera como conviven el viejo periodismo acomodaticio y el nuevo periodismo más independiente, a veces en las páginas de un mismo medio. Creo que todavía no se ha completado el cambio". Cox, Robert, op. cit.

⁷Debería hacerse un estudio para saber cómo se valora la noticia en nuestro país. Un ejemplo podría ser enviar a todos los movieros de las radios capitalinas hacia un lugar en donde nunca pase nada. Se les diría que estén atentos porque podría llegar a producirse algún acontecimiento importante. Obviamente esta información sería falsa. Pero casi seguro, que a los pocos días, un hecho de relevancia nacional se produciría. Un claro ejemplo fue la cantidad de periodistas asignados como todos los años a la Costa Atlántica para seguir a los políticos. Cuando se cumplía un año del atentado a José Luis Cabezas, Pinamar estaba lleno de periodistas, pero no había ningún político. Y por consiguiente no había noticias. A mediados de enero saltó a las tapas de los diarios con presunción de catástrofe, el problema del Síndrome Urémico Hemolítico. Los médicos afirmaban que la cantidad de casos era normal, pero de todos modos permaneció en la agenda varias semanas. Después de ese año, los diarios nunca más mencionaron el tema, aunque los casos siguen apareciendo.

⁸"Disponer de demasiada oferta hace estallar la oferta; y si estamos inundados de mensajes, podemos llegar a ahogarnos en ellos".

Colombo, Furio (1995), Prepariamoci Bene: si apre una finestra", en Teléma, otoño.

⁹Tendencias en la Prensa Mundial. Anuario 2000. World Association of Newspapers (WAN).

Quizás donde más se evidencia este avance sea en los elementos de titulación: se han vuelto inaceptables los títulos a cuatro líneas e incluso se han restringido considerablemente los de dos líneas. Afortunadamente, también desde el diseño han venido las soluciones, tal es el caso del llamado "cintillo" en Clarín o el crecimiento en importancia de la volanta y los sumarios o bajadas. Este hecho, que como repito, no es malo en sí mismo, está haciendo parecerse cada vez más los títulos entre una edición y otra y entre un medio gráfico y otro. Hechos de gran trascendencia han aparecido titulados en tapa en diferentes medios gráficos con diferencias mínimas.

Aunque no siempre las soluciones son tan afortunadas como lo es el caso de la incorporación de los dos puntos y las abreviaturas, elementos que los manuales de estilo (casi nunca escritos hasta hace muy poco, pero muy respetados) especificaban claramente. Cualquier trabajo comparativo puede mostrarnos que estamos en presencia de una uniformización del discurso periodístico en la titulación¹⁰. Se impone estética publicitaria, de videoclip a unas pocas palabras fuertes. Pero la diferencia radica en que este recurso debe utilizarse a diario y es obvio que por más riqueza que el castellano tenga, las formas tienden a agotarse. Si un diario deportivo opta por "triunfazo" para referirse a un resultado futbolístico (por caso la obtención de una Copa Libertadores) resulta muy difícil seguir titulado de esa manera porque no hay énfasis superior (por ejemplo en el caso que se gane la Copa del Mundo)¹¹.

Este énfasis antes restringido a lo informativo como valor de acentuación, parece haber dado lugar a un énfasis que basa en el tamaño tipográfico, los aumentativos y el despliegue fotográfico de la misma forma que en televisión, la cámara móvil, inquieta, parece a haber desplazado a la cámara que tenía algo para decir a través de imágenes¹².

Ernesto Sábato decía, y espero no desvirtuar su pensamiento, que sería maravilloso que todos los días pasaran cosas de magnitud tal para la Humanidad,

que merecieran la necesidad de imprimir un diario para contárselas a todo el mundo. Esta ironía, más allá de su posición extrema, nos coloca ante el problema puntual: los periodistas somos conscientes que no siempre pasan cosas importantes como para ser contadas pero el diario tiene que salir igual y la gente debe sentirse atraída por las informaciones que se llevan a tapa. La decisión del lector, parece dirimirse en fracciones de segundo: de nuestro título dependerá la elección.

Pero quizás en el periodismo no sea tan así. Los publicistas o gerentes de marketing tratan a los diarios y revistas como un producto más, como un detergente o pasta de dientes. Si las técnicas de marketing funcionan para todos los productos ¿por qué esto debe ser diferente para los medios de comunicación? Parece dejarse de lado que un diario se compra todos los días y que su valor como bien de uso desaparece con su lectura si los contenidos no contemplan una segunda lectura como sí lo admite un buen libro o un buen informe. No es el caso de un detergente o una pasta de dientes que una vez comprados deberán reponerse luego de un tiempo. Y que en este proceso de elección o rechazo, la correlatividad entre el discurso publicitario de los títulos de tapa y los contenidos sigue siendo el principal vínculo entre periodistas y lectores. La mentira o la exageración en tapa queda develada al instante cuando se leen las notas.

Esta, por supuesto, no es la visión de los gerentes de marketing. ¿Cuáles son las respuestas al descenso en la venta de los diarios? Sergio Zyman, ex director de marketing de Coca Cola Company, está ahora a cargo de un proyecto especial de la Asociación de Periódicos Norteamericanos (NAA) para estimular la lectura en Estados Unidos. Propone que los editores del Siglo XXI "abandonen sus aires de autosuficiencia" y acepten el hecho de que se ha llegado al fin de la promoción comercial de periódicos, tal como se conocía. "Lo que sigue es una nueva era en la que se deben aplicar con mayor rigor que nunca los viejos

¹⁰Este fenómeno también puede verse claramente en la similitud entre los títulos que la industria cinematográfica elige para distribuir sus películas en Argentina.

¹¹"... cuando te dije que la pasión por definición no puede durar...". Sabina, Joaquín. *Mentiras Piadosas*. Ariola Records, 1997.

¹²El diario Le Monde tiene por regla no enviar fotografías a tapa y sus lectores han aceptado por más de 50 años este hecho. Sólo en dos oportunidades hizo una excepción: las muertes de Charles de Gaulle y de Francois Mitterrand. En este último caso no eligió una vista del sepelio o de congoja por su muerte, sino que se decidió por una imagen sobria de Mitterrand, solo, de costado, pensativo, mirando el jardín desde el balcón. El título, sin énfasis, sin grandes tipografías decía simplemente, Murió Francois Mitterrand.

preceptos del mercado: agregar valor a una transacción. Hacer que la gente regrese más a menudo, para comprar más y dispuesta a pagar un mayor precio¹³.

Según Zyman, la gente espera que un periódico sea el líder, no un seguidor más. Espera un producto más interactivo que, además de información, sea de utilidad en sus vidas cotidianas.

Esta visión no puede dejar de sorprendernos. ¿Quiere decir que ya no importan los contenidos sino el paquete? ¿Deberemos resignarnos a ser el "adorno" de un producto multimedia? No creo que sea la única respuesta, porque se abren perspectivas insospechadas con las nuevas tecnologías¹⁴.

El lector ante el ciberespacio

Un lugar lleno de personas y libros. Personas y libros aislados. Aislados en la superpoblación y la sobre información. Así se imagina Jorge Luis Borges la Biblioteca de Babel. Quizás no haya mejor metáfora para describir el mundo de las nuevas tecnologías y su influencia en la comunicación.

Esa Biblioteca -que muchos juzgan infinita, y por consiguiente atemporal, inasible a los hombres- está compuesta por miles de hexágonos interconectados por galerías. En cada hexágono hay libros y hubo una época en la cual cada hexágono tenía un bibliotecario pero las enfermedades y los accidentes los han ido diezmando.

Nadie ha podido dar con algún libro que pudiera ser comprendido y día a día los bibliotecarios que quedan, pregonan en la búsqueda de razones que le permitan comprender la Biblioteca.

De vez en cuando, algún descubrimiento permite una euforia pasajera pero que muchos juzgan como una artimaña de la Biblioteca por mantener la ilusión.

La falta de información respecto a los fines y orígenes de este Universo hace que muchos caigan en supersticiones. Así, teorías conspirativas razonan que no es descabellado pensar que hay una persona acopiando información para luego negarla a los hombres.

Pero hasta el momento sólo pueden encontrar una Biblioteca febril, "cuyos azarosos volúmenes corren el incesante albur de cambiarse en otros y que todo lo afirman, lo niegan y lo confunden como una divinidad que delira. El disparate es normal y lo razonable -y aún la humilde y pura coherencia- es casi una milagrosa excepción".

También muchos -aunque no ya en la Biblioteca de Babel- afirman que en algún lugar de Internet debe existir una página o portal que sea la cifra y el compendio perfecto de todas las demás: alguien la recorre diariamente y es análogo a un dios.

El tamaño de Internet excede en más de 100 veces las previsiones anteriores, según un estudio de la consultora BrightPlanet.com.

A partir del desarrollo de un nuevo software, la compañía pudo clasificar "las profundidades de Internet" y encontrar los recursos deseados con un máximo de exactitud y señaló que los buscadores existentes no logran clasificar más que dos milésimas partes de los documentos publicados a nivel global en la WEB.

La "Web profunda" consiste de 550 mil millones de documentos individuales, frente a los mil millones presentes en la "superficie de la WEB" y que son abarcados por los motores de búsqueda.

La WEB profunda contiene 7.500 terabytes de información, comparada con los 19 terabytes presentes en la superficie. El 95% de la información existente en la web es gratuita y de acceso público¹⁵.

Es lógico que estamos en presencia de nuevas fuentes de información que son independientes de los medios gráficos tradicionales y del discurso político. Los editores de una sección Internacional, no pueden dejar de editar una nota de Chiapas llegada por agencia internacional sin dejar de chequear la página del Subcomandante Marcos. El lector conectado a Internet tiene la misma oportunidad. Pero con algo a su favor. Seguramente la página del subcomandante Marcos o el motor de búsqueda con la palabra "chiapas" lo derive o le muestre "links" a

¹³Hora de Cierre, revista del Instituto de Prensa de la Sociedad Interamericana de Prensa (SIP), agosto de 2000.

¹⁴El futuro del "contenido" de la Web está en tela juicio desde octubre de 2000 a lo largo y ancho de Estados Unidos con muchas pruebas contrapuestas y sin un veredicto claro. La sentencia preliminar: darle al contenido un respiro para crecer. "Contenido" es una de las palabras que componen la jerga de Internet. Básicamente se refiere a cualquier cosa que un usuario lea, vea o escuche desde noticias hasta video clips sin tener que hacer un pago de por medio. Por lo pronto, en el velorio de las desinfladas acciones de Internet, el veredicto de los viejos medios de comunicación es que las principiantes no podrán descubrir hacia dónde se dirige el contenido antes de que sea demasiado tarde para ellas. Swisher Kara, Un fuego cruzado sobre el 'contenido' en la Web. The Wall Street Journal. 10 de octubre de 2000.

¹⁵Hora de Cierre, op. cit.

sitios de similares características. Si su búsqueda empieza por un medio gráfico on line tradicional, la noticia se agotará en el medio que no permitirá ningún enlace con otras fuentes de información.

Este autoritarismo se ve aún más evidenciado cuando queremos obtener información específica. Los diarios sobresaturan de información a los buscadores y no hay forma de evitarlos. Así, si nuestro objetivo es el "blindaje en Turquía", lo primero que aparecerá en el buscador es la agencia internacional que emitió un cable; después ese mismo cable según la visión de varios diarios importantes; luego, el mismo cable en los diarios de cabecera de provincia y todos sus archivos hasta 1997; luego las ediciones de revistas on line y todas sus derivaciones casi hasta el infinito.

En este caso estamos ante hechos que si bien no explican por completo la falta de suscripciones on line a los medios gráficos tradicionales, son observaciones que se deberán tener en cuenta.

El diario electrónico, no brinda las mismas posibilidades de multiplicidad de discursos o de democracia comunicativa que puede llegar a tener Internet. O por lo menos no la refleja.

Pareciera que el tiempo del periodista y de los medios gráficos tradicionales ha desaparecido. Estamos sumergidos en el tiempo y la dictadura de la imagen y los entendidos afirman que a la gente no le gusta leer. Pero nadie parece centrar su atención en quienes escriben. ¿No será que a la gente no le gusta leer lo que nosotros escribimos?

Gene Bell, es presidente del San Diego Union Tribune¹⁶. En su diario acaba de crear la figura del Gerente de Lectura. Aunque aún no están definidas claramente las funciones específicas es obvio que su trabajo será tratar de encontrar la forma de contrarrestar la sobreinformación¹⁷.

Internet, la "red de redes" es un prodigioso instrumento multitarea: transmite imágenes, pero también texto escrito; abre al diálogo entre los usuarios que se buscan entre ellos e interactúan; y permite

una profundización prácticamente ilimitada en cualquier curiosidad.

Pero sucede que casi todo nuestro vocabulario cognoscitivo y teórico consiste en palabras abstractas que no tienen ningún correlato en cosas visibles, y cuyo significado no se puede trasladar ni traducir en imágenes¹⁸.

Por otro lado, la información no es conocimiento. Por sí misma, la información no lleva a comprender las cosas: se puede estar informadísimo de muchas cuestiones, y a pesar de ellos no comprenderlas¹⁹. Tal es el caso de la difusión masiva del avance que significó el descubrimiento, o mejor dicho la profundización de los estudios sobre el genoma humano.

Es correcto, pues, decir que la información da solamente nociones. Debemos también destacar que la importancia de las informaciones es variable. Numerosas informaciones son sólo frívolas, sobre sucesos sin importancia o tienen un puro y simple valor espectacular. Lo que equivale a decir que están desprovistas de valor o relevancia "significativa". Otras informaciones, por el contrario, son objetivamente importantes porque son las informaciones que constituirán una opinión pública sobre problemas de interés públicos²⁰.

Problemas de la comunidad. Una comunidad que puede transformarse en sociedad

Dentro de la formación de las sociedades ha habido una etapa previa que ha sido el agrupamiento en comunidades, respondiendo al objetivo de proveer el bien común, al interés común. Esa comunidad principal evolucionó hasta adoptar la forma de sociedad y la conformación del Estado.

En el mundo occidental, el establecimiento del Nuevo Orden se basó en dos aspectos fundamentales que fueron la división del trabajo y el comercio de bienes y servicios en una estructura que con matices se mantiene hasta la actualidad.

Internet hoy ha usurpado la palabra comunidad. Pero ya no significa un sitio físico sino un lugar vir-

¹⁶Hora de Cierre, op. cit.

¹⁷La Biblioteca es una esfera cuyo centro cabal está en todas partes y cuya circunferencia es inaccesible. (...) No hay en la vasta Biblioteca, dos libros idénticos. De esas premisas incontrovertibles dedujo que la Biblioteca es total y que sus anaqueles registran todas las posibles combinaciones de los veintitantos símbolos ortográficos o sea todo lo que es dable expresar: en todos los idiomas. Todo: la historia minuciosa del provenir, las autobiografías de los arcángeles, el catálogo fiel de la Biblioteca, miles y miles de catálogos falsos, la demostración de la falacia de esos catálogos, la demostración de la falacia del catálogo verdadero...

Borges, Jorge Luis, op. cit.

¹⁸Sartori, Giovanni, op. cit.

¹⁹Sartori, Giovanni, op. cit.

²⁰Sartori, Giovanni, op. cit.

tual en el que gente de intereses similares puede reunirse. Hasta el momento no se ha establecido una división del trabajo entre los integrantes de esa comunidad, como así tampoco el comercio de bienes y servicios entre miembros sino que el comercio de bienes y servicios, o mejor dicho la publicidad de bienes y servicios, es el principal sostén de la permanencia de portales y buscadores de Internet.

Pero en forma paralela se está produciendo también un desencanto con respecto a Internet²¹. Un reciente estudio llevado a cabo en los Estados Unidos refleja que los navegantes no fijan casi su vista en los "banners", que es lo mismo que decir que no prestan atención a las publicidades de los portales. Y si no hay mirada de publicidad, no hay venta y no hay financiación²².

Teniendo en cuenta estas dos cuestiones, ¿cuál será el próximo paso de esta nueva forma comunitaria? ¿Podrá formarse un nuevo modelo de sociedad con sus propias reglas, valores o continuarán siendo grupos autoexcluidos y selectos?

Max Weber²³ sostenía que el paso de comunidad a sociedad se dio a partir de la aplicación de criterios de racionalidad en las relaciones entre los individuos. ¿Es posible pensar que esta comunidad hoy interconectada por computadoras dará lugar a una formación social que aplicará mayores criterios de racionalidad? Todo hace presentir que sí.

Marshall Mc Luhan, además de profetizar la aldea global, estableció que el "medio era el mensaje" y esta sentencia adquiere mayor notoriedad ante Internet.

La Red quizás deje ya de ser la transmisora de mensajes sino en un mensaje en sí mismo. No precisará sponsors sino que sus integrantes serán sus propios sponsors, siempre y cuando esa comunidad empiece a aplicar criterios de racionalidad en sus mensajes a los otros miembros de la comunidad: división del trabajo e intercambio de bienes y servicios comunes.

De producirse, el concepto de empresa podría sufrir un importante cambio y por consiguiente el

concepto de empresa periodística también. Dada la heterogeneidad de los miembros de estas comunidades virtuales, sumado a la desaparición del concepto de trabajo tal cual hoy lo conocemos²⁴, la Red puede convertirse en el principal sustento de muchos profesionales.

Para ampliar el concepto de racionalidad en las relaciones entre miembros de la comunidad, basta un ejemplo: El Sitio fue el primer portal argentino que cotizó en la Bolsa de Nueva York. En el primer día de operaciones su valor trepó a más de 1.000 millones de dólares. Y a pesar de que no deja prácticamente ganancias, su cotización ascendió porque era visitada diariamente por cientos de miles de personas. Esas cientos de miles de personas son consumidores que ven las publicidades mientras conversan entre sí por medio del chat. Día a día van estableciendo lazos más sólidos.

Mientras tanto las publicidades varían en productos y marcas que permanecen un lapso de tiempo y son suplantadas por otras a veces sin dejar huella. Esta falta de atención sumada a la lógica desconfianza del consumidor argentino ha derivado en poco comercio electrónico o e-bussiness.

Es probable entonces que el paso siguiente sea, como decía Mc Luhan, unir al medio con el producto. Las grandes marcas dejarán paso a las marcas de los portales, por ejemplo Camisas El Sitio, Lácteos El Sitio, o Noticias El Sitio. Puede darse también que cada uno de los integrantes de la comunidad obtenga beneficios por la venta de bienes y servicios intracomunidad, pueda comprar acciones y obtener rentabilidad. Esto no sería nada nuevo²⁵.

Quizás, el periodista pueda insertarse en estas nuevas comunidades y ser el principal nexo de comunicación ante la sobreinformación. Pero no será empleado del portal o de los dueños del portal sino que formará parte de una sociedad. Y venderá sus servicios o los intercambiará por bienes o servicios que la misma sociedad o sus miembros producen²⁶.

Actualmente escribimos y poco sabemos lo que piensa el lector sobre lo que leyó: rara vez, alguna

²¹A la desaforada esperanza, sucedió, como es natural, una depresión excesiva. La certidumbre de que en algún anaquel en algún hexágono encerraba libros preciosos y de que esos libros preciosos eran inaccesibles, pareció casi intolerable. Borges, Jorge Luis. op. cit.

²²Wall Street empuja a la baja las acciones de empresas de contenido, como CBS MarketWatch, CNet y The Street.com. ¿La principal preocupación de los inversionistas? Que los ingresos por publicidad en la Web se estén debilitando, que los gastos de los sitios resulten demasiado altos y que las perspectivas de ganancias a corto plazo sean una ficción. Swisher Kara, op. cit.

²³Weber, Max: *El Estado Nacional y la política económica alemana*, Friburgo, 1895.

²⁴Jeremy Rifkin afirma que deberíamos empezar a plantearnos la existencia de una era postmercado, es decir, la que estamos empezando a vivir: pensar en formas alternativas a los planteamientos más habituales en torno al trabajo, poner en marcha nuevos modos de generación de ingresos y de reparto del poder, y generar una mayor confianza en el tercer sector, que a su vez deberá permitir la reconstrucción de nuestras comunidades y nuestras culturas. Rifkin Jeremy: *El fin del trabajo*. Paidós, Estado y Sociedad, 1997.

²⁵Muchas empresas estadounidenses, como es el caso Anway, no utilizan las técnicas usuales de comercialización. Fomentan que el minorista pueda convertirse en mayorista en una cadena que parece no tener fin. A medida que la cadena crece, crecen los

beneficios de quienes iniciaron la cadena. Si bien en este caso el productor visible es uno solo, pero Anway compra a productores que son clientes en otros rubros. No resulta descabellado, que en algún momento, los hoy integrantes de la empresa empiecen a diferenciarse y aprovechen la estructura.
26Rifkin, Jeremy, op. cit.

carta de lectores aislada. Desde un portal de noticias es más fácil comunicarse dado que un link nos habilita una línea directa que el periodista puede decidir si lee o no, pero que no puede dejar de ignorar. Podemos recibir miles de mails con respuestas afirmativas o negativas. A diario.

Y de nuestra responsabilidad informativa dependerá nuestra credibilidad dentro de estas nuevas sociedades. Lo mismo le pasará al vendedor de camisas. Parece patético pero también inevitable.

La responsabilidad en el entorno digital

Las nuevas identidades que se estructuran en el entorno digital rompen las normas relacionales entre las personas, generando vínculos que alteran el principio básico de la identidad, con una ética utilitaria y sensual al servicio del hedonismo cultural.

Así como no hay dos granos de arena iguales sobre la faz de la tierra, tampoco hay dos personas. El hombre es único e irrepetible, así lo manifiesta el misterio de la creación. Pero esta sentencia fácilmente comprobable entre los mortales, se torna difusa en el tiempo que vivimos.

En esta época de globalización, el campo de la cultura está siendo el ciberespacio, con nuevas herramientas (Internet, multimedia, autopista de la información, y otros) que dibujan un nuevo panorama donde la sociedad se construye como un conjunto de relaciones que forman una red, y que hacen entender a la persona y al mundo de nuevas maneras¹.

Los últimos avances tecnológicos en el campo de las comunicaciones están modificando sustancialmente el modo de relación entre los hombres. En este sentido los intelectuales y científicos se ven obligados elaborar nuevas metáforas que intentan dar explicaciones a este nuevo tiempo signado por la preeminencia de lo tecnológico. Surgen así nuevas configuraciones intelectuales que, desde diversos campos, definen a este tiempo como sociedad de la información o el tercer entorno.

Metáforas sobre la realidad

En la década del '80 Alvin Toffler sorprendía con *La tercera Ola*, en la que definía a la historia de la humanidad en tres momentos de acuerdo a su relación con la producción: la primera ola, la agraria, en donde los hombres se hicieron sedentarios para satisfacer su autosubsistencia; la segunda, la industrial, que produjo grandes conglomerados urbanos destinados a procesar materia prima para generar bienes; y la tercera ola, denominada sociedad de la información, donde los hombres se dedicarían a procesar información y modificando sustancialmente el modo de vida de las comunidades. Toffler sigue profetizando sobre el futuro y en una reciente conferencia en Buenos Aires dijo: "la tercera parte de la tecnología que utilizaremos en los próximos tres años todavía no esta en el mercado".

Del mismo modo, Javier Echeverría Esponda², con sus conceptos sobre el tercer entorno, hace un profundo análisis de las relaciones sociales en tres momentos de la humanidad, centrando su estudio en la identidad y la individualidad de las personas de modo especial en la Telepolis.

En el primer entorno, la identidad de las personas es ante todo corporal, físico-biológica, espacio-temporal. La persona tiene un cuerpo que la identifica en su especie. El tiempo y el espacio en que vive de-

Adrián Nelso Lomello

Notas

1Victor Manuel Mari Saez: *Globalización, Nuevas Tecnologías y Comunicación*. Ediciones de la Torre, Madrid, 1999, pág. 144.

2Javier Echeverría Esponda, Francisco Alvarez: "Valores y ética en la sociedad informacional", *Modulo del Master Universitario en Nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación*. Editorial UNED, Madrid, 2000, págs. 67 a 140.

termina su identidad cultural y su personalidad, por lo tanto sus rasgos personales lo singularizan de los demás. Estas propiedades acompañan a todos los hombres durante su existencia.

En el segundo entorno los atributos de identidad del primer entorno siguen existiendo, pero se añaden otros criterios de identidad que se superponen a la corporal. Nombre, apellido lugar de residencia, profesión, bienes, firma, documento nacional de identidad, huellas dactiloscópicas, fotografía personal, pasaporte, carné de identificación de club, tarjetas de créditos y un sinnúmero de datos filiatorios que origina el Estado para identificar y distinguir a las personas. Estas son marcas identificatorias artificiales y sociales, algunas de las cuales podrán ser modificadas con el tiempo, por ejemplo cambiar de domicilio, de empleo o de estado civil. En este entorno los criterios de identificación se adaptan a los espacios urbanos. Cada ciudad, cada estado genera sus propios criterios de identidad.

El tercer entorno o la ciudad global

Por último, Javier Echeverría, define al tercer entorno como telemático o digital, aunque no virtual, porque este entorno es una realidad social, o tiende a serlo cada vez más impulsado por la utilización de las nuevas tecnologías. Estas permiten "romper la unicidad identitaria", introduciendo un cambio radical en el concepto de identidad personal. Al amparo de las nuevas tecnologías surgen nuevos y múltiples modos de identidad personal que se superponen con las ya conocidas identidad personal o domiciliaria: los números de teléfonos fijos o móviles de cada persona, las distintas cuentas de correo electrónico, distintos nicks para ingresar a comunidades digitales, claves de acceso a fuentes de información, códigos para acceder al manejo remoto de los dineros depositados en bancos, dominio en Internet, solo para citar algunos. Para actuar con estas identidades no se requiere una presencia física, sino que se opera a la

distancia, pudiendo, desde cualquier lugar interactuar con su comunidad de elección trascendiendo las fronteras territoriales. Para poder participar de este banquete de identidades digitales es preciso tener fácil acceso a tecnologías de la información y las telecomunicaciones.

El dominio de interacción en este entorno no es físico ni corporal, sino electrónico y representacional, aunque no tiene existencia excluyente. Todas las personas conviven simultáneamente en los tres entornos.

Por último, es fundamental reconocer el reclamo del autor para que "humanicemos el tercer entorno", ya que no puede quedar en manos ni de científicos ni de empresarios, sino que la construcción de Telepolis es una responsabilidad de todos los ciudadanos, para asegurar una utilización al servicio de la persona y no para enriquecimiento de las empresas o de cualquier estructura de poder.

La identidad digital

Si la información que otorga el rostro, la textura de la piel, el color, el tono de voz, el aspecto físico y todas otras señales analógicas de una persona es suplantada por un simple clave alfanumérica del "loguin" y el "password", del "nick" o el dominio, creados arbitrariamente para la identificación de una persona, valdría prevenirnos sobre la confiabilidad de las nuevas relaciones en la red.

¿Cuál será la responsabilidad de las personas que interactúan por la red, inventando identidades para la ocasión?. ¿Cómo serán las nuevas relaciones que se generan en un entorno donde las personas juegan a construir una identidad de acuerdo al estado de ánimo del momento?

El concepto de responsabilidad no entra en crisis, sino que se convierte en un recién nacido en el entorno digital. Este concepto ha sufrido una mutación y del pasado solo se conserva su ortografía, dice Pilar Llacer³. La percepción, esa primera impresión del otro como sujeto de la comunicación, es una intuición que

³Llacer Pilar: artículo: "Elementos para una tele-ética". URL, 1999. <http://cys.derecho.org/03/llacer.html>

proviene de los sentidos. De todos los sentidos, el tacto y la vista son los sentidos de la reciprocidad. La única reciprocidad que se consigue en la comunicación por las nuevas tecnologías, proviene del entorno amigable del soporte, y de la capacidad de seducción que ofrezca el mensaje de los interlocutores. Ciertamente que la palabra es una realidad perceptible sensorialmente, pero a la vez está abierta al mundo de lo suprasensorial. Como decía Santo Tomas de Aquino, nada hay en la inteligencia que no haya pasado antes por los sentidos, y son los sentidos los que permiten comunicar la palabra, pero la comunicación no se funda solo en eso.

La comunicación no es la mera acción de transmitir ideas, es el acto que genera la urdimbre de nuestra existencia social y los significados se construyen a partir de la cosmovisión, de la concepción del hombre y del mundo que cada uno tenga en su repertorio previo.

Si entendemos a la comunicación como esencial y constitutiva de las relaciones sociales, el uso de las nuevas tecnologías debe apoyarse en una ética de la responsabilidad que comprometa la totalidad de las acciones de los sujetos de la comunicación, aun en el entorno digital.

El pensamiento dominante: la sociedad digital

"Ya nada será posible sin Internet". Es como un martilleo persistente de los medios de comunicación, son señales firmes de las corporaciones internacionales, es como un lenguaje unidireccional y sin explicaciones lógicas, sustentado en la promesa de que en el futuro todo será resuelto por la tecnología. La sociedad digital es la nueva promesa, el nuevo paradigma cuya sola enunciación pareciera que devuelve la felicidad a las personas.

Internet, como la imprenta, es el instrumento de un cambio de poder político. El poder de comunicar palabras, imágenes, sonidos ya no es exclusivo de quienes poseen imprentas, emisoras de radio o ca-

denas de televisión. Internet es el primer medio de comunicación de muchos para muchos. Por eso, quien controle ese poder de comunicación, sea quien fuere, podría controlar el destino de la democracia en el siglo XXI. Dice el autor norteamericano Howard Rheingold⁴.

Asimismo, Internet propicia también una transformación social. La eliminación de las jerarquías generará una sociedad plana, donde las posibilidades de múltiples contactos han hecho que todos seamos iguales. Es la utopía de una sociedad perfecta, y sobre ella el Director General de la UNESCO, Federico Mayor Zaragoza⁵, hizo un llamado a "tomar conciencia de todas las paradojas relacionadas con la cibermutación, generando un diálogo sobre las principales repercusiones éticas y sociales en la utilización de nuevas tecnologías. Estas deben estar al servicio del desarrollo de una sociedad de la información más justa, más libre y más solidaria".

El acelerado advenimiento de las nuevas tecnologías y su rápida expansión entre las elites dominantes han incorporado una nueva concepción de la política donde predomina una economía inspirada en la supremacía de lo tecnológico. Estos nuevos modos de transacción virtual denominados "nueva economía" ofrecen ganancias a futuro pero sin fundamentos. El razonamiento que se está imponiendo en esta encrucijada no obedece a los tradicionales métodos de comparar costo-beneficio y el plazo de amortización de la inversión. El nuevo paradigma consiste en anticiparse para lograr un mejor posicionamiento y captar todo el mercado. "Bajo esta premisa en Internet no hay lugar para segundos y terceros. Una sola empresa esta destinada a ocupar una posición dominante en cada rubro" manifestó el representante de una firma de investigación en Internet.

Nuevas tecnologías y lenguaje

En un estudio reciente sobre el lenguaje del chat⁶ decíamos que el contenido de la comunicación es reempla-

⁴Howard Rheingold, (1999), es un autor norteamericano que investiga para el Center for Democracy and Technology: <http://www.cdt.org> Escribió un artículo Electric Minds: <http://www.minds.com>. Texto de The Virtual Community: <http://www.well.com/user/hlr/vcbook> . Texto de Tools for Thoughts: <http://www.well.com/user/hlr/texts/tftindex.html>

⁵Federico Mayor Zaragoza: (1999) es Director General de la UNESCO. - UNESCO: <http://www.unesco.org>

⁶Lomello Adrián Nelso: " Audiencias y lenguajes del chat " ponencia en el congreso del ENDICOM, (Encuentro de comunicadores del MERCOSUR) realizada en la Universidad Católica de Montevideo en Mayo de 2001.

zado por la necesidad tener la sensación de "estar comunicado", de "estar en contacto". En el chat hay una especie de renuncia a la búsqueda de información y una constante necesidad de comunicación, de generación de nuevos vínculos, efímeros, superficiales, anónimos, contruidos arbitrariamente de acuerdo al humor circunstancial de cada participante. Hay una multiplicidad de identidades posibles y mediante el lenguaje los participantes van creando hiperhistorias en comunidades virtuales. Lo efímero no solo está en relación con el tipo de ficción que presenta el lenguaje, sino con la aparición y desaparición de los actores del juego.

La falta de un lenguaje corporal y de expresiones faciales que definan una identidad personal unívoca genera una falta de confiabilidad ontológica en el espacio cibernético. La disolución de la individualidad derrumba cualquier estatuto ético ya que las nuevas relaciones en el ciberespacio se basan en las subjetivización plena de la persona. En la sintaxis del juego de identidades, sea por sustitución (cambiar la personalidad), suplantación (simular una identidad de otra) o multiplicación (operar simultáneamente con varias personalidades) se tejen relaciones nuevas, falsas o simplemente equívocas.

Al derrumbarse la confiabilidad en la comunicación, esencial para cualquier relación entre personas, ¿cómo será el vínculo relacional entre dos personas que saben de antemano que no hay confianza en esa relación? "Es necesario reformular éticamente la individuación cibernética, so pena de convertir el ciberespacio en un juego evanescente e irresponsable", como dice Jesús María Aguirre⁷ en un artículo titulado ¿Obsolescencia de la ética o disolución de la conciencia moral de los navegantes de Internet?

Nuevas tecnologías para la conversación

Llamaremos conversación a la acción dialógica entre los hombres, entendida como la unidad mínima de interacción social orientada hacia la construcción de ámbitos de encuentro y de convivencia. Los seres hu-

manos somos seres lingüísticos, locuaces y dialógicos, y lo específico es que mediante el lenguaje generan acuerdos para ejecutar acciones en común.

Toda conversación tiene un hablar y un escuchar. Esta habla y esta escucha no están circunscriptas a las palabras que se dicen o se escriben. Estos actos tienen lugar en un trasfondo de experiencias compartidas por los integrantes de la comunidad.

Por lo tanto la palabra está destinada a generar conversaciones para el encuentro entre los hombres, por que permite generar vínculos interpersonales. Mediante la comunicación los hombres, sin dejar de ser distintos, dejan de ser distantes y extraños y se hacen íntimos, como manifiesta López Quintas⁸.

La palabra sólo tiene capacidad de crear vínculos cuando el hombre cumple las exigencias del encuentro, que son las mismas que hacen posible un proceso de creatividad: generosidad, disponibilidad, apertura y sencillez de espíritu, estar a la escucha y responder a la apelación de lo valioso... La palabra dicha con amor instaura un campo de intercambio creador, de encuentro, y constituye una fuente de sentido.

El hombre es un ser de encuentro, que configura su vida personal, la desarrolla y perfecciona comunitariamente. La palabra y el amor son los verdaderos vehículos de la relación de cada uno en movimiento hacia el "tú", para crear un ámbito, el "nosotros". La palabra viva, llena de sentido, es aquella que crea encuentros. Somos "nosotros" cuando nos sentimos unidos en el amor común, unidos por un lenguaje que nos permite crecer en el vínculo creado.

Las nuevas tecnologías o Internet, ¿permiten a las personas desarrollar conversaciones para generar ámbitos de encuentro o son apenas unas herramientas para la transferencia de información?

Distintas perspectivas de la comunicación en el ciberespacio

Comenzaremos haciendo algunas distinciones. La comunicación se presenta cada día más como un fe-

⁷Aguirre, Jesús María, artículo: "¿Obsolescencia de la ética o disolución de la conciencia moral de los navegantes de Internet?", URL <http://www.innovarium.com/Rev102/etica.htm>

⁸López Quintas, Alfonso: Estrategia del lenguaje y manipulación del hombre. Editorial Narcea, Madrid, 1980.

nómeno MULTIFORME, que hoy se aborda desde todas las perspectivas y el estudio de esta disciplina presenta una dualidad epistemológica. Intervenimos investigando los fenómenos comunicacionales de los cuales también somos actores. Por eso hay que distinguir:

1) El carácter ESENCIAL de la comunicación, como CONSTITUYENTE de las relaciones y organizaciones sociales.

2) El carácter INSTRUMENTAL de las comunicaciones, refiriendo a operar como elemento MEDIADOR en las prácticas sociales.

En el primer carácter, el ESENCIAL, el objeto de una teoría de la comunicación se confunde con las humanidades. Etimológicamente, comunicación quiere decir "poner en común", y significa la actitud de compartir, una interacción en la cual los actores participan de la construcción de un "consaber" que establece entre ellos una relación de comunidad y los identifica como personas diferentes. Por eso, la comunicación es constitutiva de lo social y su estudio se ubica en el campo de las humanidades, de la cultura y la filosofía.

El segundo carácter INSTRUMENTAL, analizaremos la comunicación como actos a través de los cuales se transmiten informaciones de un sujeto (individual o colectivo) a otro. Este objeto de estudio remite al nivel de las operaciones técnicas y las tecnológicas. Es un acto de mediación tecnológica por el cual un sujeto transmite su conocimiento y otro lo asimila sin capacidad de respuesta. Esta es una acción destinada a influir, determinar conductas, imponer criterios. Estamos aquí en presencia de ciertas técnicas, códigos, habilidades, de la comunicación como instrumento operativo para cumplir una finalidad.

Esta dualidad epistemológica del estudio de la comunicación nos remite a un nivel de análisis del trasfondo antropológico que subyace a toda interpretación de la realidad.

Una antropología materialista

Entender a las tecnologías de la comunicación como instrumentos para cumplir con una finalidad manipuladora es querer manejar a las personas como si fuesen objetos fácilmente maleables. Este es el concepto antropológico sobre el cual trabajan los medios de comunicación, que reemplazan a las personas por clientes a los cuales hay que convencer, electores a los que hay que persuadir. Esta reducción de la persona a la calidad de objeto es propio de quienes utilizan la comunicación como instrumento para ejercer dominio, para manipular la voluntad y la conciencia.

Percibimos perplejos como a través de las tecnologías de comunicación de carácter masivo y mediante el lenguaje se degrada al hombre en su naturaleza, en su sexualidad, en su dignidad. Mediante el lenguaje publicitario se halaga el apetito de las personas con sensaciones gratificantes a fin de orientar su voluntad hacia la compra de ese producto, no para ayudar al desarrollo personal⁹. El hombre se reduce a ser un cliente, asimilado por la lógica del mercado que impera en los medios de comunicación.

Mientras el ciberespacio siga siendo un espacio de interacción sin regulación del mercado, donde las implacables leyes de la economía no protagonizan un control de las relaciones entre las personas, es posible construir ámbitos de encuentros dialógicos librados a la actitud y a la conciencia de los interlocutores.

Tampoco deberemos caer en la reverencia casi romántica hacia las tecnologías comunicacionales, tal el caso de Winn Schwartau¹⁰, un experto norteamericano en seguridad electrónica, que pronosticó que "Internet es una sociedad plana, organizada sin jerarquías, donde las posibilidades infinitas de conexión han hecho que todos seamos iguales". Esos seguidores de Nicolás Negroponte¹¹ consideran que las nuevas tecnologías no tienen ningún defecto.

⁹Lomello, Adrián Nelso, (2000) artículo: "La publicidad no informa" PONER URL DE AREOPAGO.

¹⁰Winn Schwartau: (1999), Conceptos extraídos de una entrevista del autor en Sources e-journal: <http://www.infowar.com/chezwinn/winnint.html-ssi> Es experto norteamericano en seguridad electrónica. Infowar: <http://www.infowar.com> . Info-Sec: <http://www.info-sec.com>

¹¹Nicolás Negroponte: (1995), El Ser Digital. Comentario obtenido en un artículo de la Maestría en Nueva Tecnologías de la Información y la Comunicación, de la UNED, España. URL www.uned.es/ntedu/español/master/primeromodulos/internet/negropon1.htm

Hacia una identidad responsable en el ciberespacio
Los mas simplistas reducen el problema de la responsabilidad en Internet a un conjunto de reglas que denominan netiquette¹², se refieren a lo que se consideran conductas apropiadas para participar en las discusiones del foro o conversaciones en el Internet. Netiquette es un listado de acciones consideradas de buen gusto; es una listado abierto en el que se discute lo que se permite y lo que no se permite cuando alguien está on line en Internet. La impulsora de estas reglas es Arlene H. Rinaldi, de la Universidad del Atlántico de Florida¹³.

Otros creen que con la emisión de un simple decálogo se solucionarán los problemas, como el caso los diez mandamientos para la ética del ordenador¹⁴.

En 1992, el consejo ejecutivo de la Association for computing Machinery de EEUU, dio a conocer un código de 24 sentencias imperativas para que todos los miembros de esa entidad se comprometan a observar en su desempeño ético profesional¹⁵.

Son todos intentos de resumir la responsabilidad personal a un código de buena conducta, al cumplimiento de un recetario de buenas acciones que liberen al hombre de toda conciencia moral en relación al uso de las nuevas tecnologías. Estos diferentes mecanismos de autorregulación normativa, de acuerdo a exigencias sociales y técnicas, descansan en la aceptación voluntaria de determinados valores o normas éticas. Debido a su fundamentación en la razón y la decisión voluntaria esta forma de regulación resulta ineficaz, aunque es preferible a cualquier regulación política o jurídica en la red.

Responsabilidad y concepto de persona

El tema de la responsabilidad personal en el uso de la tecnología comunicacional tiene que ver con la educación de cada persona, y como dice Mario Kaplún¹⁶ "a cada tipo de educación corresponde una determinada concepción y una determinada práctica de la comunicación". Con una fuerte sentencia académica el autor uruguayo nos induce a pensar en una "responsabilidad educada" en torno a la comu-

nicación personal. En la utilización responsable de las diversas posibilidades de identidad personal que nos permite el entorno digital, el uso de cada opción identitaria permite comprender la concepción del hombre y de la cultura que se aplica en cada caso.

Cada persona construye con sus identidades digitales una representación de la realidad en la que están insertos. "Una representación nos da información acerca de los sujetos o instituciones que la construyeron, nos da su punto de vista, que por lo general, acaba por naturalizarse como "la norma". Las representaciones muestran, por un lado aspectos visibles de lo que se está ofreciendo y, por el otro, aspectos invisibles acerca de los autores y de su ideología"¹⁷, manifiesta con claridad Roberto Aparici.

Por lo tanto el uso responsable de variadas identidades personales depende más de la concepción del hombre y la cultura que cada usuario tenga incorporado en sus prácticas sociales que del respeto a determinada reglamentación ética y voluntarista que exista en la red.

Si la concepción del hombre es materialista o posmoderna, pues los instrumentos comunicacionales estarán destinados a ejercer una acción de dominio al servicio personal, satisfaciendo el propio hedonismo estimulado por la actual cultura de consumo de la sociedad neoliberal, donde lo único importante es el placer de los usuarios. "La lógica dominante de la posmodernidad ha barrido literalmente con los valores de la modernidad, sobre todos los sociales, incorporando la etiqueta del individualismo exacerbado, ha sacralizado y coronado el placer personal en reemplazo de la sociedad en este fin de siglo"¹⁸. La sociedad posmoderna sublima el deseo, la felicidad, el proyecto personal, en donde no existe el sacrificio y el deber hacia el otro, las únicas virtudes son el interés individual y el utilitarismo económico. En este contexto la posibilidad de construir múltiples identidades permite a las personas esconderse para no asumir compromisos reales en la construcción de espa-

¹²Netiquette: <http://www.cepis.org.pe/eswww/listserv/netiquette.html>
<http://www.minhisp.org/Coaching/html/netiquette.html>

¹³Arlene H. Rinaldi, Reglas de Netiquette <http://www.cepis.org.pe/eswww/listserv/spanish.txt>

¹⁴Los diez mandamientos para la ética del ordenador, consultar en URL <http://www.geocities.com/Colosseum/Track/9699/netiquet1.html>

¹⁵Javier Echeverría Esponda, Francisco Álvarez: op cit. Pág. 143.

¹⁶Kaplún Mario: *Una pedagogía de la comunicación*. Ediciones de la Torre, Madrid, 1998.

¹⁷Aparici Roberto: *Teoría de la Representación*. UNED, Madrid, 2000, pág. 23.

¹⁸Gherzi, Carlos Alberto: *La posmodernidad jurídica*. Editorial GOWA, Buenos Aires, Argentina, 1995, págs. 24 -25.

cios comunes. El hombre posmoderno quiere librarse de su persona, porque esta lo carga de responsabilidades. Por eso el entorno virtual aparece como más propicio para sus interrelaciones porque no crea vínculos relacionales ni compromisos.

Internet y las nuevas tecnologías de la comunicación deben estar al servicio de las personas, como herramienta para la construcción de la convivencia que siempre es social y nunca individual, donde cada persona sea reconocida en su identidad como digna y distinta frente a los demás. "Internet debe consolidarse como un complemento de las comunicaciones cara a cara, pero no debe nunca conducir la mayoría de nuestras interacciones", dice lucidamente Pilar Llacer en el artículo citado.

Finalizando diremos que las nuevas tecnologías de la comunicación y la información obligan a repensar temas que siempre preocuparon al hombre: la ética, la libertad, la relación entre lo individual y lo social. "Nuevos escenarios para viejos problemas"¹⁹, como plantea Courtuisie en su artículo. La mirada que debe guiar nuestras reflexiones axiológicas en torno a las nuevas tecnologías debe estar sostenida por la preservación de la dignidad de las personas por sobre toda tecnología o factor de poder que se quiera erigir en la red.

Porque desde siempre la verdad dignifica a la persona que la busca y la comunica con respeto a los demás. La mentira, el engaño, por el contrario, deshonran a quienes concientes y deliberadamente la practican en la vida real o en el fascinante mundo de relaciones virtuales. Las normas éticas no deben entenderse como una imposición desde fuera hacia un hombre rebelde, como una ley de aplicación coercitiva. Sino que la responsabilidad ha de entenderse como una actitud personal que hace al hombre ser un "si mismo" igual en la dignidad a todos los demás interlocutores, virtuales o reales, aunque distinto y único en su identidad.

Mar del Plata, abril de 2001

Bibliografía

- Víctor Manuel Mari Saez: *Globalización, Nuevas Tecnologías y Comunicación*. Ediciones de la Torre, Madrid, 1999.
- Javier Echeverría Esponda, Francisco Álvarez: "Valores y ética en la sociedad informacional", *Modulo del Master Universitario en Nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación*. Editorial UNED, Madrid, 2000.
- Kaplún Mario: *Una pedagogía de la comunicación*. Ediciones de la Torre, Madrid, 1998.
- Aparici Roberto: "Teoría de la Representación", - Modulo del Master Universitario en Nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación. Editorial UNED, Madrid, 2000.
- Ghersi, Carlos Alberto: *La posmodernidad jurídica*. Editorial GOWA, Buenos Aires, Argentina, 1995.
- Niceto Blázquez: *Ética y medios de comunicación*. Editorial BAC, Madrid, 1994.

¹⁹Courtuisie http://www.digitalmarketing.com.uy/_documentos/courtuisie.htm

Golpe de Estado y comunicación. La mirada de La Nación frente a la ruptura institucional de marzo de 1976. Estrategias y aproximaciones para una investigación

Juan Carlos Bergonzi

Notas

¹Lambert, Jacques y Gandolfi, Alain: *Le système politique de l'Amérique latine*. Press Universitaires de France, París, 1987 págs. 537-41

²La vinculación con los dos totalitarismos del siglo XX es útil para comprender el fenómeno del autoritarismo en Argentina.

Agregamos y sumamos a ellos el surgimiento y predominio de la nación imperial después de la II Guerra Mundial. Los países de América Latina quedaron en medio de la Guerra Fría como cotos para experiencias del mundo bipolar. La aplicación de la llamada Doctrina de Seguridad Continental fue uno de los ejemplos relevantes.

³Huntington, Samuel P.: *La tercera ola. Democratización de finales del siglo XX*. Paidós, Barcelona, 1994.

1. Presentación. El Conflicto

La historia política de la República Argentina de los últimos setenta años está atravesada por las alteraciones al orden institucional. La más antigua de estas rupturas se remonta a 1930. La sucesión, luego, será ininterrumpida hasta marzo de 1976, año donde se produce la última que cierra un extenso capítulo de democracias débiles reemplazadas por gobiernos de facto surgidos de golpes cívicos militares.

En esos setenta años predominó un ciclo de tipo pendular entre la lucha por consolidar un sistema de gobierno basado en la participación, el consenso y el respeto a la ley contra el mesianismo de grupos cívico-militares que sustentaban el argumento de la inmadurez de la sociedad para transitar por un estilo de convivencia alejado de imposiciones autoritarias.

En ese cuasi interminable ir y venir del péndulo de la historia las causas tuvieron origen y complejidad diversa; unas propias e intransferibles, afianzadas en posiciones extremas, irreconciliables entre distintos sectores sociales. Otras, externas, que gravitaron en los modos de producción, impusieron modelos económicos y desvirtuaron el posicionamiento del país ante las transformaciones mundiales.

Argentina, como país del cono Sur de América Latina no se pudo sustraer a la ola de dictaduras militares contemporáneas que, como señalan Lambert

y Gandolfi no fueron coyunturales sino estructurales¹. El desequilibrio estructural del milenio, o más cerca, la historia trágica de nuestro siglo con sus dos totalitarismos como reflexiona Julia Kristeva (2000) será un soporte fundamental para el desarrollo de la crisis y de las recurrentes intervenciones de las fuerzas armadas, "reservas morales de la República". Serán convocadas éstas como respuesta a situaciones que no hallan salida dentro de las previsiones normativas escritas por los padres de la patria².

En el contexto general de esa dinámica de autoritarismo y olas democráticas, en términos de Huntington, la Argentina llega en 1973 a elecciones generales que dejaron atrás un periodo dictatorial conducido por las Fuerzas Armadas³.

En 1973 se inició un nuevo ciclo político con aspiraciones de concluir con la inestabilidad y erradicar la autoridad de las armas. Un gobierno de jure legitimado por el voto popular llevaba por tercera vez al peronismo al poder. La necesidad de cerrar viejas heridas, limar rencores, producir cambios cualitativos fue la consigna mayoritaria de los argentinos que no estaban solos: la década de 1970 se había convertido en un escenario propicio para el ascenso de gobiernos populares en el Subcontinente.

El Estado de derecho retomado en 1973 dio paso a alteraciones en su instrumentación. Las fuerzas que llevaron al triunfo cívico y que unidas facilitaron la

restauración democrática no pudieron sostener un proyecto común. El poder de los grupos, corporaciones, sectores, se manifestó en una sociedad que comenzó a dar signos visibles de intolerancia, irracionalidad y propuestas de soluciones a las diferencias distantes del debate, el diálogo y el entendimiento pacífico.

Los tres breves años del Estado de derecho (1973-1976) fueron impregnados de disputas, enfrentamientos y violencia física. Esas conductas evidenciaron fragilidad del sistema e instalaron la crisis como constante en la vida cotidiana.

La sociedad civil comenzó a advertir el deterioro en medio de la atomización de fuerzas que se enfrentaban por conductos no ortodoxos para dirimir la posesión de espacios de poder. La superación de la crisis por los canales previstos en la Constitución dejó de evaluarse como una solución al conflicto.

La misma forma de gobierno, ante lo incontrolable de ciertas situaciones y experiencias cotidianas, se ponía a prueba. El método democrático como acuerdo institucional para llegar a decisiones políticas se encontraba con síntomas de deterioro⁴.

Inestabilidad social y política más violencia armada encontraron, naturalmente, su espacio de cobertura en los medios de comunicación. La prensa nacional de extensa tradición comunicativa construyó su discurso público. Sus textos cumplieron la función informativa, analítica, interpretativa y editorializante.

No sería la inestabilidad ni la violencia armada un impedimento para la labor de informar. Los hechos fueron reflejados en ocasiones bajo condiciones extremas de censuras y amenazas; restricciones económicas, presiones indirectas o suspensiones o cierres⁵.

El discurso de la prensa en el lapso previo al golpe de Estado de 1976 no ha sido investigado con la intensidad deseada. Se agrega a investigaciones que toman periodos más extensos y no específicamente sobre esos años del tercero de los gobiernos peronistas⁶. El interés se ha dirigido a cuestiones económicas, políticas, legislativas, castrenses y culturales. La construcción comuni-

cativa de posible mediación frente a una crisis sin precedentes no registra huellas, salvo casos aislados, como aludimos antes.

Es razonable suponer que estas carencias no son producto de inercia intelectual o de influencias incompatibles con la necesidad social de ampliar el conocimiento sobre construcciones comunicativas mediáticas pasadas. Creemos que, por distintas razones vinculadas a prioridades o perspectivas científicas, los medios han sido y son fuentes indispensables de consulta más que objetos directos de preocupaciones como la que aquí presentamos.

La pertinencia de informar sobre los actos de violencia producidos por grupos ilegales también se presentó como una disyuntiva en el campo de la comunicación. ¿Los medios podrían haber omitido, tal vez, la publicación de actos de violencia armada entre grupos antagonicos, el estallido de una bomba colocada en forma anónima o el secuestro y posterior asesinato de personas? Creemos que no. Miquel Rodrigo analiza las características del tratamiento periodístico del terrorismo y, salvando las distancias entre tiempos y escenarios distintos, argentino y español, su investigación permite adentrarse en un territorio complejo: la construcción de un discurso periodístico frente a los acontecimientos originados en hechos donde la eliminación física del contrario se impone por sobre el debate de las ideas.

El trabajo de Rodrigo nos permite visualizar la pertinencia de nuestra inquietud al igual que las referencias bibliográficas citadas que suman ilustración sobre el tema. Pero debemos dejar en claro que el terrorismo no es nuestro eje de análisis. Esta forma de acción era una parte del engranaje de la trama en los años de fragilidad democrática, previa al golpe de Estado terminal de marzo de 1976⁷.

La conclusión del breve ciclo de jure con un poder democrático sin capacidad de respuesta regresó al país a la inestabilidad de la que habla Page⁸. La inestabilidad/estabilidad ilusoria del totalitarismo que se instalaba por largos años. Se iniciaba, con la asun-

⁴Halperín Donghi, Tulio: *La larga agonía de la Argentina peronista*. Ariel. Compañía Editora Espasa Calpe, Buenos Aires, 1994, pág. 93.

⁵Pierce, Robert N.: *Libertad de expresión en América Latina*. Editorial Mitre, Barcelona págs. 21-42.

⁶Sidicaro, Ricardo: *La política mirada desde arriba. Las ideas del diario La Nación 1909-1989*. Editorial Sudamericana. Serie Historia y Cultura, Buenos Aires, 1993.

⁷Rodrigo, Miguel: *Los medios de comunicación ante el terrorismo*. Editorial Icaria, Barcelona, 1991.

⁸Page, Joseph: *Perón. Una biografía*. (2 tomos). Javier Vergara Editor, Barcelona, 1985.

ción del poder militar en marzo de 1976, un estado de guerra declarado contra la oposición en sus distintas manifestaciones teóricas y pragmáticas. Se imponía la estabilidad y seguridad necesaria y reclamada para una sociedad que descubrirá, rápidamente, su capacidad mortífera, con suspensión del pensamiento, como explica Hannah Arendt en *Los orígenes del totalitarismo*⁹.

2. Problema de conocimiento

A partir de reconocer ciertos aspectos carentes como problemas de investigación, proponemos centrar nuestro interés en explorar la relación crisis/producción de contenidos simbólicos (editoriales) por parte de un medio de referencia, en un periodo histórico acotado, en la Argentina de mediados de la década de 1970.

El medio elegido, *La Nación*¹⁰, desde su fundación fue preciso y contundente en sus aspiraciones. Su primer editorial titulado "Tribuna de doctrina" sintetiza la estrategia discursiva del naciente medio en la sociedad nacional de fines del siglo XIX. De esa manera definía el diario su proyecto de comunicación con los lectores de entonces.

El editorial de presentación en sociedad también anunciaba una innovación conceptual con el periodismo de ese tiempo caracterizado de partidista. La intención del diario de situar su mirada por encima de los enfrentamientos sectoriales dio lugar a un nuevo concepto del periodismo y de la relación de este con el rol de actor político.

El propósito comunicativo era no ser identificado como (un actor) al servicio de intereses sociales o políticos particulares: se proponía enunciar el carácter del conflicto, el sentido de la historia; hablar por y en nombre de la sociedad. Señalar objetivos y metas más allá de pasiones y ofuscamientos coyunturales.

La Nación ha desarrollado su actividad periodística durante 130 años sin interrupciones significativas. Su perfil de diario metropolitano le otorgó influencia

nacional y desde su génesis fue de referencia en la vida social y política del país¹¹.

Proponemos, entonces, abordar el estudio de un medio de Argentina a través de su construcción comunicativa en el género editorial en un lapso acotado, desde tres etapas de aproximación:

- Reconocer que los discursos editoriales se originan en un tiempo y espacio determinados que requieren un estudio de caracterización para delimitar los factores sociales, económicos y políticos que más influyeron en sus textos.

- Examinar los elementos apropiados que disponemos, desde una perspectiva teórica para el análisis de las unidades de texto seleccionadas en el espacio temporal comunicativo a estudiar.

- Realizar un análisis de la producción de significados sobre el corpus a fin de establecer problemas y temas y la relación existente entre el discurso editorial y la sociedad en un periodo transicional de la democracia, antesala del poder de facto¹².

3. Objeto de estudio

Este planteo justifica que, en una primera etapa, este análisis dirija el interés a las dimensiones del proceso político, institucional y comunicativo, acotando nuestro estudio al análisis de la construcción simbólica de significados en los artículos editoriales.

Héctor Borrat considera que la selección de voces (lenguaje homogéneo/información y lenguaje diversificado/opinión) permite al periódico determinar cuándo, cómo, y qué escenarios son los más apropiados para actuar. El autor enumera al menos cinco funciones de selección del periódico consideradas primordiales: interpretar y conectar, diseminar la información, proyectar el futuro y el pasado, implantar la agenda pública y estimular la acción.

Los textos producidos, los soportes lingüísticos y paralingüísticos son por donde circula el discurso de los medios escritos. Estos lenguajes se interrelacionan en dos formas: narrar y comentar. Para Borrat el dis-

⁹Arendt, Hannah: *Los orígenes del totalitarismo*. Tomo 3: Totalitarismo. Alianza Editorial, Barcelona, 1981/1999.

¹⁰*La Nación* es un diario editado en Buenos Aires. Fue fundado por Bartolomé Mitre el 4 de enero de 1870. Es, en la actualidad, uno de los diarios decanos de la prensa argentina.

¹¹Sidicaro, R. op.cit. págs. 9-20.

¹²Dijk, Teun van: *La ciencia del texto. Un enfoque interdisciplinario*. Paidós, Barcelona, 1983. Dijk, Teun van: *Racismo y análisis crítico de los medios*. Paidós, Barcelona, 1997.

curso público de un periódico es un discurso polifónico, constituido por varias voces múltiples y destaca, entre esos lenguajes al editorial o de opinión, como "altamente diversificados" contrario al de información que lo juzga como homogéneo¹³.

Se trata, entonces, de estudiar un periodo crítico de la historia de un país y efectuar una exploración sobre la intervención de un medio escrito sobre ese lapso desde su producción textual en el género editorial; adentrarnos en el pensamiento político de una organización empresarial periodística.

Los editoriales de *La Nación* constituyen el corpus sobre el cual se puede trabajar y permiten una base textual para concretar el análisis de mediación política del medio en cuestión¹⁴.

La estructura discursiva del género editorial se distingue de otros géneros de periodismo escrito, fundamentalmente en el lenguaje político y las dos acciones, interrelacionadas, informar y comentar pueden extrapolarse a cualquier otro tipo de discurso periodístico.

El editorial deriva de las representaciones sociales del medio y no de experiencias personales u opiniones de un editor. Este juicio se sustenta en la idea de que cualquier opinión específica basada en un modelo deriva en una función como la comentada¹⁵.

El editorial es una particular manera de reflexionar por escrito y tiene un efecto colectivo a partir que deja presente la posición oficial del medio cuando participa en discusiones o meditaciones sobre temas de candente actualidad. Al mismo tiempo es portador de referencias teóricas generales que inscriben al texto en concepciones globales sobre la vida social, política y económica.

El género editorial, en palabras de Meg Greenfield editorialista del *The Washington Post* sugiere, persuade y está tentado de dar órdenes¹⁶. En tanto Gomis lo considera como el instrumento de influencia máxima que dispone el medio y le adjudica el rol de "mediador político". Teum A. van Dijk le otorga influencia sobre las elites más que sobre el gran público y

Martín Vivaldi lo define como un artículo periodístico que explica, valora e interpreta un hecho noticioso con especial trascendencia o relevante importancia, según una convicción de orden superior o representativa de la postura ideológica del periódico.

Es entonces, este particular género de opinión, una forma institucional de comunicar los pensamientos del medio. Presenta una definición temporal acerca de la actitud doctrinal (ideológica y moral) que será persistente. La constante del criterio (editorial) será como reflexiona Núñez Ladevéze su seña de identidad y de identificación con los destinatarios de la información¹⁷.

La Nación otorgó importancia superlativa al artículo editorial. Surgido el medio como una forma de mirar los hechos más allá de los sectores o posiciones irreconciliables, dogmáticas o partidarias, encuentra un canal que reafirma esa vocación. El director del diario Luis Mitre apoya esta percepción del género cuando, a mediados del siglo XX, reafirma los principios fundacionales con la siguiente formulación teórica. "...Preservar (el medio) la doctrina, es decir la defensa de las instituciones en sus más variadas manifestaciones es objeto de continuo desvelo. Si no fuese así no cumpliría sus obligaciones para con el pueblo.

El vínculo que promueve el editorial con los lectores quedó establecido por el diario. La posición frente al conflicto que concluirá en una etapa totalitaria será, eventualmente, objeto de nuestra investigación.

4. Algunos Objetivos

-Estudiar los factores contextuales de carácter económicos, sociales y políticos nacionales y mundiales que facilitan el conflicto y la acción conspirativa castrense que concluye con el derrocamiento del gobierno constitucional elegido en 1973.

-Reconocer el medio objeto de estudio. Explorar su estructura empresarial y comunicativa y la utilización del género periodístico utilizado en la construcción comunicativa que constituye nuestro interés de investigación.

¹³Borrat, Héctor: *El periódico, actor político*. Gustavo Gili, Barcelona, 1989.

¹⁴Gomis, Lorenzo: *El medio media. La función política de la prensa*. Editorial Mitre. Barcelona, 1987, pág. 39.

¹⁵Dijk, Teum A. van: *Racismo y...* (op.cit.) págs. 276-7.

¹⁶VV.AA.: *La Página Editorial*. The Washington Post. México. Ediciones Gernika, 1978.

¹⁷Núñez Ladevéze, Lluís: *Introducción al periodismo escrito*. Ariel Comunicación. Barcelona, 1995, pág. 100.

-Aproximarnos desde vertientes complementarias: La retórica, la retórica periodística, los actos del habla y la teoría de la enunciación y fundamentos del análisis del discurso a fin de definir los fundamentos teóricos y prácticos que faciliten el soporte necesario para el Análisis del Discurso sobre los editoriales o Unidades de Texto Seleccionadas. (UTS)

-Efectuar el Análisis del Discurso (AD) al corpus de nuestra investigación. Las Unidades de Texto Seleccionadas (UTS) serán los textos sobre los cuales se definió, en un espacio temporal previo al golpe de Estado, la posición del medio. La representación de la relación conflicto/producción de contenidos simbólicos bajo la encodificación periodística de artículo editorial.

-Obtener conclusiones sobre el valor de la investigación del discurso editorial, como posición oficial del medio, en un periodo de conflicto interno de un país, previo a la irrupción del poder militar de facto con la consecuente instalación de una dictadura.

5. Preguntas de investigación

El conflicto y el discurso

¿Cuáles fueron los principales factores que provocaron el golpe de Estado del 24 de marzo de 1976 en la Argentina?

¿Las condiciones objetivas imperantes en la sociedad argentina favorecieron el desarrollo de proyectos conspirativos para la toma del poder?

¿El contexto internacional era favorable para movimientos dirigidos a alterar la vida democrática en naciones de América Latina?

¿Una investigación sobre la prensa, a través de la estructura discursiva de género editorial, se constituye en un procedimiento válido desde la ciencia para aproximarnos a revisar el pasado comunicativo de un medio en un lapso determinado?

¿Tienen, las unidades de texto seleccionadas, en nuestro caso editoriales, entidad suficiente para sostener el propósito de investigación?

¿El análisis crítico del discurso (ACD) con aportaciones de otras herramientas como la retórica, la Periodística, es el método más adecuado para obtener conclusiones sobre la posición del medio, frente al conflicto desde su discurso editorial?

El medio, ¿qué contribución efectuó para sostener el sistema democrático desde su página editorial?

¿Que opinión editorial expresó *La Nación* frente a la conducta castrense, antes y luego del golpe de Estado?

Tratándose de un tema sobre Historia, Poder y Comunicación, pero de alguna manera reciente ¿Cómo resolver la mirada sobre los hechos con criterio historicista que nos permita invalidar la subjetividad en el transcurso de la investigación?

¿Qué valor pedagógico representa una investigación que trata de saber la posición oficial de un medio escrito antes de un golpe militar y la posterior instalación de una dictadura?

6. Aproximación Metodológica

La caracterización del problema del conocimiento y la explicitación del objeto de estudio demandan un tratamiento transdisciplinario en el sentido de complementariedad.

El objeto, en particular, recibe el aporte de disciplinas que convergen en su construcción que plantea tres campos de exploración: el histórico-comunicacional, el hemerográfico y el relacionado con el análisis del discurso.

Dentro de cada una de estas vertientes confluye la complementariedad disciplinar para encontrar respuestas al tema planteado.

La primera parte de nuestra indagación bibliográfica y documental puede ser orientada a responder interrogantes emergentes de la urdimbre del objeto. ¿Cuál es el abordaje más correcto para investigar hechos histórico comunicacionales?

¿Cómo debe ser esa necesaria perspectiva de estudio de esos hechos que, por su magnitud, aún resuenan en la sociedad que los contuvo?

Se impone, en consecuencia, una revisión crítica de las principales líneas relacionadas con este primer tramo que abordaron la compleja relación de las fuerzas internas y externas que rodearon el asalto militar al poder constitucional.

Una segunda parte de nuestra revisión se dirigirá a retomar los estudios hemerográficos de la escuela francesa, actualizada, adecuada y adaptada por profesores y catedráticos de Catalunya y del Estado español. Comparar estudios hemerográficos pretéritos y más cercanos. Reconocer la vigencia pedagógica de aquellos y la amplitud de los últimos.

Otro segmento o parte de nuestra acción metodológica incluirá el interrogante sobre cómo haremos el análisis del discurso previsto en conexión con las dos primeras. ¿Qué instrumentos serán los más adecuados para conocer la mirada del medio en unas precisas y finales circunstancias previas al fin de un ciclo político?

La relación discurso/poder es la primera consideración efectuada para iniciar una respuesta a la pregunta anterior. Nuestro corpus estará integrado por artículos editoriales. Los editoriales, como género de opinión por excelencia, sustentan su discurso en la argumentación. Desde la retórica aristotélica, la Periodística como heredera de ella, la nueva retórica con los tratados de argumentación fue los pasos teóricos liminares. La teoría del habla y actos de enunciación para tomar del análisis del discurso los instrumentos conceptuales para obtener conclusiones que nos aproximen al objeto de estudio.

El análisis del discurso con ese camino permite recorrer desde la Retórica hasta los recientes análisis crítico de los medios del profesor holandés van Dijk. No excluyen la revisión específica, dentro de la Teoría General del Periodismo, del tema géneros de opinión y con profundidad el artículo editorial; desde su construcción lingüística hasta su nivel de influencia en determinados sectores del cuerpo social.

El periódico como producto comunicativo y representativo de distintas voces o como mediador ante el

conflicto debe ser, también, objeto de revisión y crítica conceptual.

Las reflexiones en las (tres) al menos vertientes principales facilitarán construir un marco de referencia general y desarrollar un marco teórico de análisis de las unidades de texto seleccionadas en el corpus, esto es los editoriales publicados en el lapso seleccionado de pertinencia investigativa: la aplicación del análisis del discurso a partir de las superestructuras y macroestructuras, agrupamientos temáticos, género y conclusiones¹⁸.

Sin dejar de reconocer experiencias positivas de análisis de contenido sugerimos sumar en este aspecto metodológico una normativa que incluya pasos para el análisis de los textos. Articular conocimientos sobre otros textos no periodísticos, agrega segmentos estableciendo subcategorías (normativas) que surgen de marco teórico.

Como conclusión proponemos establecer relaciones sobre medios, mensajes y los contextos donde se produjeron que nos conduzcan a la posibilidad de entender los fenómenos comunicativos desde una perspectiva científica. Esto es con los soportes de certeza que prodiga el trabajo de investigar.

Bibliografía

- Arendt, Hannah: *Los orígenes del totalitarismo*. Tomo 3: Totalitarismo. Alianza Editorial, Barcelona, 1981/1999.
- Borrat, Héctor: *El periódico, actor político*. Gustavo Gili, Barcelona, 1989.
- Dijk, Teun van: *La ciencia del texto. Un enfoque interdisciplinario*. Barcelona, 1983. *Racismo y análisis crítico de los medios*. Barcelona, Paidós, 1997.
- Gomis, Lorenzo: *El medio media. La función política de la prensa*. Editorial Mitre, Barcelona, 1987, pág. 39.
- Halperín Donghi, Tulio: *La larga agonía de la Argentina peronista*. Ariel. Compañía Editora Espasa Calpe, Buenos Aires, 1994, pág. 93
- Huntington, Samuel P.: *La tercera ola. Democratización de finales del siglo XX*. Paidós, Barcelona, 1994.
- Lambert, Jacques y Gandolfi, Alain: *Le système politique de l'Amérique latine*. Press Universitaires de France, París, 1987, págs.537-41.

¹⁸El "lapso seleccionado" será, en definitiva, un recorte del período histórico político que enmarca la investigación.

- Núñez Ladevéze, Lluís: *Introducción al periodismo escrito*. Ariel Comunicación, Barcelona, 1995, pág. 100.
- Page, Joseph: *Perón. Una biografía*. (2 tomos). Javier Vergara Editor, Barcelona, 1985.
- Pierce, Robert N.: *Libertad de expresión en América Latina*. Editorial Mitre, Barcelona, págs. 21-42.
- Rodrigo, Miguel: *Los medios de comunicación ante el terrorismo*. Editorial Icaria, Barcelona, 1991.
- Sídico, Ricardo: *La política mirada desde arriba. Las ideas del diario La Nación 1909-1989*. Editorial Sudamericana. Serie Historia y Cultura, Buenos Aires, 1993.
- V.V.AA. *La Página Editorial*. The Washington Post. Ediciones Gernika, México, 1978.

Terrorismo y Medios de Comunicación: un debate contemporáneo

Introducción

La identificación del terrorismo como un auténtico problema contemporáneo, no es arbitraria. Sin duda, este fenómeno es uno de los temas centrales de nuestro tiempo y constituye un desafío, desde lo intelectual y lo práctico, a las capacidades concretas de los individuos y del sistema mundial.

Representa un problema en el más estricto sentido del término, pues actualmente, en lo que se ha denominado la post-Guerra Fría, las preguntas exceden a las respuestas y muchas de las pautas con las que se lo analizara hasta 1989, han perdido su significado, o al menos ya no son útiles para explicarlo. Ciertamente el bipolarismo ha finalizado, pero el terrorismo persiste y parece necesario encontrar nuevas vías -desde la teoría y la praxis- para hacer frente a sus desafíos.

El terrorismo es un problema internacional que se ha diversificado asumiendo múltiples formas e invadiendo a muchos Estados y sociedades actuales. En efecto, la creciente internacionalización política y social, los avances tecnológicos y el rebrote de conflictos nacionalistas y separatistas, constituyen estímulos importantes para que su despliegue se haga cada vez más inquietante. Su prevención y los medios para enfrentarlo figuran entre las prioridades de las agendas políticas de los Estados y de las cumbres

internacionales y su estudio ha superado los ámbitos políticos y militares para instalarse en universidades, centros de investigación, e incluso en tema de debate para los medios masivos de comunicación y la opinión pública.

Este trabajo pretende examinar -de manera sintética pero crítica- los vínculos existentes entre el terrorismo y los medios de comunicación, a fin de suscitar la reflexión y el debate sobre los roles y las competencias de los canales de información ante la opinión pública. Argentina no vive aislada del mundo, y si bien esta problemática no nos afecta directamente, tampoco no es ajena. Forma parte de nuestro compromiso intelectual y académico, involucrarnos en estos temas por lejanos que puedan parecernos.

Es importante entender que el terrorismo no es sinónimo de irracionalidad o psicopatía; por repugnantes que nos resulten sus actos, no hay gratuidad en su sistema operativo. El terrorismo no es ni accidente ni locura, sino un medio deliberado para llegar a un fin; tiene sus objetivos y por lo tanto no es fortuito. Es ejecutado como una estrategia deliberada, en un determinado marco de situación.

Estas afirmaciones exigen profundizar nuestro conocimiento sobre los actos y los protagonistas del terrorismo. Internarse en la práctica del fenómeno, analizar cómo, por qué y para qué operan sus actores, constituye una necesidad esencial en un momento

Patricia Kreibohm

histórico particular, en el cual este problema ha cobrado una dimensión verdaderamente inquietante. El debate sobre el terrorismo se ha centrado, en las últimas décadas, en la discusión de su naturaleza como estrategia y como táctica, en la consideración de su lógica y dinámica operativas, y en el valor asignado a los corpus ideológicos, los estímulos y los objetivos que lo impulsan. A fin de examinar adecuadamente estas cuestiones, y en virtud de la temática específica de este congreso, la hipótesis central de este trabajo sostiene que: El terrorismo no es sólo violencia o amenaza de violencia; es también; propaganda armada; dirigida contra una; audiencia-blanco, y está motivada por razones políticas.

Efectivamente, la profusa y adecuada difusión de sus actos es un componente vital de la estrategia terrorista; lo cual hace que los medios de comunicación, se conviertan en un instrumento especialmente valorado por los terroristas para alcanzar sus metas.

I. El terrorismo como violencia simbólica

Efectivamente, la estrategia terrorista es violencia simbólica; violencia simbólica que funciona como una estrategia indirecta sobre dos planos operativos. El plano político, que traza las líneas fundamentales de acción para mantener su coherencia intrínseca, y el plano psicológico -mucho más complejo- que se dirige simultáneamente a los militantes y a la población amiga y enemiga. En otras palabras, se trata de una estrategia cuyos únicos éxitos reales son de orden psicológico y en la cual, las acciones materiales sólo tienen interés para levantar la moral o el prestigio de sus actores y para, simultáneamente, desmoronar los de sus adversarios.

El terrorismo va dirigido contra la gente que mira, no contra las víctimas; su función es claramente comunicativa. El terrorismo es teatro.

En este teatro, la manipulación de los medios de comunicación, es relevante. Ya en 1969 Carlos Marighella describió esta estrategia de manipulación

de los medios como una técnica agresiva de guerra psicológica que intenta poner al gobierno en una posición en la cual siempre tenga que defenderse. En su obra *Manual del guerrillero urbano* sostiene que esta estrategia manipulativa se divide en tres fases. En la primera, los objetivos tácticos incluyen ataques en pequeña escala a fin de presentar al grupo y a su causa ante el público. En la segunda, el objetivo es hacer que los medios de comunicación proyecten a la sociedad los reclamos ideológicos de la organización, a fin de obtener apoyo extenso. La tercera fase, intenta lograr la adhesión completa del pueblo para arribar a la meta final.

A través del tiempo, los terroristas han ganado experiencia táctica, han mejorado sus armas y han aprendido - cada vez más - a usar los medios de comunicación.

Queda claro que el terrorismo es sólo comprensible desde esta dimensión psicológica, como violencia simbólica y que los actos terroristas devienen, a la luz de estos planteamientos, gestos y mensajes. Los terroristas necesitan difundir sus acciones para crear una profunda inseguridad en la población; para ello planean sus actuaciones, en el sentido más teatral del término, cuidando exquisitamente los ritmos temporales y la puesta en escena.

II. Terrorismo y Medios de Comunicación

Existe una amplia coincidencia entre los especialistas con respecto al análisis y al tratamiento de esta conflictiva relación entre el terrorismo y los medios de comunicación, y son muchos los temas que se involucran en su debate. A fin de exponerlos problemáticamente, intentaremos abordarlos en orden a su significación.

En primer término, existe una hipótesis según la cual, terrorismo y medios de comunicación comparten una verdadera relación simbiótica, que descansa sobre la idea del interés recíproco. Según ésta, los terroristas dan a los medios de comunicación el espec-

táculo que ellos necesitan para satisfacer su audiencia, y los medios les proporcionan, a su vez, la publicidad y difusión de sus actos, demandas y objetivos; convierten a sus actores en personajes públicos y contribuyen a difundir los temas que les interesa.

Esta dinámica configuraría, una suerte de demanda de consumo de violencia a distancia por parte de los espectadores y una poderosa satisfacción para sus actores. Indudablemente, los medios de comunicación son un factor consustancial para los terroristas, quienes son plenamente conscientes de ello, conocen perfectamente sus efectos y diseñan sus actuaciones a partir de elaboradas estrategias informativas. Para el estudio de este tema, por ejemplo, son valiosas las contribuciones de Kayne Layne Oats, quien sugiere que el terrorismo puede ser objeto de aprendizaje o de imitación.

Efectivamente, y a través de la difusión de noticias, otros terroristas aprenden e imitan acciones que ven por televisión. Los medios deben darles entonces, la menor cantidad de oportunidades para llevar a cabo estos aprendizajes y limitar, todo lo posible, los excesos de información y las referencias que puedan beneficiarlos. La televisión, sobre todo, produce sensaciones engañosas de inmediatez, neutralidad y, en definitiva, de veracidad que pueden convertirla en una arma potencialmente peligrosa. Estos análisis han originado diversas líneas de investigación y fuertes debates sobre las funciones de los medios y sus capacidades para informar, sobre el terrorismo, de manera adecuada.

En definitiva, y para la mayoría de los autores, el acto terrorista por sí solo no es prácticamente nada; la publicidad lo es todo, y el verdadero riesgo que corren los terroristas es la indiferencia, el desinterés, la falta de publicidad y la pérdida de su imagen de luchadores por la libertad o de salvadores de una clase o una sociedad íntegra. Para evitarlo, intentan generalizar la angustia y el terror, atacando objetivos de alto valor simbólico. Así pretenden demostrar, simultáneamente, su propia fuerza y la debilidad de

las autoridades y del sistema. Incluso algunos autores norteamericanos, han llegado a afirmar que el terrorista es una creación de los medios de comunicación. Esta postura parece realmente exagerada y creemos que no responde a la realidad pero, es cierto que, muchas veces, la imagen de los activistas ha sido magnificada o incluso dulcificada por algunos medios que han caído, voluntariamente o no, en la trampa de su propaganda. Y es que, desde cierto punto de vista, propaganda y terrorismo son idénticos; ambos buscan influir en una audiencia masiva a fin de beneficiar a sus patrocinadores. Como ya lo proclamaban los anarquistas del siglo XIX, el terrorismo es: propaganda por la acción.

Uno de los temas más fuertes de este debate se centra en la acusación que han recibido los medios de generar todos, o algunos de los siguientes efectos:

1) Proporcionar una plataforma desde la cual se expresan ideas extremistas que provocan violencia y socavan la autoridad del Estado.

2) Publicitar actos terroristas espectaculares, lo cual produce un efecto contagioso que aumenta la probabilidad de que otros grupos emulen la violencia que se difunde.

3) Entorpecer las operaciones policiales proporcionando información de un incidente en curso y poner en peligro la vida de rehenes y fuerzas del orden.

4) Presionar a las autoridades de manera inapropiada, lo cual limita su capacidad para tomar decisiones.

5) Otorgar espacios de poder a los terroristas a través de la cobertura informativa y reforzar su autovaloración, contribuyendo a prolongar el incidente o a aumentar la gravedad de sus consecuencias.

6) Favorecer el sensacionalismo y convertir a la violencia terrorista en una forma de entretenimiento, más que en la obligación pública de informar.

7) Involucrar al periodismo como protagonista directo del acto terrorista mediante un sistema peligroso de recolección de noticias, limitando la facultad de los medios de comunicación para informar

con objetividad. La respuesta a estas acusaciones, se ha focalizado en la destacada función que los medios cumplen en un sistema democrático: informar adecuadamente al público. Pero también es cierto que, en la práctica, no es menos importante para ellos entretener, asombrar, divertir o influir de cualquier otro modo en las emociones de la audiencia.

Al respecto, Wardlaw plantea un dilema interesante: de todos los fundamentos de una sociedad democrática libre, uno de los más importantes -la libertad de conocer y de estar informado- ha hecho posible que los fanáticos puedan moldear el conocimiento y la información, a través de los ojos de los medios. Sin embargo, no se puede cerrar esos ojos sin erosionar un derecho esencial; y no hacerlo, puede conducir a matanzas futuras y a la comisión de mayor cantidad de actos terroristas.

En casi todos los países que han experimentado actos importantes de terrorismo, ha sido la policía la que critica con más fuerza la participación mediática, y ello por dos razones fundamentales. La primera, porque la información de la violencia terrorista es, a veces, excesiva, sensacionalista y desequilibrada, lo cual puede crear un efecto contagioso. La segunda acusación sostiene que ciertas prácticas de acopio de noticias obstaculizan la efectividad de las acciones contra-terroristas, sobre todo cuando existen rehenes. Incluso en algunas ocasiones los medios han facilitado -involuntariamente- datos importantes a los terroristas, difundiendo información directa sobre los movimientos de la policía, posibles respuestas tácticas, etc. Efectivamente, las modernas técnicas de acopio de información también plantean problemas por otras razones: el frecuente uso de instrumentos portátiles de iluminación puede crear peligros, y lo mismo sucede con el uso de cámaras ligeras, grabadores y correctores de base de tiempo; elementos con los que se pueden hacer transmisiones en directo desde cualquier parte y que pueden producir situaciones de alarma -pública o de los propios grupos terroristas- o reacciones peligrosas o indeseables.

Por todo lo dicho, la información de noticias sobre acciones terroristas, constituye un verdadero problema para los medios. Actualmente, el terrorismo es un dossier muy delicado en las redacciones, que incluye decisiones, compromisos y posiciones difíciles para quienes tienen que informar sobre él. Además, y contrariamente a lo que se piensa, el terrorismo no hace vender mucho, o en todo caso vende menos que el sexo, o el dinero. Plantea serios problemas a los medios -que no siempre pueden ayudar al público a entender lo que sucede- y concentra las críticas sobre la tarea informativa. Sin embargo es arbitrario hacer de la prensa su chivo expiatorio e imputarle o transferirle la responsabilidad de las acciones del terrorismo.

En este sentido, las relaciones entre el gobierno y la prensa nunca se han resuelto satisfactoriamente debido a que el terrorismo provoca una aparente colisión entre dos principios democráticos fundamentales: la libertad de expresión y la seguridad del Estado.

Muchos hombres de prensa creen que la libertad de informar es un valor absoluto que debe prevalecer siempre y aún cuando se enfrente con otros valores como la intimidad, el respeto a la ley o la seguridad individual. Argumentan que no es su responsabilidad evitar la violencia y que su función se reduce a proporcionar información y garantizar el derecho del público a conocer y decidir libremente sobre los acontecimientos. Así para el presidente de la CBS News, Richard Salant.

Los Mass Media no están para dar ideas; nosotros nos limitamos a presentar hechos reales - ya sean políticos, económicos o terroristas- para que la gente saque sus propias conclusiones y no es de nuestra competencia cubrir solamente las erupciones volcánicas y los desastres naturales. No tengo la intención de dárme las de sabio y decir qué ideas son buenas o cuales malas.

Por otro lado, están quienes opinan que la ética periodística incluye el respeto de otros valores y conductas civiles que muchas veces pueden exigir -no la

omisión o la tergiversación de la noticia sino- la preservación de algunos aspectos informativos o la limitación del suministro de datos específicos y elementos determinados.

Actualmente, el centro de la polémica se sitúa en torno a la postura de neutralidad del periodismo el cual, como uno de los instrumentos más fuertes del sistema democrático de derecho, también debe condenar a los violentos que atentan contra la población. A pesar de que no se han logrado soluciones permanentes, sí se han conseguido esporádicos acuerdos, que suelen coincidir con periodos en los que recrudece el fenómeno. En definitiva, todo lo que gira en torno a la información y al terrorismo representa inevitablemente un problema ético, que se mantiene irresuelto.

Como sostiene Juan Jáudenes Jordano, el terrorismo es, esencialmente, un arma psicológica y un gran generador de efectos: destruye valores comunitarios, inhibe responsabilidades ciudadanas, fomenta las valoraciones utilitarias de la violencia, enconcha relaciones políticas, dificulta la actividad económica, contagia respuestas de violencia y genera descreimiento del sistema de seguridad y de la efectividad del sistema jurídico. Tal vez la difícil situación del País Vasco o de Irlanda del Norte en la actualidad, sean claros ejemplos de lo dicho.

III. Sugerencias y recomendaciones para el tratamiento de este tema

A fin de poder regular de algún modo esta compleja y peligrosa situación, muchos Estados han establecido sistemas legales que incluyen distintos procedimientos para limitar la información de actos terroristas. Estas propuestas incluyen orientaciones y sugerencias operativas, e incluso la promulgación de estrictas legislaciones específicas. Un ejemplo de lo dicho sería el informe del grupo de trabajo sobre Desórdenes y Terrorismo dependiente del Congreso de los EEUU, que publicó las Recomendaciones de

intrusión mínima y tratamiento completo e inadvertido. He aquí algunas de sus sugerencias.

1) Usar una agrupación de periodistas para informar de la situación en representación de todas las agencias de noticias. No deberá darse a los actos terroristas más importancia de la que realmente tienen y la información debe basarse en hechos reales.

2) Restringir el uso de la iluminación, cámaras y otras tecnologías especiales.

3) Limitar las entrevistas directas con quienes retienen rehenes. Será necesario también evitar la utilización del discurso y el lenguaje de los terroristas.

4) Evitar revelar informaciones tácticas que perjudiquen las operaciones policiales.

5) Diferir la información de detalles que pudieran empeorar la situación. Las autoridades deberán ser siempre consultadas antes de implementar cualquier acción que interfiera con las labores policiales.

6) En ningún caso se contribuirá a hacer efectiva su propaganda; las informaciones sobre las fuerzas de seguridad deberán ser cautas, exactas y evitarán, en todos los casos, el sensacionalismo. Es necesario que los medios confíen en los portavoces de las autoridades.

7) Equilibrar y contrastar la difusión de propaganda que hacen los terroristas, con las fuentes oficiales. En suma, la información que proporcionan los medios de comunicación social, debe ajustarse a tres elementos clásicos: el contenido, las fuentes y la forma expresiva, pues el terrorismo también está sujeto a un proceso de semantización que abarca una compleja trama de operaciones meta-comunicacionales las cuales, en las distintas fases del proceso informativo, participan de la transformación de los hechos, en noticias. Los medios de las sociedades democráticas, no pueden ser neutrales ante el terrorismo. Por su parte, los periodistas deben estudiar y conocer el fenómeno a fin de tratarlo de la mejor manera posible. El periodismo sobre el terrorismo debe ser un periodismo de precisión.

Como sostiene Richard Clutterbuck, la televisión ha hecho que el antiguo proverbio chino: matas a uno y aterrorizas a mil, pueda modificarse como: matas a uno y aterrorizas a diez millones.

Algunas conclusiones sobre este tema

El tratamiento que los medios hacen del terrorismo apunta, no sólo a una cuestión legal, sino sobre todo a un problema moral. Si los periodistas colaboran con los terroristas -sabiéndolo o no- mayores serán los riesgos y temores de la comunidad y más frecuentes las imposiciones legales de las autoridades para limitar estas actuaciones. El periodismo debe crear una nueva postura ética que regule su participación en los sucesos sin bloquear su deber de informar. Pues, ...en muchos casos son nuestras propias reacciones frente al terrorismo lo que puede constituir el peligro principal, y no sólo el terrorismo en sí.

Una aproximación al análisis del origen y evolución de las primeras radios rosarinas

El origen de este trabajo de investigación de la historia de las radios rosarinas se enmarca en un proyecto más amplio en el cual se trabaja sobre la génesis y la evolución de los primeros años de los medios de comunicación en la ciudad de Rosario. En ese marco se está indagando la historia de los medios gráficos, cinematográficos, televisivos y radiales de nuestra ciudad.

Para ello se conformaron subgrupos integrados por los docentes a cargo de cada una de esas materias en la Escuela de Comunicación Social de la Facultad de Ciencia Política de la UNR.

En nuestro caso particular comenzamos a investigar los orígenes de la radiofonía encontrándonos con que no hay registros escritos de la programación ni archivos grabados de los primeros años de emisión de aquellas *broadcasting* que, en su mayoría -a pesar de algunos cambios- son las que siguen hoy funcionando en Rosario.

Esto nos significó tener que salir a buscar fuentes orales y archivos gráficos para comenzar a reconstruir los primeros años de la radiodifusión rosarina que data de la década del 20, intentando llegar en un primer corte hasta los años '40.

Para ello comenzamos con sistematizar la bibliografía que, si bien se encontró una importante cantidad, estaba totalmente dispersa. En igual sentido, rastrillamos diarios y publicaciones de la época para

comenzar a reconstruir el impacto de la radio de aquellos años en los medios gráficos.

Por otro lado, recurrimos a la historia oral entrevistando a distintos actores de la radio que fueron protagonistas de la época de oro y que pueden dar cuenta de años anteriores por haber sido asiduos escuchas del medio y receptores de otros relatos orales de parte de quienes sí fueron los pioneros de la radiodifusión en Rosario.

Esto nos permitió en la primera etapa de la investigación construir un corpus básico que nos permitió ajustar versiones contrapuestas, corregir ciertas confusiones y algunos datos no siempre fidedignos, pudiendo establecer con ello un conjunto de informaciones fehacientes.

En este corpus de información primaria y básica que resultó del relevamiento hemerográfico, las programaciones resultaron particularmente valiosas. En efecto, la publicación de la programación completa de las radios permitió, en ausencia de grabaciones de la época, recuperar no solo a los actores intervinientes (locutores, presentadores, propietarios, técnicos), sino también el perfil de la programación, la administración de los bloques horarios, las temáticas más frecuentes o las que parecen haber sido consideradas como las más relevantes y la vinculación de la radio con la sociedad local.

Fabián Bicciré - Hugo Marengo -
Carlos Colombo - María Inés
Suidini

Las primeras emisoras de onda larga en Rosario comenzaron a transmitir al comienzo de los años 20. Aquellas primeras experiencias tuvieron mucho de experimentación, muy diferente a lo que hoy se conoce como una emisión de radio. La aparición de lo que luego sería considerado el más importante medio de comunicación, había generado grandes expectativas en todo el país, y Rosario fue una de las pioneras en las emisiones radiofónicas de la Argentina.

La primera emisora data de 1923 y es LT3 Radio Cerealista. La misma surge a partir de la necesidad de un sector de acopiadores de granos, que habían conformado la denominada "Sociedad Rural de Cerealistas", de informar a sus asociados de las cotizaciones de los cereales.

Si bien la emisora realiza sus primeras transmisiones en 1923, la licencia para operar legalmente tiene como punto de partida el 24 de marzo de 1924. Al comienzo las transmisiones se centraban en boletines diarios sobre información de los mercados cerealistas. Al poco tiempo se fueron agregando programas musicales y de tipo cultural.

Posteriormente surge LT8 (Radio Rosario), y sus inicios se atribuyen a la vieja Radio Colón, que fuera instalada por los señores Juan Colón y Alberto Millelot, en los fondos de la casa ubicada en calle Salta 2133 donde funcionaba una bicicletería. La fecha de fundación de LT8 Radio Rosario fue el 16 de julio de 1927.

Indistintamente transmitía con la característica de F5, bajo los nombres de Colón o Millelot, ya que en esos primeros años la costumbre era denominar a las emisoras por el apellido de sus dueños.

Al igual que las otras radios, sus horarios de emisión eran acotados a algunas horas por la mañana y otras por la tarde. Luego, a fines de los años 20, comienza a consolidarse en la audiencia con transmisiones que se producen regularmente.

En los primeros tiempos de LT8 el eje central de su contenido era la música, principalmente la clásica y

el tango, y paulatinamente se van incorporando las noticias a través de los boletines.

LT1, fue la tercer *broadcasting* en aparecer en el éter rosarino. Nace un 8 de julio, pese a que la fecha oficial de inauguración será el día 9 de julio de 1932. Tenía una programación bien diagramada.

LT1, entonces llamada Radio del Litoral, o radio de los Maliandi, surge del poder de don Fernando Maliandi, que a su vez había tenido una casa de música donde vendía pianos y artículos afines.

La radio tenía predominantemente un contenido musical clásico. No era una radio popular, el perfil característico de la emisora era estar en la búsqueda de nuevas estéticas para elevar la calidad de su programación. Se caracterizaba por darle gran relevancia a la voz de los locutores, que debían ser bien cuidadas en cuanto a la expresión y a los términos utilizados.

"Pero hubo un tiempo, cuando yo entro a esa emisora a trabajar a fines del '40 que, por cosas extrañas que yo nunca pude entender bien, a don Fernando Maliandi no le gustaba que dentro de la programación se pasaran tangos.

Venía todo el tango que usted quería por Radio Belgrano. Actuaban las orquestas de Biaggi. Enrique Rodríguez-, Miguel Caló... Acá no, había orquestas pero no podían tocar tangos"¹.

LT2 se inaugura el 24 de mayo de 1942, con sede central en calle Santa Fe 1388, y con planta transmisora al sur del barrio de Fisherton.

Junto con la emisora, nace en la esquina de Santa Fe y Corrientes el café "Imperial", inaugurado el 19 de marzo de 1943, que se convierte rápidamente en sede de reuniones de elencos radioteatrales, artistas de *varieté*, músicos y público en general. La radio le daba a este café un movimiento continuo: los números vivos entraban y salían permanentemente para cumplir con las programaciones a las que estaban sujetos.

El director general de LT2 a la fecha de su inauguración era Serafín de Paoli, y el director artístico era

Notas

¹Palabras de Juan Carlos Paleo citado en Zinni, Héctor: *Rosario era un espectáculo*. Homo Sapiens Ediciones, Rosario, 1995, pág. 147.

Antonio Arias Sanz. Luego lo sucedería Mario Ottalagano Correa, locutor de la vieja LT3.

Los estudios de la radio fueron montados por los técnicos de Radio Splendid, de Buenos Aires, propiedad de Benjamín Gache y Antonio Devoto, considerados auténticos pioneros dentro de la historia de la radio.

La programación comienza a hacerse de acuerdo a los horarios que quedaban libres. Programas como "Péguele en la cabeza al Negro" y "La matiné Splendid" tuvieron mucho éxito en el público. Kurt Palen, un señor de la música, forma en Rosario un coro y una orquesta infantil que comienzan a realizar sus actuaciones en LT2.

Perfil socioprofesional

En las primeras décadas predominaba el perfil de aficionados dentro de los trabajadores de las emisoras. En reiteradas oportunidades, ante la ausencia circunstancial del técnico operador, el personal de limpieza solía realizar tareas de operador y en estas circunstancias iba aprendiendo el oficio.

El ingreso al trabajo en la radio solía ser circunstancial, por contactos y relaciones de amistad. Muchos cantantes y actores terminaron trabajando como locutores. Los mismos operadores eran aficionados que adquirían con la práctica el conocimiento técnico necesario para manejar las consolas.

Esto se testimonia en lo que nos cuenta Hugo Moyano Vargas:

"Comencé por un contacto. Un contacto precisamente de un estudiante. Un muchacho estudiante de medicina tenía una hermana casada con un locutor de LT8. Y así fue como yo empecé cantando en una orquesta. Porque yo no entré como locutor entré cantando. Y... por medio del canto que era lo único que sabía hacer en ese entonces. Y había muchos, muchos locutores, gente administrativa incluso. LT8 que es donde yo comencé, es la radio de los profesionales, porque allí por ejemplo el que era secreta-

rio general de la radio era médico, se había recibido, era locutor y se recibió de médico siendo locutor"².

Con el transcurso del tiempo, también se podía acceder a algún cargo directivo.

- ¿Vivían de la radio o tenían algún otro trabajo?

- "Se vivía de la radio y bien. En aquel tiempo como locutor ganaría quinientos, seiscientos pesos, y como director artístico ganaría como mil pesos. Son como tres mil o cuatro mil pesos de ahora. Y como operador ganaba ciento diez pesos. Con treinta se vivía, se pagaban los gastos de la casa y todavía quedaban como para algunos vicios"³.

A fines de los años '40 y comienzos de los '50, cuando se funda en Rosario la filial de la Sociedad Argentina de Locutores (SAL), la actividad en radio se va profesionalizando, como lo demuestra la lucha por obtener la licencia habilitante.

Las radios van evolucionando en sus organigramas -director general, director artístico, jefe de programación, productores, vendedores de publicidad, empleados administrativos, etc. -, es decir, los roles se van diferenciando.

"Año 48. Y entonces era muy pomposo todo. Estaba el director artístico, el subdirector artístico, jefe de programas, una cantidad de estamentos".

-¿ Había mucha gente trabajando para la radio?

- "Mucha gente, empleados de la radio. Aparte estaban los vendedores, los productores que tenían sueldo y comisión. El sueldo era mas o menos bajo. Si vendía bien se ganaba buena plata. Se ganaba buena plata, siempre estuvo el director que cuando llegaba a una cierta cantidad que superaba el sueldo de él y sus comisiones, se lo bajaba".

- Y así por ejemplo cuando usted ocupaba esos cargos ¿seguía trabajando de locutor o no?

- "No, no. Yo ocupaba el cargo de director artístico nada más, pero eso sí, seguía cantando. Seguía con la orquesta"⁴.

El perfil profesional fue cambiando con el paso del tiempo y de acuerdo a quienes administraban las emisoras.

²Entrevista realizada por el equipo de investigación al locutor y ex director artístico de LT8 Hugo Moyano Vargas, 4 de diciembre de 2000.

³Idem.

⁴Ibidem.

"A comienzos de los '50, (Jaime) Yanquelevich toma LT8 y se surte de los mejores intérpretes, los más conocidos y célebres para formar una nueva fuente de trabajo e imponer el número vivo, como ya se hacía en Radio Belgrano.

Yanquelevich buscaba voces adecuadas para la locución. Los hacía practicar durante tres meses sin remuneración y después los largaba. Pero algunos lo rescataban como una ventaja porque permitía aprender en vivo a ser locutor"⁵.

Perfil de Programación. Contenidos y Públicos

En los comienzos de la década del 20 la información predominante emitida eran las cotizaciones del mercado cerealero por medio de tres o cuatro boletines diarios. A partir de la década del '30 se van incorporando otros contenidos a la programación. De todas formas existía una fuerte impronta cultural y artística, y en alguna medida, elementos informativos puntuales, como por ejemplo: informaciones sobre el precio de los cereales, llegada de los barcos de carga al puerto de Rosario, salida y arribo de los trenes, y horarios de atención al público de las farmacias de turno.

El hecho de que en las primeras décadas la información predominante sea sobre las cotizaciones del mercado cerealero, está íntimamente ligada con el perfil agro- exportador de Rosario y su zona de influencia. Es necesario señalar que, en aquellos tiempos, el Puerto de Rosario era un punto neurálgico de la actividad económica de la región.

La música era el eje central de la programación, en un primer momento predominó la clásica y el tango. Aproximadamente en la década del '40 y especialmente en el '50 también se destacó el jazz.

A comienzos de la década del '40 el radioteatro tiene un desarrollo notable que se consolida durante los años '50.

En el radioteatro trabajaban numerosas personas, entre ellos, escritores, guionistas, actores, cantantes, sonidistas.

En cuanto a la música, en sus distintos géneros, la radio permite una amplia difusión de dicha expresión artística, convirtiéndose a lo largo del tiempo en un componente inseparable del discurso radiofónico.

El éxito de los radioteatros se lo puede asociar a la cultura y al imaginario popular. Especialmente aquellas obras de contenido melodramático que están muy enraizadas con las distintas colectividades que conforman la población argentina. La ciudad de Rosario es un ejemplo típico de las variadas identidades y del mestizaje cultural. Las historias del desarraigo, la pérdida y la ausencia, conforman un entramado propicio para el género.

Es importante mencionar que el radioteatro -sus códigos, efectos especiales, calidades actorales, voces y expresiones artísticas- representó una parte imborrable durante largos años de la actividad de la radio.

El mismo se complementaba con el teatro y el cine. En algunos pueblos donde no había teatros, se arribaban los escenarios como si fuera una auténtica carpa de circo.

"Un buen relator era Osvaldo Raúl Maliandi, que después forma su compañía también. Maliandi hizo su compañía de radioteatro y le sirvió para vivir un poco... y perder la voz. Sí, perdió su voz, una hermosa voz que tenía, de tanto gritar en los escenarios de los pueblos donde a veces era una carpa como de circo, no había teatro"⁶.

Cuando a finales de los años '40 Jaime Yanquelevich se hace cargo de LT8, comienza un intercambio profesional y artístico entre Rosario y Buenos Aires, dando lugar al nacimiento de grandes figuras y a la conformación de importantes elencos. Según testimonios orales, en esa época había trabajo para todo el mundo. Cada emisora contaba con su orquesta estable, además de múltiples compañías. En LT8 llegaron a trabajar simultáneamente siete compañías radioteatrales diarias.

Las distintas emisoras se disputaban los artistas cuando estos comenzaban a tener un gran reconocimiento del público.

⁵Zinni, Héctor, op. cit.

⁶Entrevista a Hugo Moyano Vargas, op. cit.

En los comienzos de la radio en Rosario, el lenguaje utilizado era muy formal, protocolar, no se permitía el tuteo ni las risas. Con el tiempo esta característica se va flexibilizando ostensiblemente.

En cuanto a las primeras transmisiones deportivas, según relatos registrados en el libro de Zinni, en los años 1928-29, se transmitían directamente desde la misma cancha con un teléfono y con sonido de ambiente natural. Estas transmisiones eran muy incipientes, parciales y precarias. Sobre finales de los años '40 y especialmente a comienzos de los '50, empiezan a ser muy significativas las transmisiones de eventos deportivos en la radio.

-¿Cuándo empieza a transmitirse eventos deportivos en la radio? ¿En qué año?

- "Y aproximadamente en el año 48, 47, 48.

-¿Con qué se empieza, con el fútbol...?

" Con el automovilismo. El fútbol no se transmitía de completo en esos años. Pero lo que sí se transmitía de completo eran las carreras automovilísticas porque tenían sus popes, sus dirigentes como Miguel Domingo Aguiló, Norberto Volpi, un muchacho de Venado Tuerto, de Casilda. Ellos compraban espacios en la radio y mandaban tres horas de carrera. Cuando se hizo una carrera muy grande, que fue una de las primeras de importancia para toda esta zona, fue la primera vuelta de Santa Fe.. "

- Y después vienen la época del fútbol y del boxeo

" Del boxeo, fue importante. El segundo deporte prácticamente que se transmite fue el box "7.

En cuanto a programas infantiles y géneros de humor, no predominaban en el éter rosarino de los primeros años, pero se registran algunos antecedentes.

Uno de los espacios infantiles más recordados fue "El Club de los Ruxcolitos", que auspiciaba una marca rosarina, Ruxcoa, similar a la conocida a nivel nacional como Toddy.

El humor en la radio giraba en torno a lo autóctono, lo habitual, y las distintas nacionalidades.

- ¿Las figuras que hacían humor en radio existían también aquí en Rosario?

- "Si, hubo algunos humoristas bastante nombrados, este muchacho Reyes, era humorista y hacía programas de radio. Pero el más notable fue Edgardo Pérez, el rosarino, que incluso llegó a actuar en Buenos Aires. Le llamaban Edgardo Pérez, el rosarino. "

- ¿De qué años estamos hablando?

- "Y, año 46, 47. Década del '40. "

- ¿Le daban un libreto y participaban todos los que estaban ahí de locutores, o se morcillaba sobre un determinado tema?

- "No, ellos tenían una rutina. Y no se morcillaba mucho. Y en el radioteatro menos".

-¿Y qué tipo de humor? Porque humor político no sería.

"No, se hacía humor sobre lo habitual, las nacionalidades, siempre se hacía sobre el italiano, el gallego. Se hacía también, había humoristas que usaban lo autóctono. Un muchacho Reyes usaba mucho santiagueños, cordobeses, pero también hacía imitaciones de lo local. Y lo local permaneció siempre"8.

Los contenidos políticos en los primeros tiempos de la radio, no formaban parte del discurso radiofónico, el eje de la programación, como ya se citó anteriormente, estaba puesto en las expresiones artísticas y noticias sobre aspectos generales.

La dimensión política aparece reflejada en el medio con el advenimiento del peronismo. Sin embargo se registran algunos antecedentes interesantes a tener en cuenta:

"La Revolución del '43 comienza a utilizar la Cadena Argentina de Broadcasting para sus proclamas y actos de gobierno, fenómeno que se repite durante el peronismo"9.

A partir de 1945, con la llegada del gobierno peronista, hay un cambio significativo en el discurso radiofónico, se da paso a la política.

Los cambios en el perfil de la programación

En relación con lo que revelan distintos artículos del Diario "La Capital" de Rosario y la promoción de

⁷Idem.

⁸Ibidem.

⁹Giusti, Juan Carlos, "Programación en función informativa. Oír las noticias", en Diario Clarín, Suplemento Cultura y Nación, Buenos Aires, 13 de mayo de 1982, pág. 4.

las distintas emisoras que se escuchaban en la ciudad en estas primeras décadas, se pueden señalar las siguientes consideraciones generales:

- Se observa una ampliación de los bloques horarios desde 1923 a 1940. En los inicios, los horarios de emisión estaban estructurados sobre micros largos, cada uno con duraciones de hasta tres horas.

- La mayoría de las estaciones contaban con orquestas y locutores propios. Se incluían en ciertas ocasiones las presentaciones de orquestas típicas (o sinfónicas) de la época, con un variado repertorio.

- Desde 1920, y en mayor medida en la década del '30 se realizaban actuaciones en vivo, con declamaciones, recitales poéticos, micros de humor, monólogos y radioteatros con locutores y actores locales. Con el advenimiento de las cadenas en la década del '30, se comienzan a escuchar variados números artísticos con las estrellas más destacadas de Buenos Aires.

- La música siempre fue variada en las diversas emisoras, aunque entre 1920 y 1930, prevalecían dentro de las programaciones la música clásica y las presentaciones de orquestas sinfónicas.

- En los primeros tiempos se evidencia un menor porcentaje de información y escasa presencia de temas generales dentro de la programación de las distintas emisoras. A partir de 1930 se incluye mayor información, con informativos basados en la lectura de diarios. Por ejemplo, LT3 y LT1 en sus boletines, realizaban lecturas del diario "La Capital", y del Diario "Democracia", en cambio a partir de 1937 los boletines de LT8 se tomaban del diario inglés "The Standart", ya que esa emisora comienza a formar parte de la cadena Splendid que pertenecía a capitales británicos.

- Los auspiciantes también tenían presencia dentro de la programación, así LT8 presentaba el musical de "La Favorita" (prestigiosa tienda de la ciudad), o la empresa "Philips" en LT3 anunciaba su informativo.

- El cosmopolitismo que se evidenciaba en la sociedad rosarina de 1930, puede estudiarse a través de audiciones y espacios dedicados a la colectividad

hebrea (con música y cantos regionales), a la colectividad española, y a la comunidad italiana, en emisoras como LT3 y LT1.

- En 1932 comienzan en LT1 las críticas especializadas del espectáculo. Allí un cronista realiza comentarios de películas y obras teatrales, como así también reportajes en vivo a actores y directores.

- A finales de la década del '30, LT1 presenta dentro de la programación de su estación, un fuerte contenido nacionalista, con un gran porcentaje de música nacional (marchas argentinas y músicas nativas).

- En los años '30, el Ministerio del Interior poseía la responsabilidad de controlar los contenidos de las audiciones de las distintas programaciones, podía intervenir y aplicar sanciones punitivas en determinados casos donde se atentara contra la moral, las buenas costumbres y el lenguaje, pudiendo llegar hasta la multa o clausura de la estación.

Relación con los oyentes. Formas de participación

La forma más frecuente de participación de la gente era a través del envío de cartas. Aunque en el libro de Zinni, Juan Carlos Paleo menciona la entrevista realizada en vivo al actor Héctor Palacios, donde los oyentes realizaron varias llamadas telefónicas. De todas formas, el teléfono era poco usado por los costos de las tarifas y las dificultades técnicas en los sistemas de transmisión telefónica.

Otra forma de participación de los oyentes era la presencia en los auditorios de las radios, donde actuaban numerosas orquestas en vivo.

"La relación que se hacía con los oyentes era epistolar, por carta. Dejaban sus cartitas, hacían sus pedidos por carta para la emisora, para lo que se refiere a cuestiones sociales. Ahora en cuestiones musicales sí había audiciones muy populares que tenían, que vivían por el oyente digamos. Por y para el oyente"¹⁰.

Es significativo destacar, las características de la audiencia de radioteatro:

¹⁰Entrevista a Moyano Vargas, op. cit.

"El oyente no era como muchos supondrán, únicamente femenina. La familia seguía con atención las alternativas de los capítulos, que siempre diferían para la subsiguiente entrega, un ambiente dramático, cruel, definitivo, irreplicable. Si bien existían segmentos, desde las 14 hasta las 18, que era el dominio de las mujeres. Las abuelas, tías, mamás y vecinas, todas en derredor del aparato receptor cosían, tejían, arreglaban ropas, zurcían, bordaban, pero sus corazones latían al son de esas voces cautivantes, veían pasar la vida a través del éter..."¹¹.

Radio y Vida Cotidiana

En la década del '30 y del '40 existían fuertes prejuicios en la sociedad en relación con los que trabajaban en la radio. Se solía asociar a las personas del ambiente de la radio con los *cabarets* y los *night clubs*.

- ¿Por qué esto de los apodosos?

- "Se usaban mucho, venían de antes porque, por las prohibiciones familiares. Era problemas a veces en la familia. Sobre todo el locutor".

-Era como el artista de varieté. No era bataclana pero estaba cerca.

- "Sí, era como el artista de varieté. Ya había gente antigua por supuesto, o llena de prejuicios que le parecía que una locutora era una bataclana y un locutor era un gigoló".

-¿Y las actrices también?

- "Claro también".

-Eva Duarte.

- "Sí. No en algunos casos tenía razón".

-¿Había mucho de mito o era una realidad que estaba ligada el ambiente artístico de la radio con el ambiente de *cabaret*?

- "Sí, sí"

- ¿Había alguna relación con los presentadores?

- "Había alguna relación. Las orquestas tocaban en los famosos *cabaret* de aquí de Rosario de los cuales algunos eran *night club*, como el de la Marina pero otros eran *cabaret*"¹².

Esta situación se va revirtiendo paulatinamente debido a la consolidación y al profesionalismo tanto de locutores como de periodistas.

-Hugo, usted dice que lo de los apodosos aparecen de alguna manera por los problemas familiares, cuando se liga el trabajo artístico con lo que era el trabajo de *cabaret*. ¿Cuándo comienza a tener prestigio el artista de la radio?

- "Y en parte de la década del '40 y en el '50 y después en el '60, '70 ahí se afianza se afirma. Porque incluso ya llega el filtro que es la imitación del carnet profesional. Tanto para el operador como para el locutor. Tenías que ser profesional. Periodista profesional. Entonces ya tenías una etapa de profesionalismo... era una especie de filtro"¹³.

La radio en poco tiempo se transformó en un medio de comunicación fundamental para el entretenimiento (radioteatros, conciertos), y también la información periodística que se transmitía por las emisoras se valorizaba socialmente en forma cada vez más creciente.

"Influía... sería exagerado decir en un ciento por ciento... pero un 95% en la gente influía.

La palabra de la radio era palabra sagrada. Por eso se cuidaba tanto la noticia que se daba en ese tiempo. Muy pocas noticias pero... Lo que se decía era filtrado, no digo filtrado, pero era hecho con mucha responsabilidad del que lo hacía".

-Había que chequear bien. No existía el "habría", "podría", "quizás". Tenía que ser noticia...

- "No, no, Tenía que ser noticia. Y luego si el locutor decía... un término "x", se discutía en la familia, se discutía en el colegio, en la universidad, en todas partes... "no, no si lo dijeron por LT 1", "lo dijeron por LT 3", "lo dijeron por LT 2, lo dijo un locutor". Lo que decía un locutor era palabra sagrada"¹⁴.

A partir de los testimonios orales recogidos, se puede inferir que los mensajes emitidos por la radio en su época de esplendor tenían una fortísima influencia en la vida cotidiana de la sociedad que le daba legitimidad a todo lo que escuchaba.

¹¹García, José Raúl, "Vida, obra y milagros del radioteatro rosarino", Revista Diario Rosario, Rosario, 21 de agosto de 1983, págs. 8 y 9.

¹²Entrevista a Hugo Moyano Vargas, 4 de diciembre de 2000.

¹³Idem.

¹⁴Ibidem.

La frase de Moyano Vargas "era palabra sagrada" explica por sí sola el poder de este medio de comunicación que se metía sin pedir permiso en cada hogar y sus mensajes constituían toda una simbología para el oyente de aquellos años.

Publicidad - Sistema de Financiamiento

Puede decirse que rápidamente la radio se fue convirtiendo en un fenómeno de la sociedad de consumo. Lo que se publicitaba por la radio se vendía.

También la valoración que del medio hacía la gente se puede apreciar por la gran cantidad de avisos publicitando la venta de radios, muebles para radios, etc., en el diario "La Capital" de esa época.

Al comienzo, la relación comercial entre una compañía artística y la radio era a través de la publicidad que hacían comercios y empresas para financiar la presentación en vivo de cantantes, orquestas y radioteatros.

La publicidad fue la manera de financiarse de todas las radios privadas del país. Las grandes firmas rosarinas auspiciaron a los distintos segmentos de la programación.

Los anunciantes empezaron a vislumbrar en forma creciente que el producto publicitado por la radio tenía un mayor nivel de venta.

Los directores artísticos de las emisoras, de alguna manera, también eran gerentes de publicidad. Se contrataba un cantante de tango de renombre y el cachet se pagaba con los auspicios que se vendían a las empresas.

Con la constitución de las cadenas de radio a nivel nacional, empiezan a ser importantes las publicidades a escala nacional.

- ¿Cómo se medía? Había mediciones para ver quien escucha una radio u otra en esa época o la medición tenía que ver con la llegada de la publicidad, de los auspiciantes?

- "Exactamente. Ese era el termómetro, el índice era la venta. Todo lo que se vendía rápido era porque

ya... Por ejemplo, cuando venían artistas de Bs. As. venían a hacer teatro o venían a hacer demostraciones acá a Rosario y generalmente el empresario, el representante, vendía en los clubes y una entrada de radio. Siempre había una audición de radio de media hora, y eso servía para que uno en la radio lo vendiera, se vendía a un cliente, y uno de los que compraba a casi todos los artistas famosos era Amargo Obrero. Un producto que había."

- La diferencia ahora es que la gran mayoría de las publicidades vienen de Buenos Aires. ¿En aquellas épocas eran comercios locales o empresas locales?

- "Exactamente. Sí había firmas que incluso lo solicitaban. En ese tiempo, una cosa que jamás vi después, te llamaban. Por ejemplo: Me enteré que van a traer a Pedrito Rico, o a Antonio Torre. ¿Es cierto? o a Hugo del Carril. Sí, si posiblemente andamos en eso. Bueno yo lo auspicio. Avísenme a mí."

- ¿No hacía falta vender publicidad, los anunciantes los llamaban por teléfono?

- "Por teléfono. Todos los números se vendían por teléfono.

- "En el 44 ya había productores. Salían a la calle con la carterita y vendían."

- ¿Ya existía la tanda?

"La tanda era la base fundamental. La base de la radio era la tanda y el Correo empezó a controlar y se dio un máximo de 100 palabras, 100 palabras por tanda y eran... y bueno había una cantidad de tandas por horas. 8 tandas por hora o algo así"¹⁵.

Sistema de propiedad

En un comienzo las radios eran administradas por concesionarios privados. Ejercían la administración de las emisoras comisiones de socios. Era costumbre de la época denominar a las radios con el nombre del titular de la misma. Esta característica se puede atribuir a que en esos años, tener una radio, era un emprendimiento personal o de un grupo pequeño de personas. Instalar una emisora era una tarea nue-

¹⁵Ibidem.

va, de consecuencias impredecibles, muy relacionada con un espíritu arriesgado y con cierto sesgo aventurero.

La evolución técnica, empresarial y artística del medio, junto a su fuerte impacto en la comunidad, lo van constituyendo como un formidable medio de comunicación. La radio, progresivamente se va institucionalizando como parte relevante de la industria cultural y como una actividad empresarial de alcance masivo, que involucra cuantiosos recursos e insumos humanos, técnicos y económicos.

La repercusión cultural y social que logró tener este medio en sus años de apogeo, en la vida de la comunidad, estuvo lejos de ser imaginado por los pioneros de la radio.

Posteriormente, y en diferentes etapas, las radios más importantes de la ciudad pasan a conformar parte de las cadenas de emisoras porteñas.

Llegan las cadenas y la competencia por la audiencia

La creación de las cadenas obedece a la industrialización de la actividad. Inversores y capitalistas percatados del negocio creciente de la radio y su repercusión en la gente y el medio en general, se agrupan en cadenas para permitir un mayor alcance del mensaje y, de esta manera, convertirse en un medio cada vez más atractivo para los anunciantes.

En un comienzo no hay competencia entre las emisoras, sino por el contrario, se distribuyen la audiencia. La diferenciación entre las radios y la concepción de audiencia era muy escasa.

La noción de competencia es algo que se va incorporando con la profesionalización y el contenido empresarial de la actividad. La constitución de las cadenas en los años '40 y especialmente en los '50 fue un elemento crucial para la vida de la radio.

Las cadenas más escuchadas eran las preferidas por los anunciantes, los productos que se publicitaban en las mismas aumentaban en ventas y en prestigio.

Este escenario cada vez más consolidado, incentivaba la competencia entre las emisoras, por lo que allí comienzan las disputas por los locutores, cantantes, compañías de radioteatros y orquestas musicales. La rivalidad entre las emisoras por tener las audiencias más escuchadas, pasa a formar parte del espacio radiofónico.

Novedades desde el frente Reporte de la implementación del Plan de Estudios 2000 en Comunicación Social de la UCSE

Rosa Natividad Díaz -
Pedro Arturo Gómez

El momento socio-cultural actual se caracteriza por el precoz auge de la denominada "sociedad de la información", el fenómeno de la globalización y el desplazamiento de lo político en las escenas de la vida pública. Éste es el marco desde donde hay que elaborar un pensamiento crítico en torno a la formación del comunicador social, su actuación profesional y la diversidad de formas y funciones de su inserción en la comunidad. Pensar las relaciones entre cultura, sociedad y comunicación puede resultar un ejercicio equivalente a salir a dar una vuelta por el universo y sus alrededores, ante lo cual se hace saludable la opción de entrar en la inmensidad de ese territorio temático haciendo pie en cuadros de situación específicos, como -en este caso particular nuestro- el de una unidad académica en proceso de llevar a la ejecución concreta una reforma curricular. La cuestión del acerca de qué y cómo deben educar las carreras de comunicación alcanza una dramática vigencia cuando llega el momento de contrastar el diseño de una reforma curricular con las condiciones -materiales y humanas- de su puesta en práctica, en el curso mismo de su implementación. Situados en este enclave, hemos trazado un reporte que aspira a proyectarse más allá de una bitácora casuística a través del contrapunto entre lo particular de un nuevo Plan de Estudio en sus primeras fases de aplicación y los "grandes temas" de la comunicación.

Teoría, pluridisciplinariedad y transversalidad curricular

Una evidencia incuestionable es que los estudios comunicacionales se caracterizan por configurarse como un campo en el que convergen, conviven e interactúan -de manera no siempre pacífica y articulada- múltiples disciplinas, teorías y destrezas. A esto se suma un malentendido todavía muy expandido no solo en la sociedad en general, sino en algunas zonas del terreno profesional especializado: imaginar la comunicación social en términos de medios de comunicación. La heterogeneidad constitutiva y el sesgo mediático, junto con la tan penosamente tradicional dicotomía "teoría vs. práctica", son lastres de arduo manejo a la hora de elaborar los medios para obtener la mejor de las formaciones posibles para los comunicadores sociales, sin que el discernimiento de cuál de las formaciones posibles es la mejor deje de ser en sí mismo un factor de elemental importancia.

En la actualidad, en plena aceleración de la revolución informática, los fenómenos de la comunicación han adquirido una notable centralidad social y cultural, foco del cual surge la nueva sociedad de la "información" o del "conocimiento". Del portentoso desarrollo tecnológico informacional no se desprende un vuelco a favor de los dispositivos y com-

petencias circunscriptos a la técnica, sino que -por el contrario- se hace aún más importante mantener la nítida distinción entre información y comunicación, atendiendo a las dimensiones y responsabilidades sociales y culturales, históricas y políticas que intervienen en los procesos comunicativos, entendidos como prácticas sociales. Estos factores no pueden ser abordados sino a partir de una sólida alianza entre las ciencias de la comunicación con el conjunto de las ciencias sociales y las humanidades, como lo demanda la realidad del objeto de estudio. Se renueva de esta manera la necesidad de una integración interdisciplinaria, una de cuyas manifestaciones en el plano de los diseños curriculares puede ser el trazado transversal de contenidos ejes que articulen distintas materias, que privilegien la centralidad de los fenómenos de la comunicación y permitan la apertura de los cercos que encierran los saberes disciplinarios.

Nuestras culturas y sociedades actuales se caracterizan por una alta complejidad donde puede verse que transformaciones científicas y tecnológicas junto con la intensificación del consumismo y el acrecentamiento de las brechas sociales afectan todos los órdenes de la vida, y marcan la permanencia de la inequidad. El reordenamiento del mundo social y cultural, vehiculado en gran medida por los medios de comunicación y las redes tecnológicas, ha instaurado nuevas formas de ciudadanía, nuevos patrones de conocimiento, nuevos vínculos sociales. Al mismo tiempo, la tecnificación y mediatización de las culturas imponen la apropiación de habilidades operativas y cognitivas para ser utilizadas como nuevas herramientas de trabajo y producción. Ambos aspectos forman parte de un mismo proceso irreversible en su complejización, del cual deben ocuparse los comunicadores profesionales. Planteada así, es ésta una tarea que rebasa ampliamente el dominio estricto de los saberes prácticos y destrezas técnicas. De ahí la urgente necesidad de que el reconocimiento de los signos de esta nueva realidad por parte de los agentes formadores, para direccionar la interpre-

tación de lo tecnológico, lo cultural, lo social y lo político a la luz del pensamiento científico, con vistas a intervenir en esas dimensiones con poder de cambio en pos de un orden más justo y solidario. Éste es el horizonte de los comunicadores sociales y de su formación.

Ofertas educativas terciarias y hasta universitarias con títulos en Diseño Gráfico, Publicidad, Producción Audiovisual o Periodismo suelen incurrir en un énfasis que sobredimensiona los aspectos tecnológicos y prácticos, en desmedro de la formación teórica cuando es justamente ésta el fondo epistémico que le permitirá al experto en comunicación no solo actuar como un agente social crítico y creativo, sino también recrear sus posicionamientos profesionales en los actuales campos laborales expuestos a permanentes y traumáticas movilidades. Como señala Miguel de Moragas Spá: "La experiencia, ya de muchos años, de las Facultades de Comunicación ha puesto en evidencia que, a largo plazo, los mejores profesionales de la comunicación no acostumbran a ser aquellos y aquellas que se destacaron haciendo prácticas en las aulas de periodismo, sino aquellos y aquellas que supieron aprovechar su paso por la Universidad para adquirir una formación humanística y social que terminaría dándoles la capacidad de aprender a saber, aprender a interpretar y aprender a comunicar. Éste debería ser el objetivo prioritario de la formación universitaria en comunicación. Hoy, más que nunca, cuando algunas técnicas, formatos y géneros de la comunicación cambian más rápidamente que la propia duración de los estudios universitarios. No hacerlo así sería suponer que la transformación de la comunicación es una cuestión únicamente de tecnologías y no una cuestión de cómo saber usarlas para la producción y distribución de contenidos"¹.

De esta manera adquiere relevancia la fundamentación teórica proveniente de la Sociología, la Antropología, la Psicología Social, la Filosofía, la Historia, la Semiótica y el Análisis del Discurso, para desde allí abordar la múltiple especificidad de los procesos

Notas

¹M. de Moragas Spá: "Las Facultades de Comunicación en el umbral de la era de Internet" en Revista *Chasqui*.

comunicativos y la complejidad de su vinculación con fenómenos sociales y culturales como la educación, el uso del tiempo libre, la salud, la seguridad, el poder y la contienda política, el subdesarrollo, la pobreza y los desequilibrios internacionales, la globalización, la crisis del medio ambiente, etc.

Los procesos comunicativos entrañan una compleja trama de factores tales como el poder, los imaginarios sociales y las ideologías, las rutinas perceptuales y los sistemas de representación a partir de los cuales se construye socialmente la realidad, los posicionamientos en el orden social y la permanente renegociación de status y roles que esos posicionamientos prescriben, los emplazamientos situacionales en espacios sociales que se configuran siempre como campos de tensión, los capitales materiales y culturales en juego y la valoración de esos capitales como capital simbólico, los hábitos y opciones que conforman la vida cotidiana, las pretensiones y expectativas recíprocas de validez de emisores y destinatarios, los paradigmas culturales vigentes a la manera de regímenes de representación, etc.

A contrapelo de esta complejidad, se suele asociar comúnmente a los comunicadores sociales con el periodismo y el trabajo en los Medios de Comunicación Masiva, pero el campo laboral de los profesionales de la comunicación se ha diversificado y complejizado en demasía, proyectándose mucho más allá de la dimensión instrumental técnico-tecnológica: desde el investigador teórico de los medios y la socio-cultura mediática hasta el analista de medios, el planificador de campañas, el consultor de imagen; desde los especialistas en comunicación institucional aplicada a organizaciones gubernamentales y no gubernamentales, empresariales, educativas, sindicales, partidos políticos, etc., hasta los especialistas en comunicación para el desarrollo comunitario, en tecnología educativa y en comunicación educativa.

En este sentido, el perfil de Comunicador Social al que aspiramos en nuestra Carrera es el de "un agente productor de hechos y procesos socioculturales

comunicativos, en el marco de relaciones, prácticas y escenarios socioculturales concretos, así como en determinadas condiciones históricas²".

Estas producciones comunicativas deberán fundarse sobre un compromiso de servicio a la comunidad en favor del bien común, a partir de una actitud crítica y creativa, orientada hacia la atención de los otros como base para la construcción de la convivencia solidaria. Particular énfasis merece el objetivo de volver más pública y activa la sociedad civil canalizando las posibilidades expresivas y participativas de la ciudadanía mediante flujos horizontales de información, para propiciar una verdadera democratización de la comunicación. Pero los comunicadores sociales deberían actuar no sólo como agentes de activación y publicitación de la sociedad civil, sino también contribuyendo a instaurar en ella una auténtica justicia social mediante el diseño e implementación de procesos comunicativos que ayuden a revertir las mecánicas de exclusión que forman parte de la dinámica estructural de la sociedad civil. Este reto adquiere una especial dimensión en el contexto actual de lo que muy livianamente se ha celebrado como "globalización", multiculturalismo y transnacionalización, en el marco de lo que no es sino el advenimiento furioso del neo-liberalismo y la crisis y desmantelamiento del Estado de Bienestar, si acaso esta manifestación del Estado se haya constituido alguna vez del todo en nuestras sociedades latinoamericanas.

Tras el giro provocado por la transnacionalización de la economía, la globalización, las políticas de reestructuración del Estado con las correspondientes crisis del empleo y los servicios sociales, junto con la particular crisis de legitimidad y representatividad de los partidos políticos, sindicatos y expresiones tradicionales del sistema partidario, hace falta recuperar el sentido de la sociedad civil, no concebida como mercado, "sí como esfera de participación, donde los hombres y mujeres actúan concertadamente". Por todo esto merece especial atención el papel que de-

²Plan de Estudios 2000 para Comunicación Social de la Universidad Católica de Santiago del Estero.

berían desempeñar los comunicadores sociales con respecto a la institución de nuevas formas de ciudadanía, que no pasen solo por el consumo de información. Se impone entonces una redefinición de lo que se entiende por "ciudadanía" y "sociedad civil", para replantearse luego las incumbencias profesionales de los comunicadores sociales.

La preocupación por los "asuntos de todos" no es reductible a la noción de "interés general" representada por el Estado y recuperada por los Medios informativos. Los "asuntos comunes" se esparcen por toda la sociedad civil, para construir "un espacio público donde los ciudadanos que abandonan su refugio de la vida privada se reúnen para interrogar y controlar el poder y elaborar vínculos sociales solidarios". Gran parte de la misión de los Comunicadores Sociales debería ser participar decididamente en la construcción de ese espacio como agentes cuya acción comunicativa se guíe por agendas muy próximas a las de la gente común -sobre todo los sectores sociales más alejados del "poder de agenda", los excluidos de los beneficios elementales de la sociedad civil (derechos humanos)- para propiciar de esta forma la obtención de una sociedad civil impregnada de un fortísimo sentido de solidaridad social (desde la salud hasta la educación) y del respeto por los derechos humanos (desde los derechos de las mujeres hasta los de los grupos étnicos). Se trata de reinventar el espacio sociocultural como espacio político. Ningún comunicador social debería sustraerse a esta reinención necesaria del espacio político, porque en esa reinención está la clave para fundar la nueva ciudadanía en un orden social más justo y en un sistema democrático más pluralista y participativo.

De la articulación de la teoría y la práctica en los Talleres Integrales

Una condición fundamental a la hora de definir los discursos es situarlos en sus condiciones de producción. Esto es, en su esfera específica de práctica

social y en espacios sociales que se constituyen como campos donde la interacción de fuerzas se despliega en forma constante. Para cada año de curso de la carrera el Plan de Estudios 2000 prevé en el área de talleres, además de las materias teóricas - prácticas particulares, un espacio curricular denominado Taller Integral que institucionaliza una idea de larga data: articular la convergencia de las distintas especificidades de la formación teórica y práctica de los alumnos. En este espacio fue pensado para la plasmación de las convergencias en la ejecución concreta de piezas comunicativas. El espacio del Taller integral tiende a la recreación de todas las condiciones de producción en el ámbito laboral: rutinas, aplicación de destrezas técnicas, integración de equipos de trabajo y distintos lenguajes, soportes y formatos.

La novedad de los Talleres Integrales permite a los estudiantes la realización de piezas comunicativas en el ámbito de una práctica de laboratorio que ha sido prefigurada como un campo regido por sus propias fuerzas e intenciones. Sin embargo, el desarrollo de las prácticas en los Talleres Integrales no está exento del aporte de espacios curriculares de las áreas teóricas, en las que los estudiantes se apropian de instrumentos conceptuales útiles para medir en el necesario diagnóstico previo la incidencia en las redes comunicacionales de factores tales como lenguajes y códigos específicos, el peso del poder y la ideología, el valor de los paradigmas culturales y científicos, los aspectos psicológicos, sociológicos e históricos de la cultura que habitamos. A la hora de planear y realizar las producciones efectivas que el Taller Integral demande, los estudiantes no sólo deberán poner en práctica sus habilidades técnicas, sino también echar a funcionar todo el bagaje de aprehendimientos teóricos que les permita ubicarse en un lugar determinado y específico dentro de una cultura e historia únicas e irrepetibles. Para ello el Plan 2000 prevé un espacio curricular que permitirá a los estudiantes una primera aproximación a los métodos de investigación, lo cual, sumado a las dinámicas previstas para el de-

sarrollo de las materias mediante el planteo de núcleos problemáticos abordados interdisciplinariamente, permite avizorar un perfil de tecnicatura fuertemente enraizado en una actitud investigadora. La idea es que ya desde el logro de la Tecnicatura, nuestros estudiantes sean capaces de saber dar cuenta del saber hacer por haberse nutrido en las experiencias y los aprendizajes teórico prácticos de los Talleres Integrales. Tenemos la firme intención de que nuestros técnicos no sean solamente técnicos.

En el primer año de la implementación del Plan 2000, el Taller Integral I se planteó la producción de distintas piezas comunicativas en progresión de complejidad, según el siguiente orden:

- Diseño de tarjetas de presentación y currículum personal,
- Elaboración de un tríptico nuevo en una secuencia de ofertas de servicios bancarios,
- Diseño de piezas gráficas para una campaña educativa de bien común,
- Diseño de una página editorial, que en esta oportunidad se abocó a la elaboración de portadas para colecciones temáticas de textos.

La evaluación de la primera experiencia, ocurrida durante el período académico 2000, produjo más apreciaciones positivas que negativas por parte de los docentes participantes, lo cual permitió la reiteración de la experiencia con el ajuste de algunas cuestiones mínimas. Lo más significativo fue la novedad de la participación de dos o tres docentes en un mismo espacio áulico, en clases dedicadas exclusivamente a la producción por parte de los estudiantes, donde el asesoramiento constante de los docentes desde la especificidad de su perspectiva teórica y práctica es la única contribución esperada. A pesar de la buena disposición del grupo docente, la puesta en práctica de estas clases compartidas se hizo sentir como un inconveniente. Sin embargo, la reiteración de los encuentros semanales fue transformando los escollos en experiencia y la experiencia en logros compartidos entre estudiantes y do-

centes. Hacia el final del año, la autoevaluación de los desempeños docentes, realizada en un encuentro especial con los estudiantes fue tan rica que permitió prever para el presente período los eventuales inconvenientes.

El Taller Integral II es el espacio curricular de estrenos en este período académico. Su implementación supone la relación de prácticas y contenidos radiofónicos y videográficos; la imagen y el sonido relacionadas en la producción. Siguiendo la experiencia del Taller Integral I, se planteó la realización de cuatro piezas, siempre con un orden creciente de complejidad y según el siguiente orden:

- Realización de una pieza audiovisual consistente en la organización narrativa de una secuencia de fotografías con sonido articulado,
- Guionamiento y realización de un programa radiofónico de corte periodístico documental,
- Trasposición del formato radiofónico anterior a formato videográfico para la realización de un corto documental.
- Guionamiento y realización de un corto ficcional.

En el planeamiento de este último Taller, lo que en un principio parecía adecuado fue chocando con inconvenientes del orden de la infraestructura tecnológica que esperábamos que estuviera a disposición de la carrera antes de lo que en realidad ocurrió. Este detalle imprevisto produjo la demora en las realizaciones propuestas a los estudiantes y la consecuente acumulación de trabajos no terminados. A esta altura del año académico, encontrar un equilibrio entre los tiempos académicos y las prórrogas razonables para la presentación de los trabajos es un desafío más al que se enfrenta nuestra gestión de coordinación.

Tenemos el convencimiento de que de esta manera el futuro egresado tendrá la posibilidad de ejercitar las transferencias desde la teoría a la práctica durante su formación, de modo tal que el mundo laboral no lo sorprenderá posteriormente, en el momento de su inserción.

El trabajo interdisciplinario como estrategia de formación

La formación de profesionales de la comunicación en este mundo de vida que hoy habitamos es un reto para las instituciones educativas a quienes compete directamente la provisión de recursos tecnológicos actualizados, y más concretamente para el cuerpo docente que se presenta como el generador y conductor del espacio de interacción con los estudiantes. Además, la revisión de los Planes de Estudio para la optimización de las condiciones de formación de los estudiantes es una cuestión impostergable: demanda la diagramación de estructuras curriculares que propicien tanto una actitud dialógica de debate y crítica en la interacción de estudiantes y profesores, como instancias de integración y articulación transversal entre los espacios curriculares que sirvan de locus para el diálogo y la discusión.

En la particularidad de nuestro ámbito académico, una estrategia pensada en esta dirección ha sido el diseño de Talleres que integren las materias de áreas eminentemente teóricas de nuestro Plan de Estudio (Área de Contextualización y Área de Lenguajes y Comunicación). Con el objetivo general de superar la línea enciclopedista y parcelaria de enseñar la disciplina por la disciplina misma -actitud que crea un cerco en torno a ella- era necesario romper ese cerco a través de la organización de una nueva dinámica que relacione contenidos y métodos de abordaje de los mismos, en función de una formación más integral y menos atomizada de los profesionales en comunicación social. Sin embargo, encontrar una vía de acceso al ámbito de la cátedra sin que este ingreso aparezca como intromisión es uno de los más grandes desafíos para la gestión académica de la coordinación. Desestructurar modalidades de trabajo curricular instaladas en la cultura institucional bajo el rótulo de "libertad de cátedra" no es una tarea que se pueda lograr a corto plazo. Había que pensar en una puesta en práctica que se presente a los docen-

tes como una invitación inaplazable, al mismo tiempo desafiante y motivadora.

La modalidad adoptada para la puesta en práctica de esta estrategia es la implementación de Seminarios Taller de las Áreas Teóricas en torno a conceptos que los Programas de las materias involucradas abordan en su desarrollo. Pero instalar esta nueva dinámica de trabajo entre docentes y estudiantes no podía demandar el establecimiento de un nuevo espacio curricular, a la manera de los Talleres Integrales que tienen por objeto establecer espacios de prueba en los que las teorías que provienen del Área de Lenguajes y Comunicación y la mirada crítica y ubicua proveniente del Área de Contextualización se conjuguen en una transferencia creativa hacia la práctica y producción de piezas comunicativas. Los Seminarios Taller de las Áreas Teóricas debían llevarse a cabo sin establecer un nuevo espacio curricular fijo como el de los Talleres Integrales, sino desarrollarse en el interior mismo de los horarios estipulados para cada una de las materias involucradas. De esta manera se evita incrementar la cantidad de horas de dedicación de los docentes y de cursado de las materias del Plan de Estudios, para los alumnos.

En una primera instancia, se diseñó una primera propuesta, con carácter de experiencia piloto, para las materias de Primer Año correspondientes a las Áreas Teóricas: Sociología, Psicología Social, Antropología Filosófica, Periodismo, Teología, Semiótica e Introducción a los Estudios de la Comunicación. Se prevé para una segunda instancia la misma experiencia con las materias del Segundo Año: Pensamiento Político, Social y Económico, Historia Social y Política Latinoamericana, Semiótica II, Teoría de la Comunicación I, Publicidad I y II, y Doctrina Social de la Iglesia.

El contenido elegido como concepto eje para la experiencia piloto es el de "imaginario social", que aparece en las materias mencionadas abordado en cada caso desde las particulares perspectivas disciplinarias. Sobre este concepto, y desde el interior de cada espacio curricular, se determinarán un conjunto

de lecturas básicas obligatorias totalmente funcionales al desarrollo de la materia en sí, pero también a la articulación de ésta con las otras de las áreas teóricas. Las actividades previstas consisten en dos sesiones por semestre, en las que se combinan momentos de planteo de un problema inmediato y puntual, a cargo de los profesores intervinientes organizados en panel, seguido del desarrollo de pequeños grupos de discusión formados por los alumnos, para finalizar con la exposición de las reflexiones producidas. A la hora de la elaboración de las conclusiones es importante mantener la apertura hacia posibles aportes posteriores para no establecer el agotamiento de las temáticas, ni el cierre de la dinámica de análisis crítico en la que se pretende iniciar a los estudiantes y reubicar a los docentes. Las tareas de lectura y apropiación conceptual del tema eje por parte de los alumnos tienen el valor de trabajo práctico hacia el interior de cada materia, con lo cual no resultan una carga extra para ellos ni para los profesores en el desarrollo de los respectivos programas de sus materias.

Nuestro propósito como Coordinación de la Carrera es establecer esta modalidad como una dinámica de trabajo permanente de los espacios curriculares no sujeta a la buena (o mala) disposición de los docentes involucrados, pero -como se ha podido constatar desde los primeros intentos- el principal escollo es la resistencia presentada por éstos. Tenemos el convencimiento de que estas actividades de integración permitirán a nuestros estudiantes ubicarse epistemológicamente en una actitud de constante apertura hacia lo nuevo en cuanto a conocimiento se refiere, y al mismo tiempo valorar la riqueza del aporte de las distintas perspectivas en el análisis y resolución posible de problemas.

Bibliografía

- Sampieri, R. Et al.: *Metodología de la Investigación*. Mc. Graw Gil, México 1998.
- Schön, D.: *La formación de profesionales reflexivos. Hacia un nuevo diseño de la enseñanza y el aprendizaje en las profesiones*. Paidós, Barcelona, 1998.
- Facultad de Ciencias de la Educación (Comisión de Investigación): Criterios para el acompañamiento y la evaluación de los Trabajos Finales de Grado. Universidad Católica de Santiago del Estero (UCSE), 2000.
- Facultad de Ciencias de la Educación: Reglamento de Trabajo Final de Grado para Comunicación Social. Universidad Católica de Santiago del Estero (UCSE), 1999.
- Facultad de Ciencias de la Educación: Reglamento General de Pasantías para Comunicación Social. Universidad Católica de Santiago del Estero (UCSE), 1999.

Detrás de las noticias. Una mirada desde los consumidores de información

Las noticias son las estrellas de las encuestas. Por ejemplo, aunque los noticieros televisivos -tomados de manera aislada- nunca logren los puntos de rating de Marcelo Tinelli, los estudios de audiencia de los últimos años los ubican en los primeros lugares de "los más vistos" o "los programas que nunca se pierden" u otra clasificación con igual sentido (ver por ejemplo Grillo et al. 1996, 2000; Mata, 1997).

Estos datos, ¿responden a un ansia de información de una sociedad denominada justamente de la "información" (López Escobar, 1990)? El género informativo -como parte del discurso televisivo- ¿es vivido también como entretenimiento (González Requena, 1988)? ¿Responde su consumo a una práctica ritual (Morley, 1996; Silverstone, 1996)? O/y tal vez, como indican otros aportes teóricos, ¿las personas optan por los programas informativos de los medios porque buscan conocer y orientarse respecto de lo que está sucediendo en su propia sociedad (Ball Rokeach y De Fleur, 1976)?

Todas respuestas posibles, no necesariamente contradictorias, sobre los factores que llevan a la audiencia a posicionar los noticieros en los primeros puestos del ranking de los más vistos.

Estos datos, interrogantes y respuestas probables dieron origen a una investigación¹ donde interesó conocer las respuestas que los propios sujetos consumidores de información dan acerca de ese consumo. En

tal sentido llevamos adelante un estudio de casos en la ciudad de Río Cuarto con el objetivo de comprender las motivaciones que los sujetos reconocen para su exposición ante las noticias y cómo definen la articulación de este consumo con sus prácticas cotidianas. No nos centramos sólo en las informaciones de los noticieros televisivos sino de la diversidad de fuentes a las que acceden las personas, ya que si bien la televisión es el medio más receptado no es el único que opera en la incorporación de informaciones y, junto con las demás fuentes, constituye un entramado a partir del cual los sujetos conforman la representación de lo que es importante, actual, de la realidad misma en la que están viviendo.

Las entrevistas se realizaron con habitantes de la ciudad que tienen distintas ocupaciones², habiendo seleccionado pequeños empresarios (PE), profesionales independientes (PI), profesionales en relación de dependencia (PRD), empleados no profesionales (E) y amas de casa (AC). Todos los entrevistados pertenecen al nivel socioeconómico medio (medio / medio bajo) y tienen entre 30 y 60 años.

En este trabajo nos interesa rescatar cómo el consumo de noticias se imbrica en la vida diaria de las personas, el sentido atribuido a dicho consumo y las principales articulaciones de los contenidos informativos con las prácticas cotidianas que se desprenden de los discursos de nuestros entrevistados.

Ariadna Cantú

Notas

¹Proyecto de Investigación "Dependencia informativa: niveles, contextos y prácticas cotidianas". Beca Nivel II - CONICOR/Agencia Córdoba Ciencia - 1999-2001.

²La búsqueda de esta característica responde a uno de los objetivos generales del proyecto de investigación que supone identificar los rasgos que adopta la dependencia informativa en una población económicamente activa al variar las actividades específicas de sus miembros. Con anterioridad (Beca Nivel I CONICOR) habíamos trabajado con una población rural, específicamente con productores agropecuarios y sus esposas, y nos interesó ver si los resultados obtenidos en aquella oportunidad variaban al variar la ocupación de las personas.

Sobre la circulación de informaciones en la ciudad

En nuestra ciudad, la variedad y número de fuentes de información a través de los medios tradicionales³ (prensa, radio y televisión) son relativamente significativas.

En materia de televisión, la ciudad cuenta con un canal de aire (Canal 13 Río Cuarto) con dos emisiones diarias de un noticiero propio, y una empresa de cable⁴ cuya oferta relacionada con la emisión de informaciones es la siguiente: retransmite cuatro canales de Buenos Aires (Canal 13, Azul, Canal 7 y América), un canal de la ciudad de Córdoba (Canal 12), cuatro canales de noticias (TN, Crónica, CVN y CNN en español) y un canal local (Frecuencia 10) con un noticiero propio diario; más los espacios informativos de los canales internacionales (como el español o el mexicano).

En cuestión de prensa gráfica existe un diario local (Puntal), circulan todos los diarios nacionales (la mayoría llega cerca del mediodía) y los dos más importantes de la ciudad de Córdoba (La Voz del Interior y La Mañana). También llegan las revistas informativas como Noticias, Veintitrés y otras similares.

En lo que a radios se refiere la oferta es sobre todo local. Río Cuarto cuenta con una radio AM (LV 16 Radio Río Cuarto) y un número fluctuante radios FM que supera las diez (las más escuchadas son FM Ranquel y en un segundo cómodo lugar dentro de las locales, radio Sudamericana -Grillo et al, 2000-). Asimismo se pueden escuchar FM 100 (otra de las más escuchadas -ib.-), una señal local retransmite casi todo el tiempo radio Milenium y -según el equipo receptor- pueden escucharse algunas radios de Córdoba. Además, varias radios de la ciudad realizan conexiones con radios de Buenos Aires -especialmente con los espacios informativos- en distintos momentos del día.

Este breve panorama sobre la oferta de medios a los que se puede acceder en la ciudad permite, a partir del reconocimiento del contexto en el que se dan,

comprender en su dimensión relativa los consumos informativos expresados por los entrevistados.

Las prácticas de consumo de información

En materia informativa también puede distinguirse una clara división de tareas de los diferentes medios desde la propia mirada de los consumidores.

Sin centrarnos en los detalles, nuestros entrevistados reconocen a la televisión y al diario como las principales fuentes -no las únicas- en donde se encuentran con las noticias.

Asimismo puede observarse que cada uno de los medios convoca modalidades diferentes a la hora del consumo.

La recepción del noticiero televisivo coincide con los horarios del almuerzo y la cena. La familia está reunida y, como nos dice Susana (PI, 46), "... es un invitado que está ahí a la mesa también".

Y como a un invitado más, la atención que se le presta no es continua.

"... está prendida la televisión. Si por ahí escuchamos una noticia importante, tratamos de prestar atención. Pero muchas noticias pasan seguramente porque estamos hablando de otra cosa.

- O el Mateo gritando. (acota su esposa refiriéndose al hijo de 2 años)

- O ocupándonos de los chicos (...) está como uno más ahí, hablando, por ahí le damos bolilla o por ahí no..." (Gustavo, PE, 38)

Pero más allá del lugar que ocupa, es un invitado al que se convida todos los días.

El diario es matutino. Ya sea que se reciba en la casa o se consuma en otro lado, la mañana es el momento de leerlo. Una explicación posible nos la dio una de nuestras entrevistadas:

"El diario pierde mucho más rápido actualidad. Vos no podés leer un diario a la noche porque cuando hojeas el diario, si has visto el noticiero..." (Susana, PI, 46)

Graciela (PI, 40), por ejemplo, recibe el diario local todos los días a las 6 de la mañana y entre las 6:30 y

³Además el número de abonados a Internet es de aproximadamente 1700 (según los datos proporcionados por las dos empresas proveedoras del servicio en Río Cuarto), a lo que puede sumarse los navegantes que acceden a través de sus lugares de trabajo (por ejemplo la universidad local) o las cabinas públicas.

⁴El último estudio de audiencia realizado en la ciudad a fines de 1999 arrojó que el 68% de la población está abonada al sistema de cable (Grillo et al, 2000).

las 7 lo lee. Susana (PI, 46), por su parte, nos decía que ella siempre se desayunó hojeando el diario. Hoy por el lugar en donde vive la lectura se retrasa un poco; pero aún más tarde, todos los días lo hojea.

Este medio admite también otra modalidad: la hojeada en el café. Gustavo realiza trámites por la mañana en el centro de la ciudad y hace un intermedio en algún café...

"... yo no compro diario (...) lo consumo casi todos los días cuando paro a tomar un cafecito en algún bar, ahí hojeo el diario: leo los titulares, por ahí alguna noticia más completa, casi todos los días". (Gustavo, PE, 38)

Los fines de semana habilitan una relación diferente con este medio impreso. Aquellos que gozan de su lectura, dicen aprovechar los fines de semana para leer el diario más detenidamente.

"Diarios yo generalmente compro los domingos (...) medio que los domingos a parte de las noticias matutinas que ellos hacen, medio que hacen un resumen de la semana de lo que pasó (...) entonces lees hasta el cholulismo de... como se llama... Ros-tros y rastros⁵". (Hernán, PRD, 30)

El consumo cotidiano de diarios, entonces, se limita -en los casos de estudio- a una hojeada en algún momento de la mañana, una lectura rápida de los titulares y alguna que otra noticia un poco más completa que el lector veloz así lo requiera. La lectura más detenida y atenta se reserva para los sábados y domingos.

En el caso de la radio, no es reconocida como un medio para informarse sino primordialmente como un medio que acompaña. El desayuno, el trabajo, los viajes en auto, son momentos en los que la radio está prendida sobre todo como un fondo musical.

Sin embargo, como conservando una rutina del pasado, algunos de nuestros entrevistados escuchan las noticias de la primera hora de la mañana por la radio.

"Yo a la mañana sé escuchar la (radio) de Río Cuarto temprano, y ahí más o menos agarro... donde ya

viene la información de lo que va a pasar. Me gustan algunos comentarios que hace ... este muchacho (Osvaldo) Granados y..". (César, E, 48)

Y después aparece la escucha ocasional de las noticias radiales mientras se usa a la radio para tener un poco de música de fondo.

Otra forma de acceder a la información que no está extendida entre nuestros entrevistados es vía Internet. Hernán nos contaba que es parte de la rutina diaria que quien primero llega a la sección donde se desempeña (AFIP), imprime de las páginas de los principales diarios nacionales los temas relacionados con el interés colectivo que los une en su trabajo: economía. Más allá de alguna broma de los lunes ante un clásico River-Boca.

A partir de estas modalidades de consumo de las informaciones por los diferentes medios podemos observar como cada uno de los momentos de recepción está entrelazado con alguna de las rutinas diarias de los sujetos y él mismo se convierte en parte de esa rutina. Desde levantarse con la radio, desayunar con el diario y almorzar y cenar con el telediario elegido, hasta la impresión de noticias vía Internet de la gente de la AFIP, todas forman parte de un rito cotidiano.

Como nos plantea Silverstone (1996) la vida cotidiana se constituye como tal a partir de diferentes temporalidades, pero ellas se perciben y sostienen a través de las rutinas y los ritmos vivenciales de la jornada. Y los medios, también ellos, realizan un gran aporte marcando, a través de los hábitos de consumo que generan, esos ritmos que estructuran la jornada, estructurada ya por los horarios de otras actividades -laborales, escolares, etc.- de nuestra sociedad actual. Sin embargo, y siguiendo a Silverstone, estos dos grandes marcadores de ritmo no tienen el mismo status. El autor, refiriéndose particularmente a la televisión, dirá que "la pantalla nos suministra el foco de nuestros ritos cotidianos (...) que caracteriza a nuestro paso de las rutinas profanas a las rutinas sagradas de horarios y programas" (1996:44).

⁵Suplemento del diario Puntal que publica los "acontecimientos sociales" de la ciudad.

Y como parte de un ritual, entonces, no necesariamente importa cuál es la atención que se le presta a cualquiera de estos medios, sino la realización de ese consumo que está pautado en la rutina diaria.

"... un día que yo no he hojeado el diario es el vacío (...) si estoy acostumbrada a leer el diario todos los días y un día mi marido se lo olvidó en el trabajo, ah! O sea, me siento como que realmente algo me faltó (...) aunque ese día tenga ponele 10 minutos para dedicárselo al diario". (Susana, PI, 46)

Es que las rutinas y rituales de nuestra vida cotidiana se constituyen en los fundamentos de nuestra seguridad en la vida de todos los días (Silverstone, 1996). La ruptura de alguno de ellos nos perturba e incluso nos genera una cierta sensación de desequilibrio o inseguridad. Volviendo a Susana, ella nos planteaba:

"...no sé si es por costumbre, no sé si tiene que ver con la personalidad en el sentido de que a mí me gusta tener todo bajo control, ¿me entendés? entonces cuando hay algo que se salió de lo que yo tenía planeado o algo me descoloca hasta que lo vuelvo a... entonces el no tener el diario...". (Susana, PI, 38).

Más allá de adherir a la idea de que el consumo de informaciones sigue las pautas de un ritual cotidiano, creemos que esta concepción no puede ser llevada al extremo de plantear -como surge del trabajo de Nordenstreng- que "seguir las noticias es un mero ritual, una forma de dividir el ritmo del día y una manifestación de alienación (...) los programas de noticias no satisfacen la función de transmitir información; en realidad sirven a otro propósito a través del cual el hecho de seguir la emisión de noticias llega a convertirse en un ritual, en una costumbre que permite abrigar una sensación de seguridad" (citado por Morley, 1996:367). Nordenstreng plantea esta reflexión luego de que en una investigación realizada en Finlandia y dirigida por él, demostró que aunque la mayoría de los finlandeses veía al menos una emisión diaria de noticias, al día siguiente recordaban poco o nada del contenido informativo de dicha emisión (Morley, 1996).

Es probable que uno no recuerde las noticias específicas del telediario del día anterior, pero sí que éstas vayan quedando en estado "latente" y contribuyendo a la conformación de la realidad social. Así, algunos hechos pueden despertar el recuerdo de la noticia, por ejemplo, a partir de alguna conversación con un compañero de trabajo o un vecino. O también, como plantea Morley, se retenga muy poca información específica pero quizás sí se retengan "definiciones del orden de las cosas", categorías ideológicas insertas en la estructura del contenido específico" (1996:117).

Reconocemos a partir de los discursos de nuestros entrevistados la presencia de lo ritual en las prácticas de consumo de información pero consideramos también que este hecho no anula la incorporación de los contenidos informativos y que ellos inciden en los marcos de definición de la realidad de los sujetos. Más adelante nos centraremos en este aspecto.

Las prácticas de consumo de información nos remiten entonces a las ideas de rutina, ritos, rituales. Escriben el compás de la vida cotidiana. Ahora bien, si seguimos con Morley la concepción de que todo consumo implica la producción de sentidos por parte del consumidor y consideramos que "... el individuo emplea el consumo para decir algo sobre sí mismo, sobre su familia, su localización..." (Douglas e Isherwood, citado en Morley, 1996:306); ¿qué dicen nuestros entrevistados de sí mismos a partir de su consumo de noticias? ¿Qué imágenes, qué proyecciones de sí mismos -en términos goffmanianos- se pueden reconocer detrás de sus discursos?

Principalmente, así como el vecino de Serrat⁶, nuestros entrevistados se presentan como "hombres muy bien informados". La imagen que aparece con una fuerte presencia y que cruza los discursos de todos nuestros entrevistados, es la del hombre o mujer informado.

"...me gusta escuchar todas las novedades porque yo a esa hora (7 AM) ya he leído el diario (...) Y sí, me gusta, por ejemplo, a la mañana La punta del

⁶"Mi vecino aquella noche se metió en la cama, convencido de tener el mundo controlado, seguro de ser un hombre muy bien informado respecto a lo que ocurría a su alrededor". Joan Manuel Serrat, La abuelita de Kundera.

ovillo (programa de FM Ranquel), están las noticias (...) me gusta más o menos tener un conocimiento de todo un poco..." (Graciela, PI, 40)

"Para mí estar informado, yo pienso que es una condición, hoy en día con los tiempos que se viven, estar informado es una condición indispensable para permanecer tanto en el mercado laboral como en la vida cotidiana". (Hernán, PRD, 30)

Detrás de esta imagen se reconoce una fuerte valoración de la posesión de la información. Pero no necesariamente una valoración de la información que circula en los medios. ¿Qué queremos decir con esto que parece hasta paradójico? Ser un sujeto informado se siente como una necesidad insoslayable de nuestra época; se valora la información pero se considera que aquella que circula en los medios debe consumirse desde una perspectiva crítica, analítica y el propio sujeto debe sacar sus conclusiones a partir de otras informaciones y conocimientos que posee. En definitiva, hay también en los discursos de los entrevistados una segunda imagen adherida a la anterior: el sujeto activo.

"... generalmente soy más del criterio de que leo una información y no me quedo con esa información, yo la empiezo medio que la empiezo a deducir, para tenerla porque siempre tienen una inclinación y bueno, yo creo en tal, no creo el 90 % o el 100% y después saco mis deducciones, viste? de cómo viene la mano..." (César, E, 48)

Del consumo de noticias, su génesis y las articulaciones

Partimos, entonces, de proponer que el consumo de informaciones está fuertemente ligado y se constituye como parte de las rutinas diarias de los sujetos. De este ritual cotidiano se desprende también la principal imagen que construyen los entrevistados de sí mismos como hombres y mujeres informados. Sin embargo, estas dos consideraciones no nos impiden pensar en noticias particulares o ítems específicos que

interesan a los sujetos y a los cuales prestan una atención diferenciada. Consecuentemente, nos interesa centrarnos ahora en esos ítems que "sobreviven" al contacto ritualizado con las noticias diarias; preguntarnos por lo que queda detrás de la construcción de esta imagen de "un hombre muy bien informado".

En este sentido vamos a retomar de los discursos de los entrevistados las temáticas que consideran de mayor relevancia y a las cuales dicen prestar mayor atención y los factores que se evidencian como motivaciones para el interés por dichas temáticas.

La teoría de la dependencia informativa (Ball-Rockeach y De Fleur, 1970) nos facilita un punto de partida para iniciar el abordaje de este último ítem. Esta teoría postula que las personas mantienen cierto grado de dependencia con las informaciones y que el mismo varía en relación con dos ejes clave: el sistema social y el sistema de medios. Dentro del primero se incluyen las variables estructural -relaciones entre los diferentes subsistemas del sistema social- y contextual -agrupa las características del ambiente social de los sujetos-. La hipótesis central que se deduce del cruce entre estas variables -incluida la medial- y la dependencia informativa es planteada por la teoría en los siguientes términos: el grado de dependencia de las informaciones del ambiente se relaciona, por un lado, con el grado en que una sociedad está sometida al cambio, conflicto o inestabilidad y, por el otro, con el grado en que los medios poseen funciones de información únicas y centrales.

Este esquema explicativo parte de la observación de variables sistémicas para explicar la relación que establecen los sujetos con las informaciones, si bien es un punto de partida diferente del que nos interesa creemos que nos proporciona pistas interesantes para plantear esta relación que sí llamaremos desde ahora de dependencia informativa.

Retomamos del modelo de Ball-Rockeach y De Fleur los factores estructurales que considera pero desde un ángulo diferente -centrándolos en el sujeto-, e incorporamos otros que se relacionan con el sistema social

y con el de medios, aunque son observados principalmente desde la cotidianeidad del sujeto.

Así, para la comprensión de la dependencia informativa de las personas, tomamos en cuenta la percepción que tienen de la estabilidad o inestabilidad del sistema social; dentro del contexto social consideramos también los grupos de pertenencia y/o referencia de los sujetos, sus actividades laborales y/o profesionales, sus contactos interpersonales (sean formales o informales), las fuentes extramediales que utiliza o puede utilizar potencialmente y el horizonte de alcance (Silverstone, 1996) de las personas; respecto del sistema medial, además de retomar la importancia atribuida por los sujetos al sistema de medios en su función informativa, incorporamos la agenda de los medios como otro factor a tener en cuenta. De esta forma queda conformado un entramado de factores que incidirían ya sea en la dependencia informativa en términos generales, así como en los ítems informativos o temáticas que los sujetos consideran importantes seguir.

Teniendo en cuenta este entramado, volvemos sobre nuestra preocupación acerca de los ítems noticiosos que "sobreviven al contacto ritualizado con los medios"; es decir, nos centraremos ahora en los qué, los por qué y los para qué de las noticias que consumen nuestros entrevistados.

Para comenzar, hay ciertos ítems que aparecen en todos los casos de estudio y que responden a informaciones que presentan un interés general y podríamos decir superficial. Son informaciones que posibilitan la construcción de un panorama global sobre la realidad en la que se vive. Dentro de éstas podemos enumerar las noticias vinculadas a la economía, a la política y las denominadas informaciones generales (donde lo que aparece son aspectos vinculados a lo social, la seguridad, la educación). Hasta aquí estos ítems aparecen conectados principalmente con el orden nacional y, en segundo lugar, con el provincial.

En estos términos generales, estas informaciones están siempre presentes en los intereses de nuestros

entrevistados. Se manifiesta una necesidad de conocerlas primero para esta construcción de un marco general de acción, para saber cómo está la situación. Segundo, y ya particularizando un poco, estos aspectos aparecen como importantes por lo que podríamos denominar -tomando prestado un concepto de Noelle Neumann- omnipresencia⁷. Este concepto se basa en el supuesto de que el saber público -lo difundido por los media- es "públicamente conocido que es públicamente conocido" (Wolf, 1991:162). Estas temáticas generales, entonces, posibilitan las interacciones cotidianas, dan tema para conversar tanto en grupos formales o informales.

"... creo que es algo común que podemos hablar todos. Si yo salgo al almacenero de la esquina y le hablo de la velocidad del chip del microprocesador Pentium II y el tipo me va a mirar! (...) Como temario general, la información me sirve para la charla y si no hablaremos del tiempo como se habla siempre..." (Eduardo, E, 36)

Las articulaciones más importantes que se desprenden de las entrevistas se relacionan con las dos motivaciones expuestas: por un lado, este marco global de acción posibilita -también en términos generales- la planificación, la previsión y la predicción; y a partir de la omnipresencia podemos observar la continuidad del consumo en las interacciones tanto formales como informales.

"... cosas económicas (...) para uno ir sacando cálculos y viendo cómo es la realidad. Uno tiene que predecir, ¿viste? Directamente para ir tomando... poniéndose en guardia, ¿viste?" (César, E, 48)

"... y porque un poco me van mostrando cuál es el pulso de lo que va a ir ocurriendo en el país, ¿no? Con la economía, con la gente, en definitiva". (Gustavo, PE, 38)

Ahora, decíamos más arriba que esto es en situaciones de normalidad, un punto aparte merecen las situaciones particulares o de cierta relevancia. Aquí, la percepción de inestabilidad o cambio de estas variables económicas o políticas es el principal motor

⁷La omnipresencia, junto con la acumulación y la consonancia son las características que enumera la autora como factores que inciden sobre los sistemas de conocimiento de los individuos, esto es, las características que posibilitan la función de agenda de los medios. (Wolf, 1991)

de una búsqueda motivada, y subrayamos lo de búsqueda motivada, porque en el caso anterior en realidad no aparece la expresión de que se busquen esas noticias en especial sino que se mencionan como las secciones del diario que se leen o las noticias a las que se le presta más atención en el telediario.

"Cuando ocurre un hito así más relevante, voy buscando repercusiones de eso, pero también, tratando de entreleer...." (Gerardo, PE, 56)

Dentro de estas grandes áreas que estamos considerando (económica, política y de informaciones generales) pueden surgir también inestabilidades o cambios en algunos sectores de ellas que no necesariamente repercuten a nivel general pero que producen dependencia en algunas personas; dependencia generada en función de que dichos sectores serían significativos para el propio sujeto. Por ejemplo, Hernán (PRD) quien recordemos trabaja en la AFIP nos comentaba que, dentro de los temas políticos, seguía con particular interés la cuestión de la reforma del estado y especialmente las versiones de achicamiento de la AFIP.

Otra área temática que cruza todos los casos de estudio y que está fuertemente presente es aquella conformada por las noticias locales. Lo local aparece construido como un tema en sí, no es el área de referencia de otras temáticas sino que es, en sí misma, una temática. Detrás de ella puede aparecer alguna especificación de contenidos, en donde se reiteran los ítems que mencionábamos más arriba: economía, política, interés general (sociales, educativas, seguridad, etc.).

A partir de los discursos de los entrevistados, podemos postular que el interés por las noticias locales parece vincularse principalmente con un sentimiento de pertenencia a la comunidad. Jensen (1992) plantea que las noticias proporcionan un sentido generalizado de comunidad, de contacto, "que posibilita la autolegitimación al permitir a los televidentes, por lo menos, preguntar y estar interesados en los mismos asuntos" (p. 115).

"En el caso de los noticieros de Río Cuarto, (...) cuando llego veo alguno de ellos y por lo menos me insertan un poco en la... en lo que pasa en Río Cuarto. Lo que pasa es que yo vengo a las 7 de la mañana acá (es administrativo de la UNRC) y mirá la hora que es (15:30) y todavía estoy (...) entonces no sé que pasa en la ciudad de Río Cuarto". (Eduardo, E, 36)

El sentimiento de pertenencia a la comunidad, expresado a partir de conocer lo que en ella sucede, es entonces la primera motivación que aparece ligada al interés por las informaciones locales. La lectura del diario Puntal, el noticiero local (el programa televisivo de mayor audiencia -Grillo et al., 1996; 2000) mediodía y noche, y la escucha de radios locales son testigos de este interés.

Después, de manera más particular, aparecen otros factores que justifican el interés por conocer lo que pasa en la ciudad. La vinculación con lo laboral se observa particularmente en aquellos entrevistados para los cuales la ciudad y la región circundante se constituyen en el principal contexto de sus actividades y por consiguiente muestran el pulso de lo que va a pasar.

Otro interés que despiertan las noticias locales que surge claramente de alguno de los discursos de nuestros entrevistados, puede vincularse con el concepto de redes, tal como lo plantea Grillo (1999). La autora utiliza este concepto para estudiar las relaciones sociales en las ciudades porque considera que "su alcance significativo nos permite incluir todo tipo de relaciones mantenidas entre los actores sociales, más allá del grado de intensidad de la interacción, del tipo que sea..." (p. 103). Las noticias locales son seguidas también para reconocer allí a sus partícipes: gente conocida, allegados, vecinos.

En algunos casos hay un interés manifiesto por ver las actividades de determinados conocidos.

- ¿Y qué noticias lees entonces en el Puntal?

- "... me interesa lo que pasa en la ciudad, y justamente la Municipalidad es un ámbito que influye en la ciudad. Inclusive hay muchos compañeros míos de

trabajo, por ejemplo Daniel Reiloba, que está trabajando con Ferreyra que es el Sec. de Hacienda, él está en la parte de Coordinación económica y bueno, también a uno le interesa saber lo que hacen sus compañeros. Bochetto está en el Consejo Deliberante, creo que es secretario de Gentile, una cosa así, o de Abraham (estos dos últimos son concejales)". (Hernán, PRD, 30)

En otros, se da la cuestión simplemente de ver al conocido en la televisión

"...él (el presidente de la vecinal de su barrio) había pedido la banca del ciudadano en el Concejo Deliberante pero hablaba del tema ese, de esa gente... hablaba de las empresas de microemprendimientos pero yo no le presté mucha atención ese día". (Esther, AC, 57)

"...Y yo vine y me dijiste que Don Cabello (el Pte.) estaba en la tele..." (acota su hija)

Esther prestó la atención justa para saber que su vecino, el Pte. de la Vecinal, estaba en el noticiero del canal local y así poder luego comentarlo con su hija.

Las cartas de lector del diario local, los llamados a la radio y un espacio del telediario del canal de aire dedicado a los llamados o mails del público, también suelen concentrar la atención cuando aparece algún conocido.

El sentimiento de pertenencia a la comunidad, la actividad laboral fuertemente vinculada a la ciudad, las redes de interacción, son motivaciones que aparecen al comentar la preferencia por las informaciones locales. Otra variable ligada a esta preferencia viene dada a partir de la amplitud del horizonte de alcance.

Entre nuestros entrevistados, hay un caso clave en este sentido. Es el de una de las amas de casa con las que conversamos. Tiene 57 años, casada, con dos hijas. Esther manifiesta un fuerte apego por su hogar y los suyos y aparentemente no mantiene un contacto muy fluido con los vecinos. Es una mujer a la que podríamos calificar como "cerrada" o "ensimismada". Para ella su barrio y su ciudad representan los límites que encierran aquello que es lo más im-

portante. Cuando estos límites se corren un poco más allá, se debe a que afectan de manera directa a alguno de los suyos. Por ejemplo, el interés por el tema de las inundaciones en Buenos Aires porque un hermano suyo vive allí. De no ser en estos casos, las noticias que declara como importantes son las locales.

Ahora bien, ¿en qué prácticas cotidianas se articulan las noticias enmarcadas en lo local? Una continuidad de este consumo se explica a partir de la omnipresencia que ya mencionábamos. Lo local, incluido el tiempo y su meteorólogo más famoso "Cococho" Alvarez⁸, es evidentemente un buen tema de conversación para las interacciones tanto formales como informales.

Cuando el interés por lo local se relaciona con la actividad laboral, aparece obviamente una articulación en dicha actividad, y en los casos de los pequeños empresarios surge la cuestión de la posibilidad de la planificación de actividades y/o inversiones a corto o mediano plazo.

Hasta aquí hicimos referencia a ítems que, con variaciones, están presentes en nuestros casos de estudio, a veces a partir de intereses diferenciados y con articulaciones en prácticas diversas. Lo que nos interesa ahora es partir de la ocupación o actividad laboral (variable significativa de nuestro estudio) para identificar en los discursos de los entrevistados qué ítems informativos se presentan como significativos y en qué prácticas concretas aparecen articuladas.

En principio cabe señalar que los conocimientos o las informaciones particularmente vinculadas con el trabajo o la profesión son obtenidas a partir de ámbitos y de fuentes específicas.

No obstante se observa en los dichos de los entrevistados intereses por ítems temáticos o noticias que responden a su profesión u ocupación, pero no aparece una búsqueda sistemática de los mismos, un seguimiento diario o regular; sino más bien, se manifiestan áreas de interés genérico o cuando surgen noticias vinculadas con la actividad, una atención diferenciada.

⁸Las desventuras de aciertos y desaciertos diarios del meteorólogo del telediario local son uno de los temas predilectos de los vecinos de la ciudad. Es el tema para conversar con el taxista o el cliente de turno y para todas esas interacciones obligadas de la cotidianeidad.

Así, por ejemplo, Graciela (PI, 40), farmacéutica, destacaba el tema del proyecto de desregulación de las mutuales como una noticia que se "paraba a leer". Susana (PI, 46) que es docente de inglés señalaba los temas vinculados a las reformas educativas o a educación en general como temas que le interesan particularmente. O los casos de Hernán o Gustavo que mencionábamos más arriba a partir de los temas locales. No son temas que requieran un seguimiento diario para conformar marcos de acción específicos en lo laboral, sino temáticas o noticias que contribuyen a construir un marco global de acción.

Después lo que aparece en términos ya de articulaciones en prácticas concretas se vincula a aspectos que podríamos denominar secundarios de la actividad laboral. Por ejemplo, el tema de las interacciones en las que uno se ve inmerso dentro o a partir del trabajo.

Es el caso de Eduardo (E, 36), César (E, 48) y Mario (E, 52) que están en la atención al público, también Susana, la teacher, habla con sus alumnos sobre temas vinculados con la actualidad; en la farmacia; en la AFIP y en todos los casos entrevistados. Esta es una articulación del consumo de noticias que aparece en todos los discursos de los entrevistados que se ven involucrados en interacciones formales.

En el caso de las amas de casa los temas de los informativos también son recursos válidos para las charlas informales con el vecino, con los comerciantes, con la familia. Pero no podemos decir que haya temáticas relacionadas con su actividad, más allá de alguna mención del pronóstico del tiempo para cierta planificación de las tareas o si consideramos al ama de casa como "coordinadora" del hogar, encontramos algunas noticias que ella se encarga de transmitir a los miembros de la familia a los cuales les afectan.

La ocupación aparece entonces como una variable más que incide en las temáticas informativas a las que se le presta atención y las prácticas relativas a la actividad laboral, como una articulación del consumo de noticias. Sin embargo, no aparecen rasgos

específicos que se relacionen con las diferentes ocupaciones, más allá de las diferencias propias entre las personas que se observan también a partir de cualquiera de los otros factores considerados. Sí hay una marca distintiva entre quienes tienen una ocupación fuera del hogar y las amas de casa. En estas últimas resulta difícil observar ítems temáticos relativos con su ocupación o que incidan en ella.

Por último surgen otras noticias de manera irregular y que son tenidas en cuenta porque son posicionadas como importantes desde los mismos medios. En estos casos juega como motor del interés lo que hemos denominado agenda de los medios. Este factor que aparece en todos los entrevistados, en realidad se entrecruza con las otras variables que ya hemos considerado: los grupos de pertenencia con los que se interactúa, las interacciones informales o formales, las redes que involucran al sujeto, etc. Lógicamente, no todos los temas agendados por los medios adquieren relevancia o la misma relevancia para todos los sujetos. En general cuando estos temas que aparecen en la agenda se refieren a la inestabilidad, cambio o conflicto de variables macro o micro pero significativas para el sujeto, producen el seguimiento y la búsqueda de la información.

Consideraciones finales

Partimos de observar un significativo consumo de informaciones en términos cuantitativos y nos interesó aprehenderlo en términos cualitativos, descubrir el significado que tenía para los propios sujetos receptores de información.

En primer término lo que aparece es un consumo de noticias fuertemente imbricado en las rutinas diarias. La lectura del diario, la recepción de los noticieros televisivos, la escucha de la radio, adquieren significación como un ritual cotidiano.

Ligadas a estas ideas de rutina y rito, y asumiendo que las prácticas de consumo implican producción de sentidos por parte de los consumidores, se observan las imágenes que los sujetos construyen de sí mismos a partir de este consumo particular. La per-

sona se proyecta como un hombre o mujer "bien informado". Se reconoce una valoración de la información pero también un manejo cauteloso de las provenientes de los medios. La segunda imagen fuerte que se proyecta, entonces, es la del "sujeto activo".

Ahora bien, ni la idea de ritual ni la construcción de sí mismo que se realiza a partir del consumo de informaciones, invalidan el propósito informativo de dicho consumo, la incorporación de las noticias en los marcos de definición de la realidad de los sujetos y la articulación del contenido consumido en las prácticas cotidianas.

La presencia temática más fuerte que observamos y que cruza todos los casos de estudio está dada por lo local. Lo local como categoría en sí misma, como contenido y no como característica geográfica de otros temas. El interés por las noticias locales aparece ligado con diversos factores: el sentimiento de pertenencia a la comunidad, la presencia de las redes o lo que hemos definido como omnipresencia, son factores que se desprenden en todos los casos; lo laboral, en los casos en que las actividades de las personas tienen su epicentro en la ciudad; mientras que la aparición del horizonte de alcance como factor se manifiesta en los casos en que la amplitud de éste encuentra sus límites en la ciudad. Lo local es percibido como un ítem de seguimiento privilegiado, regular, que convoca hábitos temporales de atención prácticamente diarios.

En segundo término, las temáticas por las que se manifiesta interés responden a variables más generales: económicas, políticas e informaciones generales (seguridad, sociales, educativas, etc.) y la propia agenda de los medios puede hacer surgir otros ítems del momento que interesen seguir. En el caso de las primeras, no necesariamente se plantea un seguimiento sistemático, sino ocasional y adquiere la forma más de un pantallazo general. Ahora bien, cuando cualquiera de estas variables involucradas o un sector de las mismas son percibidas por los sujetos como inestables o sometidas a algún cambio, el se-

guimiento puede tornarse regular y diario y conllevar una búsqueda específica de la información. Lo mismo ocurre en el caso de temáticas agendadas por los medios, si son percibidas como fundamentales o involucran riesgos en variables significativas para los sujetos.

Estos ítems informativos son considerados importantes para obtener una visión general acerca de la realidad que permite a las personas moverse en todos los ámbitos de la vida cotidiana: el laboral, los grupos de pertenencia, las interacciones cotidianas formales o informales, etc.

Los consumos informativos manifestados por los entrevistados se articulan, por un lado, con la construcción de un marco general de acción que les posibilita anticipar, planificar y prever conductas tanto en ámbitos laborales como en la cotidianeidad. A su vez, estas temáticas que se saben públicamente conocidas, se articulan en las interacciones cotidianas, en las formales que se mantienen a partir de la actividad laboral así como en las informales con grupos de amigos, vecinos, con la familia.

Finalmente, nos interesa destacar una última consideración planteada aún en términos hipotéticos: estas prácticas en las que se articulan los consumos pueden ser vistas también como una continuidad de esa imagen principal que se desprendía de la recepción de informaciones: este "hombre bien informado" que, por ejemplo, conversa con la gente acerca de lo que sabe. Así también, muchas de estas articulaciones pueden configurarse como parte del ritual del consumo de noticias.

A partir de este estudio podemos postular entonces que esta supuesta "ansia de información" se constituye mucho más como un ritual cotidiano de consumo de fuentes informativas, detrás del cual se configura una imagen de un sujeto informado oportuna con los tiempos en los que vivimos. A pesar de ello, resulta válido hablar de una dependencia informativa con ciertos ítems, que tiene que ver en parte con la mantención de esta imagen de la que hablamos,

pero también con otras articulaciones en diferentes prácticas diarias de las personas en las cuales resulta necesario cierto conocimiento y orientación respecto de lo que sucede en la propia sociedad.

Bibliografía

- Ball Rokeach, S. y M. De Fleur (1976) en Mc Quail, D. y S. Windahl: *Modelos para el estudio de la comunicación colectiva*. EUNSA, Pamplona, 1989.
- González Requena, J.: *El discurso televisivo: espectáculo de la posmodernidad*. Cátedra, Madrid, 1988.
- Grillo, M. et al. *Investigación de audiencias en Río Cuarto*, en: Cuadernos Temas y Problemas de Comunicación Nº 2. Dpto. de Ciencias de Comunicación, UNRC, Río Cuarto, 1996.
- Grillo, M.: Medios, conocidos y allegados. Circuitos de reconocimiento local. En *Cronía*, Vol. 3, Nº 2, UNRC, Río Cuarto, 1999.
- Grillo, M. et al.: *Investigación de audiencias en Río Cuarto*, en Cuadernos Temas y Problemas de Comunicación. Nº 3. Dpto. de Ciencias de Comunicación, UNRC, Río Cuarto, 2000.
- Jensen, K.: *La política del multisignificado. Noticias en la televisión, conciencia cotidiana y acción política*. En Gómez, G.: *Hablan los televidentes. Estudios de recepción en varios países*. Universidad Iberoamericana, México, 1992.
- López Escobar, E.: *La era de la información: un desafío*. Ponencia presentada al Congreso Cultura Europea, Pamplona, 24/27 de octubre, 1990.
- Mata, M.: *Públicos y consumos culturales en Córdoba*, CEA-UNC, Córdoba, 1997.
- Morley, D.: *Televisión, audiencia y estudios culturales*. Amorrortu, Buenos Aires, 1996.
- Silverstone, R.: *Televisión y vida cotidiana*. Amorrortu, Buenos Aires, 1996.
- Wolf, M. *La investigación de la comunicación de masas*. Críticas y perspectivas. Paidós, México, 1991.

Análisis de "Carta abierta de un escritor a la Junta Militar" de Rodolfo Walsh

Claudia Fino

Notas

¹Citado por Chartier, R. en: *El mundo como representación. Estudios sobre la historia cultural*. Barcelona, Gedisa, 1996.

²Vertbisky, H.: "De la vida y de la muerte" en: *Textos de y sobre Rodolfo Walsh*, editor Jorge Lafforgue, Bs. As., Madrid, Alianza Editorial, 2000.

³Anguita, E. y Caparrós, M.: La voluntad. Tomo III. *Una historia de la militancia revolucionaria en la Argentina, 1976-1978*. Grupo Editorial Norma, Bs. As., 1998.

⁴Variaciones en rojo (1953).

⁵Vea y Lea y Leoplán.

⁶Recordemos que gran parte de la crítica le otorga la creación del género a autores como Truman Capote, quien en 1965 publica *A sangre fría*, mientras que los estudiosos de Walsh insisten en subrayar su anticipación al publicar *Operación Masacre* en 1957. Ver AAVV del ya citado *Textos de y sobre Rodolfo Walsh*.

⁷"Rodolfo Walsh y el lugar de la verdad", en: *Textos de y sobre Rodolfo Walsh*.

"En este mundo, no jugamos al ajedrez con figuras eternas, el rey, el alfil: las figuras son aquellas que las sucesivas configuraciones sobre el tablero hacen de ellas" P. Veyne¹.

Para empezar. Recordemos que el 24 de marzo de 1977 Rodolfo Walsh pasó en limpio y firmó la "Carta abierta de un escritor a la Junta Militar"; el 25 tenía una cita con alguien de la organización Montoneros, quien bajo tortura había pasado el dato, "cita envenenada" en términos de la organización. Así, Walsh cae en una emboscada, según Vertbisky², minutos después de arrojar en el buzón las primeras copias de la carta; según Anguita y Caparrós³, la carta había sido enviada el 24 a redacciones, embajadas, políticos, intelectuales y oficinas estatales. No se entrega, dispara con su revólver 22, su cadáver es trasladado a la Escuela de Mecánica de la Armada y su nombre pasa a formar parte de la larga lista de desaparecidos de la dictadura de los años '76-'82. Ningún medio local informó acerca de su muerte, y la noticia sólo se dio a conocer por el Buenos Aires Herald.

Un actor social complejo. Para explicar un texto y la manera de actuar del agente social que produce ese texto no sólo debemos identificar al individuo sino también determinar cuál es la ubicación desde donde ese individuo efectúa tal práctica discursiva.

Rodolfo Walsh construye su posición como escritor, -en principio- de textos policiales. Su primer libro

publicado a los 25 años contiene tres relatos policiales de corte clásico o de enigma⁴, es decir en los que el acento está puesto en la inteligencia, en el ingenio del detective para resolver problemas presentados como en un laboratorio. Pero paralelamente prefigura su posición como periodista, pues también escribe notas en revistas de gran circulación⁵. A su vez Walsh se desliza desde un predominio de la ficción a un predominio de la crónica, es decir de lo periodístico. Funda el género literario de no ficción⁶, deja al investigador ficcional de laboratorio para dar un paso al investigador real que debe modificar su forma de vida para realizar su trabajo (mudarse, ocultarse, cambiar de nombre...). Piglia habla de dos poéticas en las prácticas de escritura de Walsh: una, la ficcional, "el arte de la elipsis" en la que trabaja con la alusión, con lo no dicho, opuesta a la estética comprometida; la otra, la autobiográfica del testimonio verdadero, donde entra la diatriba, donde se posiciona también como historiador del presente, donde la escritura se hace política, donde se denuncian los manejos del poder⁷.

La escritura de la "Carta..." entra en la última escritura, se postula carta de "un escritor", pero ese escritor está construido también a partir de una trayectoria en la que es necesario recabar, pues su acumulación de recursos no se da en ese único espacio. La traducción de determinados autores (Irish, W.; Queen, E.; Simenon, G., Poe, E.; entre otros), en su

mayoría escritores de textos policiales; el trabajo de antólogo de textos policiales y de textos fantásticos⁸; su previo contacto con Hachette como corrector de pruebas que posibilitó la opción de la escritura como profesión; su ingreso en las revistas ya citadas a partir de la obtención de una mención en un concurso de cuentos policiales; su preferencia por el género de no ficción para denunciar injusticias en manos del poder⁹, con una carrera literaria promisoriosa y reconocida; es decir, su elección por una literatura vinculada a la política, construyen la posición de "un escritor", pero también otras posiciones relativas construidas con recursos específicos de cada espacio.

El renunciamiento a la escritura ficcional se da hacia 1968¹⁰, si bien el germen de Operación Masacre ya lo había puesto en otro lugar (como escritor) del cual regresa en los '60 (con una prolífica producción de cuentos y textos dramáticos y un nombre requerido en los círculos literarios). Son significativas las variaciones en sus prácticas a partir de la modificación en las posiciones que va ocupando en el campo intelectual, periodístico y político. La escritura política será la opción que no se modificará hasta su muerte.

Es notable, además de lo reconocido que fue Walsh en cuanto a su posición de escritor ("acumulación y control diferenciado de un recurso que es central en un sistema de relaciones"¹¹) y la posición de clase constituida por sus distintas capacidades en los diferentes campos en los que actuó (no sólo escritor, también corrector, traductor, antólogo, crítico, criptólogo, periodista, investigador, militante político) la ubicación que tuvo para sus colegas. García Lupo¹² habla de la incomodidad para darle el lugar de periodista, para sus colegas periodistas, y el lugar de escritor para los escritores. Como periodista se mantuvo alejado, sin afiliarse, de los organismos gremiales; no ejerció en lo que podrían considerarse empresas tradicionales de la prensa; tuvo oficios que nada tuvieron que ver con la profesión periodística y, además, su muerte se debió a razones de militancia política y no a ejercer la libertad de prensa. Por otro lado, su

labor inclinada a la investigación cercana al periodismo en sus textos "fccionales", su opción por la literatura política, dificultan también su identificación como uno más en el campo intelectual de los escritores.

Un agente social construye su trayectoria a partir de esta acumulación de recursos y de capacidades generadas, pero a su vez hay un aprendizaje surgido por el cual el actor social define sus preferencias y cuya explicación la encontramos en lo que las mismas le inculcaron. Así en la "Carta...", Walsh explicita con alto grado de precisión (abunda en cifras numéricas) los datos que la Junta oculta a la gente mediante la censura de prensa y la represión a la libre opinión, "fiel al compromiso" asumido desde hace mucho "de dar testimonio en momentos difíciles". La denuncia directa, frontal, de un intelectual es una opción en una época en la que hablar costaba la vida en muchos casos; más allá de la militancia de Walsh, la opción de la escritura de la carta abierta, por lo tanto de lectura en el ámbito social, y que revela y busca la verdad se puede relacionar con aspectos que encontramos en su trayectoria: por una parte, la preferencia literaria desde los comienzos de la literatura policial (género en el cual el problema gnoseológico, del conocimiento de la verdad, es central) no es fortuito; por otra parte, su deslizamiento hacia lo periodístico, y - dentro de lo periodístico- la investigación (unión, para Piglia, de las dos poéticas de sus prácticas - testimonio y ficción -); y por último una elección anterior que lo lleva a una nueva forma de narrar, conjugación de lo político y lo literario, cuya especificidad depende tanto de su condición de testimonio como del cuestionamiento de las categorías tradicionales de verdad, ficción y realidad: el género no ficcional o testimonial. Estos aspectos reúnen elementos que forman parte de ese aprendizaje en la trayectoria que orientan el hacer del agente. Es decir que opciones anteriores condicionan la legibilidad de esta denuncia.

Algo más: Walsh no sólo hace escritura necesaria su saber, su verdad, en la "Carta..." como estrategia

⁸Diez cuentos policiales argentinos. Librería Hachette, 1953 y *Antología del cuento extraño*. Librería Hachette, 1956.

⁹Tres son los textos de no ficción: *Operación Masacre* (1957), *Caso Satanowsky* (1958), *¿Quién mató a Rosendo?* (1969)

¹⁰Escribe, en principio, para el Semanario de la CGT liderada por Ongaro; luego sigue su camino como uno de los fundadores del diario Noticias de orientación montonera; y posteriormente organiza la Agencia Clandestina de Noticias (ANCLA) y Cadena Informativa.

¹¹Costa, R y Mozejko, D.: *"Prácticas Discursivas"*, Córdoba, inédito, 1999.

¹²"El lugar de Walsh", en: *Textos de y sobre Rodolfo Walsh*.

de hacer pública las acciones clandestinas del Estado, estrategia ya dispuesta en ANCLA para preservar a la gente del terror generado por el aislamiento y la incomunicación, sino que además rubrica el texto con nombre y apellido y número de cédula. Es decir que pasa de una estrategia de modo colectivo que en la Agencia de Noticias era útil sólo en la clandestinidad a una manera individual de hacer pública esa verdad sin ocultamientos. Esa rúbrica rescata en forma de distanciamiento y diferenciación de quienes ocuparon lugares similares al de él (nos referimos en este caso al campo político, al de la militancia) otro aprendizaje. Un aspecto que puede encauzar una posible explicación es la actitud del narrador que crea el escritor en los textos no ficcionales frente al Estado que delinque. No hay otra salida que un narrador que construya una verdad y alguna clase de justicia: narrar los crímenes, "porque han podido ser narrados, los crímenes no han quedado del todo impunes: contar, narrar, es una manera de reparar"¹³, el narrador lo hace solo. Así, la intimidad del narrador - investigador se convierte en una intimidad del denunciante Rodolfo Walsh - C.I.2.845.022, pues ésta también está sujeta a la política represiva del Estado. Por otra parte, el Estado constituido en el golpe del '76 - a diferencia de golpes anteriores- es inédito desde el punto de vista jurídico, político y metodológico, es un Estado terrorista.

Es necesario no dejar de tener en cuenta el sistema de relaciones construido además a partir de la "Carta..." y los modos de circulación de la misma. La crítica coincide en que es el texto de Walsh que ha sido más difundido en el extranjero; fue el grupo Montoneros el que la hizo circular secretamente en 1977 bajo el título "Carta abierta de un escritor a la Junta Militar", a pesar de que el autor había descartado la censura de la conducción que objetaba el párrafo (parte 5) en el cual se afirma que la peor violación a los derechos humanos no es la represión sino la miseria planificada por la política económica¹⁴. Por otro lado, el editor de Operación Masacre la incluye

en las ediciones de este texto como agregado a partir de 1984. En este caso, determinadas instituciones limitan la capacidad para dar ubicación respecto de dónde se inserta, cómo debe ser leída, de qué modo debe verse este discurso, etc.

Un enunciador no tan complejo. En primer lugar, es necesario ubicar el género discursivo en el cual se inscribe este texto de dos modos al menos: el de la arquitectualidad, el de la tradición, la carta abierta que hace pública una defensa, una acusación, un estado de cosas que quien es autor considera necesario hacer público; y el de la intratextualidad, el del escritor, dado que el texto no es el único en la escritura de Walsh que presenta este formato, y junto con otros dos ("Carta a Vicky" y "Carta a mis amigos") constituye un modo de expresar particular en su producción. De esta manera, el enunciado como resultado de la opción de un sujeto frente a distintas formas discursivas se inscribe en lo que podríamos llamar convencional acerca de las cartas abiertas, ya que en ella se toma como destinatario directo a quien se acusa -en este caso la Junta Militar- para informar a su destinatario oblicuo, el pueblo, acerca de los hechos realizados por los acusados. Es importante esta opción porque determinar cómo postular un receptor es también postular desde dónde se enuncia y establecer cuáles son los medios elegidos desde la producción textual que fijan o al menos proponen modos de leer. Sumado a esto el canal de transmisión elegido, la red de circulación seleccionada para el texto: sería enviado por correo a los medios gráficos del país y a los corresponsales extranjeros. Desde luego esta opción también nos obliga a revisar lo que caracteriza a toda enunciación, es decir la acción que efectúa un sujeto competente definido en relación con un tú sobre el que pretende influir. Pues aquí ese receptor virtual se construye en un doble simulacro, dos enunciatarios prefigurados por el enunciador: el que es concretamente textual, la Junta Militar, a quien se dirige toda referencia del ustedes y que por lo mismo puede convertirse en interactuante y aceptar o

¹³Amar Sánchez, A. M.: "El sueño eterno de justicia", en: *Textos de y sobre Rodolfo Walsh*

¹⁴Vertbisky, H.: 2000. Op. Cit.

resistir lo que el enunciado propone; y otro al que si bien no señala una segunda persona es un interlocutor previsto con competencia propia y a quien en realidad hay que motivar para el hacer. En términos de E. Verón, el primero conformaría la figura de un contradestinatario, al que no es posible persuadir; mientras que el segundo encuadraría en términos del paradestinatario, cuya competencia puede ser modificada a partir de enunciados verosímiles y por ello condicionan al yo para intentar convertir a este enunciatario en un sujeto del querer hacer.

Nos detendremos especialmente en el destinatario referido por la segunda persona, pues hay una construcción del mismo que puede analizarse, sino en todos, en varios niveles del enunciado. Asimismo haremos todas aquellas alusiones necesarias que impliquen la prefiguración de ese otro destinatario no textual pero de hecho sujeto de persuasión, al cual muchas veces podremos identificar con las víctimas de los procesos -todos negativos- del ustedes.

Es interesante ver la construcción del enunciatario como definición del yo porque éste se posesiona en el lado opuesto de aquel. La exacerbación de este enfrentamiento yo / ustedes está expresada además en la constitución del ustedes también como sujetos de decir, ese ustedes se constituye en otros enunciatarios que definen la posición diferenciada del yo. Así: "lo que ustedes llaman aciertos son errores, los que reconocen como errores son crímenes y lo que omiten son calamidades"; "de ese 'ser nacional' que ustedes invocan tan a menudo"; "El secreto militar de los procedimientos, invocado como necesidad de la investigación"; "cuando los trabajadores han querido protestar los han calificado de subversivos"; hay más ejemplos. El campo semántico que responde al decir es uno de los puntos que estructuran la oposición yo / ustedes. El relato de la Junta no busca ser veraz, no pretende hacer creer, sólo imponer terror ("son estereotipos de un libreto que no está hecho para ser creído...", "cuyo relato oficial tampoco está destinado a que alguien lo crea sino a preve-

nir a la guerrilla y los partidos..."). Esta construcción del enunciatario en un juego de oposiciones se acentúa a través de todos los procesos que se le adjudican. Como dijimos antes, éstos se presentan en su mayor parte como acciones negativas: "derrocaron un gobierno", "prohibiendo partidos", "amordazando la prensa", "han despojado"; sirva como ejemplo esta breve lista aunque hay muchos más. De este modo la superioridad del yo se define no sólo por su mayor competencia cognitiva (en el primer párrafo el enunciatario se presenta obligado a "esta forma de expresión clandestina" porque los hechos que se enumeran lo ubican en el lugar del saber; pero no sólo sabe, también es testigo y protagonista: "La censura de prensa, la persecución a intelectuales, el allanamiento de mi casa en el Tigre, el asesinato de amigos queridos y la pérdida de una hija que murió combatiéndolos, son algunos de los hechos que me obligan..."; en una gradación -de lo personal como periodista y como escritor a lo íntimo como amigo y como padre- que lo conforma a su vez como sujeto pasional, (para Aristóteles la *captatio benevolentiae*), sino también en su competencia axiológica, el que puede distinguir el bien del mal, la verdad de la mentira. El sistema de valores del yo es indiscutiblemente el consensuado, la isotopía conceptual que rodea al enunciatario recorre campos semánticos que responden a la violencia y/o la prohibición: censura, asesinato, persecución, crímenes, política represiva, campos de concentración, detenciones en secuestros, tortura sin límite, fusilamiento sin juicio, desaparición, la picana, el "submarino", tortura absoluta, miseria planificada, etc. Las redes conceptuales, originadas por esta selección léxica, recorre el discurso poniendo de manifiesto el foco del mismo. Toda la red sirve, además de desprestigiar y "desenmascarar" el discurso y el accionar de la Junta, para legitimar al enunciatario en su posición en el único lugar axiológico aceptable.

La polémica con la voz y los actos del enunciatario tiene otro refuerzo en la construcción de un tercer suje-

to, de quien se habla. En algunos casos, este tercero alude al "pueblo", especie de paradesinatario encubierto (ocurrencia terminológica que señala al sujeto de la persuasión dado en la sinécdoque -la parte por el todo- que lo distancia del enunciatario: pueblo = todos menos ustedes y sus cómplices y seguidores). La construcción de "pueblo" está dada siempre como víctima de las acciones de la Junta: "lo que ustedes liquidaron no fue el mandato transitorio de Isabel Martínez sino la posibilidad de un proceso democrático donde el pueblo remediara males que ustedes continuaron y agravaron"; "explotan al pueblo y disgregan la Nación"; "no son sin embargo los que mayores sufrimientos han traído al pueblo argentino"; este sujeto víctima a veces se especifica en su función ("trabajadores", "obreros", "delegados", "obrero industrial", "director de escuela"); otras se incluye en una categoría más amplia ("sustancia humana", "seres humanos", "gente", "habitantes") con lo cual también se califica al destinatario, pues si el pueblo se define a partir de la exclusión del ustedes, el ustedes queda excluido de hecho de estas categorizaciones, de "ser humano", por ejemplo Vertbisky, H.. En otras partes del texto el sujeto víctima ya muerto no se identifica desde lo discursivo con pueblo o con guerrillero y se lo denomina como "personas masacradas", "cadáveres", "cuerpos mutilados", "torturados", "muertos".

En otros casos el tercero alude a los "guerrilleros", con quienes el enunciador establece cierta distancia y no realiza un juicio de valor explícito aunque finalmente lo integra a la figura del pueblo. Los términos "guerrillero/a" y "guerrilla" aparecen nueve veces en el texto y en todos los casos -excepto en el último- se refiere como el objeto de uso de la Junta para justificar los actos de violencia y es desproporcionado a los actos guerrilleros que este enunciador omite en su discurso (o sólo habla de "acciones") y deja como relato falso del enunciatario su sobredimensión. Así: "al supuesto de que el fin de exterminar a la guerrilla justifica todos los medios que usan, han llegado ustedes a la tortura absoluta"; "en

lo interno se subraya el carácter de represalias desatadas en los mismos lugares y en fecha inmediata a las acciones guerrilleras"; "muchos de esos rehenes son delegados sindicales, intelectuales, familiares de guerrilleros, opositores no armados, simples sospechosos a los que se mata para equilibrar la balanza de las bajas"; y siguen los ejemplos. La última aparición del término "guerrillero" es la que posiciona al enunciador frente a esta cuestión, se trata de una construcción condicional, es decir el planteo de una situación hipotética que expresa un entimema, un silogismo trunco al que le falta una de las premisas: "...el abismo al que conducen al país tras la ilusión de ganar una guerra que, aun si mataran al último guerrillero no haría más que empezar bajo nuevas formas, porque las causas que hace más de veinte años mueven la resistencia del pueblo argentino no estarán desaparecidas sino agravadas por el recuerdo del estrago causado y la revelación de las atrocidades cometidas.". Dijimos anteriormente que se hacía en el discurso una identificación guerrillero / pueblo, ésta no está hecha de forma directa sino a partir de una operación lógica deductiva. Así: si para la Junta matar a todos los guerrilleros implica (o quieren crear la ilusión de) terminar una guerra, para el enunciador la guerra comenzaría nuevamente (aunque "bajo nuevas formas") porque las causas por las que existe la guerrilla son las causas que generan la resistencia del pueblo argentino.

Por partes. La "Carta abierta de un escritor a la Junta Militar" está dividida en seis partes numeradas, por lo tanto muestra una intención explícita de distinguir desde su estructura exterior una división de los contenidos que se presentan. Podemos conjeturar con J. P. Feinmann¹⁵ que la "Carta..." puede dividirse en dos partes, obedeciendo esta división a una cuestión temática, la primera de índole política; la segunda, a partir del punto 5, económica. Pero creemos que esta partición deja de lado esa intención de presentar separaciones que ayudan a entender el efecto de sentido que se busca.

¹⁵Feinmann, J. P.: *La sangre derramada. Ensayo sobre la violencia política*. Ariel, Bs. As., 1999.

En primer término, el hecho de que en todas sus publicaciones la "Carta..." se presente con sus partes numeradas (con números arábigos o con números romanos¹⁶) se opone a las posibilidades de entender el género discursivo carta en un sentido de comunicación informal o familiar. La cuantificación de la numeración de las partes orienta su lectura hacia una posición de claridad y orden de los puntos de reclamo desde el sujeto que denuncia. No hay espontaneidad ni conmoción como pretensión de efecto de sentido. El enunciador sabe ordenada y claramente cada una de las cosas que denuncia, no se vale del pathos para persuadir porque no hay necesidad, es suficiente dar a luz a los hechos. La verosimilitud de las cosas increíbles sólo es posible si éstas se presentan como una estadística. No son pocos los pasajes en los que se dan cifras de muertos, de desaparecidos, de fusilados, de heridos, de combates, de cuerpos mutilados, de prisioneros, de cadáveres, de recursos de hábeas corpus negados; también los números presentan evidencias de la participación de los trabajadores en disminución, la desocupación, los despidos, la disminución del consumo, el descenso del PBI, el aumento de presupuesto para Seguridad y Defensa, para la Policía Federal y provincial, el aumento de la producción animal que restaura la oligarquía. El recurso es periodístico, las cifras dan veracidad y refuerzan la característica del conocimiento del yo. El apoyo en datos tan concretos del destinatario lo inscribe en la dimensión cognitiva, pero también conduce hacia la dimensión axiológica, pues estos datos confirman un sistema de valores (el del destinatario de la carta) opuesto al de todos los seres humanos civilizados. Así nos acercamos a lo ideológico, los valores reconocidos (el derecho a la vida, la justicia, el trabajo, la resistencia a un terrorismo de Estado) legitiman ese hacer al que hay que impulsar.

Parte 1. El inicio contiene las causas de la existencia de la carta. El destinatario se posesiona como "escritor y periodista" y da la autorreferencia del texto: "esta forma de expresión clandestina". De todas las

autodesignaciones posibles, a las cuales ya hemos señalados en más de una oportunidad, este destinatario selecciona dos que justifican sus razones pero también que lo ubican en el lugar del conocimiento, del testimonio y de la víctima. La expresión se presenta obligada, son los hechos los que obligan, hechos contrapuestos con otros hechos en el tiempo: hoy "me obligan" / "después de haber opinado libremente [...] durante casi treinta años". Y también se oponen en la modalidad: hoy "expresión clandestina" / durante años: "libremente".

Hacemos una digresión: ¿por qué la paradoja? Todas las últimas expresiones de Walsh fueron anónimas y clandestinas (ANCLA, Cadena Informativa); la "realmente" última, esta carta, fue echada en buzones y enviada a publicaciones, embajadas, etc., y además firmada con nombre, apellido y número de cédula; sin embargo el destinatario la designa como "clandestina". ¿A qué clandestinidad se refiere? Permítasenos reflexionar improvisadamente acerca de su relación con la oralidad y la escritura. El sujeto denunciador designa la escritura como clandestina, pues la escritura no grita, y sólo en la oralidad está el acto individual que se deja oír, voluntario, deliberado de expresarse. Haber opinado libremente implicaba escritura pero sin impedimento del grito. El presente permite sólo la escritura y anula el grito. Lo escrito en ese contexto se parece a "El grito" de Munch.

Hay otra posibilidad de entender "esta forma de expresión clandestina": como la forma de expresión a la que Walsh debió obligadamente acercarse para poder generar un medio de comunicación que se contrapusiera a la voz oficial, es decir que se hiciera referencia a la forma de expresión de la actualidad (ANCLA, Cadena informativa...), un deíctico de mayor amplitud, y no a la carta.

Anteriormente dijimos que el enunciatario se construye también como sujeto de decir. Esta construcción implica un lugar desde el cual el destinatario circula y ubica también a su destinatario, el lugar del discurso: "El primer aniversario de esta Junta Militar ha motiva-

¹⁶Por ejemplo en romanos en la edición *La voluntad. Tomo III. Una historia de la militancia revolucionaria en la Argentina, 1976-1978* de Anguita, E. y Caparrós, M., Grupo Editorial Norma, Bs. As., 1998, y en arábigo la edición de *Operación Masacre* de R. Walsh, Ediciones de la Flor, Bs. As., 2000.

do el balance de la acción de gobierno en documentos y discursos oficiales, donde lo que ustedes llaman aciertos son errores, los que reconocen como errores son crímenes y lo que omiten son calamidades." El lugar de la polémica es el discursivo, documentos y discursos oficiales son las fuentes de las que parte el destinatario para empezar la acusación y no será la única vez que parta de esta voz. En este sentido estaría acorde con la modalidad de carta abierta, pues se desmiente el discurso que tiene mayor circulación por ser el oficial. A ese enunciador se le opone otro, el que se legitima en el lugar del saber.

Por otra parte, la oposición que se plantea en una horizontalidad discursiva también se establece en una verticalidad temporal, en lo hipotético: "Ilegítimo en su origen, el gobierno que ustedes ejercen pudo legitimarse en los hechos ..." , lo que se hizo antes, lo ilegítimo, pudo haberse mejorado y remediado en el transcurso del tiempo, legitimado (razonamiento típicamente revolucionario, si recordamos legalidad y legitimidad en Max Weber). El enunciador dice cómo. Otra vez sabe. El destinatario también sabe, pero elige otras acciones, procesos de imposibilitar un futuro democrático, prohibiciones, favorecer intereses de minorías, censuras y terror. En la totalidad, esta primera parte funciona como verdadero exordio argumentativo, en el cual se presenta el tema, un anuncio de plan y la *captatio benevolentiae*, a partir de las razones que llevaron al discurso.

Parte 2. En esta segunda parte se comienza a desarrollar el terror que se anuncia en la primera. Cifras unidas a los sujetos víctimas nominalizados como desaparecidos, presos, muertos y desterrados. Aquí se detiene sobre todo en las desapariciones y torturas. Los lugares y los tiempos en donde se encuentran las víctimas se corresponden con la inexistencia de justicia, inexistencia de conocimiento público y, por lo tanto, inexistencia del detenido. El lugar físico correspondiente para las víctimas serían las "cárceles ordinarias", lugar supeditado a cierta legalidad judicial; pero a él se oponen "virtuales campos de con-

centración donde no entra juez, abogado, periodista, observador internacional". Un no lugar al que le corresponde un no tiempo, pues "el detenido no existe": "han despojado ustedes a la tortura de su límite en el tiempo".

Se posiciona al ustedes en un espacio y en un tiempo fuera de los lugares y los tiempos civilizados, los métodos de tortura utilizados por verdugos de épocas medievales ("el potro, el torno, el despellejamiento en vida, la sierra de los inquisidores medievales") han sido mejorados y superados ("la picana y el 'submarino'"). Han perfeccionado los métodos "con auxiliares quirúrgicos y farmacológicos que no dispusieron los antiguos verdugos", y esto hace que -como ya se ha dicho- el destinatario pierda categoría humana, exceda con "la tortura absoluta, intemporal, metafísica" los límites de la dignidad del ser humano, "que perdió el verdugo, que ustedes mismos han perdido". Así, el enunciatario se encuentra fuera del tiempo, del espacio, de toda categoría que responda a la de humanidad. Apelar a la inquisición medieval como autoridad en tema de tortura sirve para subrayar este aspecto. Además, en este sentido, la "deshumanización" del otro lo inscribe en la estrategia de otros discursos anteriores, por pensar en algunos lejanos como la animalización de la figura de Facundo de Sarmiento, la bestialidad también animal de los federales en El matadero de Echeverría, la crueldad inhumana de los indios de Hernández, la monstrosidad de los peronistas en "La fiesta del monstruo" de Borges, etc. y por citar el más cercano al texto y que se contrapone a este: la figura del "subversivo" en el discurso de la Junta Militar. Se redefinen entonces en forma contrapuesta a los enunciados oficiales los términos de la dicotomía sarmientina, el lugar de la civilización -el pueblo, el yo- y el lugar de la barbarie - el llamado "Proceso de Reorganización Nacional".

El enunciador alude también al intertexto maquiavélico para darle al enunciatario esa posición, así parafrasea la conocida frase de Maquiavelo: "al su-

puesto de que el fin de exterminar a la guerrilla justifica todos los medios que usan".

Parte 3. En esta tercera parte se desarrolla otro de los capítulos del terror que también se señala en el campo discursivo: las ejecuciones de los prisioneros ocultas en el discurso oficial y reemplazadas por supuestos intentos de fuga o enfrentamientos. La voz del enunciario es enunciada para ser desmentida por el enunciador. El enunciador opone otra vez el discurso oficial: "son los estereotipos de un libreto que no está hecho para ser creído", "es asimismo una evidencia que surge de los comunicados militares", "cuyo relato oficial tampoco está destinado a que alguien lo crea", "en variadas aplicaciones de la ley de fuga ejecutadas sin piedad y narradas sin pudor". De esta manera presenta a su enunciario nuevamente en un lugar maquiavélico: el discurso no pretende ser creído, la finalidad perlocucionaria del mismo es de advertencia, la imposición del terror. El ejemplo de las cifras dadas por comunicados militares demuestra que los números no se dan para que nadie los crea sino para advertir que los prisioneros no serán tales, la prueba está dada en que otro enunciador, con el cual el enunciador de la "Carta..." concuerda, da los mismos datos: "Esta impresión es confirmada por un muestreo periodístico de circulación clandestina...", según una nota de la edición que usamos se refiere a Cadena Informativa, mensaje N°4, febrero de 1977. Es fundamental entonces la posición del discurso de ese otro enunciador que es a su vez el enunciario, el ustedes, su voz se opone a otras no en contraposición desde el contenido sino desde el lugar desde donde se lo dice, no desde su enunciado sino desde su enunciación. Además este locutor coloca en la voz del enunciario una posible justificación (que luego, en el futuro -ya pasado- la Junta usaría como argumento justificativo en su defensa) de los hechos aberrantes: "estos episodios no son desbordes de algunos centuriones alucinados"¹⁷. Lo sistemático del terror desde el ustedes también pasa, entre otras cosas, por el plano discursivo: "sino

la política misma que ustedes planifican en sus estados mayores, discuten en sus reuniones de gabinete..." .

Nuevamente en esta parte se recurre a la imago, la autoridad en la guerra sucia: "según la doctrina extranjera de 'cuenta-cadáveres' que usaron los SS en los países ocupados y los invasores en Vietnam".

Parte 4. También en esta parte se toma un capítulo del terror, centrado en la aparición de cadáveres que se registra con -otra vez- la veracidad de las cifras. El enunciador se posiciona en sujeto del decir y nuevamente contrapone su voz al otro enunciador que a su vez es el enunciario, aunque no se explicita que ese otro discurso es el del enunciario. Esa voz a la que se opone se presenta en la dicotomía ficción/realidad, así lo dicho por el enunciador lo ubica en la dimensión cognoscitiva, en el lugar del saber y ubica a su vez al ustedes en el del ocultamiento, el velo. Podemos detenernos en el uso del término ficción en el encuadre que de antemano se hizo del destinatario: no hay mentira en el discurso del otro, sí velo, sí enmascaramiento. Así, la ficción no miente, enmascara. Y como antes, en el plano del discurso: "En estos enunciados se agota la ficción de bandas de derecha, presuntas herederas de las 3 A de López Rega...". Se autocitan los enunciados con datos de fechas, lugares y cifras para desacreditar la versión oficial que atribuye los casos que han trascendido a las 3 A. Son bandas de derecha pero no de las 3 A. El enunciador hace una identificación que le permite también desacreditar otros enunciados: "Las 3 A son hoy las 3 Armas, y la Junta que ustedes presiden no es el fiel de la balanza entre 'violencias de distintos signos' ni el árbitro justo entre 'dos terrorismos', sino la fuente misma del terror que ha perdido el rumbo y sólo puede balbucear el discurso de la muerte". Por un lado, se desacredita el enunciado que fundamenta la teoría de los dos demonios en el decir de la Junta, del que el destinatario se distancia a través de las comillas, y por otro lado el autoerigirse "árbitro justo", cuando para el enunciador "sólo puede balbucear el discurso de la muerte". Y otra

¹⁷Recordemos palabras de la Junta en 1983: "En este marco, casi apocalíptico, se cometieron errores, que como sucede en todo conflicto bélico, pudieron traspasar, a veces, los límites del respeto de los derechos humanos fundamentales..." (Informe final de la Junta Militar sobre desaparecidos, abril de 1983) y también el canto popular ofrecido en contraposición a ese discurso, en las marchas en contra de las leyes de Punto Final y Obediencia Debida: "No hubo errores, no hubo excesos, son todos asesinos los milicos del Proceso".

vez en el plano del discurso. Un discurso opuesto al del destinatario que no se dice, se balbucea, el ustedes no puede ser competente en el plano discursivo, no puede construirse o se descalifica como sujeto de decir; no sólo porque sus enunciados son los de la muerte (los del terror) sino porque no son enunciadores legítimos. La estrategia de deslegitimación que se utiliza es apoyarse en el pasado y dar una predicción (desde su lugar de saber) de revelaciones futuras de crímenes a través de ejemplos con nombres y apellidos.

Parte 5. Las modalizaciones del primer párrafo permiten mostrar un reconocimiento de lo que hay que leer de las acciones del ustedes. Por un lado, la modalidad alética del primer enunciado presenta la noción de verdad de esta lectura: "Estos hechos, que sacuden la conciencia del mundo civilizado, no son sin embargo los que mayores sufrimientos han traído al pueblo argentino ni las peores violaciones a los derechos humanos en que ustedes incurrirán". Varias cosas: -se recupera en "estos hechos" todo lo enunciado por el yo que hemos denominado capítulos del terror;

- en los enunciados dedicados a "estos hechos" el yo descalifica al ustedes como sujeto del decir a partir de una enumeración exhaustiva del hacer, la ubicación del ustedes no tiene espacio ni tiempo en la civilización, no pertenece a la categoría humana; está fuera de "la conciencia del mundo civilizado"

- se retoma la figura del "pueblo argentino" como víctima de "estos hechos";

- pero, después de detenerse con minuciosidad en "estos hechos" y de utilizar variadas estrategias (subjektivemas, cifras, apelación a ejemplos con nombres propios, datos precisos de lugares y fechas,...) para persuadir al paradesinatario encubierto de la atrocidad de los mismos, el yo modaliza deónticamente para restarle a todos los enunciados anteriores el lugar que parecía haberseles dado: "En la política económica de ese gobierno debe buscarse no sólo la explicación de sus crímenes sino una atro-

cidad mayor que castiga a millones de seres humanos con la miseria planificada".

Cifras y porcentajes, estadísticas, que dan nuevamente verosimilitud, y configuran nuevamente al destinatario como garantía de poseer un sistema de valores consensuado (lo cuantitativo como sustento energético de lo cualitativo), apelación a otras "autoridades" en la desgracia que refuerza esa dimensión axiológica, en seis párrafos se desarrollan los puntos claves de esa política económica: salarios, desocupación, consumo, salud, contaminación, deuda externa, exportaciones.

Parte 6. Última parte en la que el destinatario señala en tres párrafos cuáles son los beneficiarios de esa política económica. La oposición se plantea entonces entre esta parte y la anterior, desde los lugares en los cuales quedan ubicados los sujetos víctimas con las consecuencias de la "miseria planificada" y las posiciones de los victimarios-beneficiarios ("la vieja oligarquía ganadera, la nueva oligarquía especuladora, un grupo selecto de monopolios internacionales"). Nuevamente aparece el planteo en el campo del discurso del ustedes. El destinatario califica de hechos "curiosos" para desacreditar el decir del otro, contrapone el hacer con el decir, por lo cual el decir queda desacreditado. Ese enunciado le es ajeno y resulta un boomerang que se recupera al final del párrafo a través de una serie de preguntas que también toman los enunciados del ustedes: "Frente al conjunto de esos hechos cabe preguntarse quiénes son los apátridas de los comunicados oficiales, dónde están los mercenarios al servicio de intereses foráneos, cuál es la ideología que amenaza al ser nacional". Las preguntas parten también de otros enunciados, enunciados realizados previamente por este destinatario que se erige en ellos como enunciatario legítimo "que venía a acabar con el 'festín de los corruptos'", que se legitima como salvador del país de los apátridas, de los mercenarios y de la ideología amenazadora. La pregunta es retórica o no hace falta hacer explícita la respuesta para el

enunciador, otra vez es el hacer el que descalifica al ustedes en el decir, lo deslegitima como enunciador.

Los párrafos finales nos reafirman lo que planteamos en un principio acerca del destinatario de toda carta abierta, uno directo textual y otro indirecto no textual. No hay lugar para el enunciador en el hacer hacer que tenga en cuenta al enunciatario, ni siquiera - como se plantea en el anteúltimo párrafo - para hacer pensar: "Si una propaganda abrumadora, [...], no pretendiera que esta Junta procura la paz, [...], aún cabría pedir a los señores Comandantes en Jefe de las 3 Armas que meditaran sobre el abismo al que conducen al país...". El hacer hacer que se señala entre las competencias para influir en el otro del enunciador no está dirigido al enunciatario, a ese sujeto textual, sino al pueblo, cuya aparición en el texto tiene la ubicación de un tercero de quien se habla. Tercero que en este párrafo -como desarrollamos antes- llega a identificarse en las causas de su lucha con las del guerrillero. Mirada además, desde un lugar en el tiempo futuro: "agravadas por el recuerdo del estrago causado y la revelación de las atrocidades cometidas".

En el último párrafo se subraya, con una posición más explícita desde los resultados de los efectos perlocucionarios buscados por quien habla, el enfrentamiento yo / ustedes como enunciador / enunciatario: "he querido hacer llegar a los miembros de esa Junta, sin esperanza de ser escuchado, con la certeza de ser perseguido", no aparece como "ustedes" el destinatario, sino "esa Junta", con cuya distancia llega al límite, se convierte en un tercero porque cae la estrategia formal de ser un destinatario a quien hay que persuadir, desde el comienzo no hay posibilidad de "ser escuchado", construcción que en la competencia pragmática de todo sujeto implica modificar la acción, "ser escuchado" es cambiar al otro, transformarlo (hacer hacer) o al menos hacer admitir y aceptar el propio discurso (hacer pensar). El hacer que sabe "con certeza" el enunciatario que se logrará como efecto de sentido de su carta es el "ser perseguido", efecto no busca-

do por el yo en sus enunciados, pero predecible en las acciones del ustedes.

Nuevamente en el final el yo se posiciona en el lugar de la obligación ética que va desde lo íntimo-personal a lo público-social: "pero fiel al compromiso que asumí hace mucho tiempo de dar testimonio en momentos difíciles". Posición del escritor y periodista de la primera parte que desvanece nuevamente la estrategia discursiva de dirigirse hacia ese destinatario representado en la Junta Militar, cuando el destinatario verdadero es el pueblo, pues de otra manera no se entendería el "dar testimonio", no se puede dar testimonio ante los que son los protagonistas de lo que se quiere mostrar. Además el párrafo comienza designando al propio discurso como "reflexiones", cuya carga de espontaneidad queda abolida por datos, cifras, planificación que han evidenciado que en realidad se pretende la reflexión en otro, que tampoco es el destinatario textual de ese discurso, pues el enunciador sabe la imposibilidad de ello y además no necesita hacerlo reflexionar. Tampoco él necesita reflexionar pues sabe: "he querido hacer llegar a los miembros de esa Junta", necesita mostrar, demostrar su competencia en una dimensión cognoscitiva que poseerá en un futuro todo el pueblo. El enunciador, de este modo, hace saber a su destinatario doble: al paradestinatario indirecto, a través de todos los enunciados de la carta, a través de toda la información (ese hacer saber tiene un objetivo único, hacer hacer o al menos lograr el querer hacer); al destinatario directo textual, a la Junta Militar, le hace saber que sabe y que otros van a saber.

Por fin. Coherencia y cohesión. Finalmente nos queda establecer las conexiones entre la práctica discursiva y el lugar desde el que un sujeto habla, pues la identidad de este sujeto pasa más por las relaciones que por su "ser en sí". Es decir que intentaremos ver si es comprensible que en el lugar en el que se ubica R. Walsh diga determinadas cosas -como esta carta-, un principio de coherencia: coherencia como "resultado de opciones estratégicas (en cuan-

to opciones entre alternativas disponibles) hechas por un agente social competente" ¹⁸.

La "Carta abierta a la Junta Militar" constituye en este trabajo la práctica discursiva que un agente social, complejo por su competencia en distintos espacios, opta desde una posición entre otras posibles.

Al comienzo recordamos la relación de Walsh con Montoneros, la "cita envenenada" por la cual cae en una emboscada. Sin embargo, en el texto no se posiciona como militante sino como escritor y periodista. Por una parte, es un hecho necesario -como lugar estratégico de persuasión a ese paradesinatario indirecto que se puede identificar con el hombre común (si es posible una categoría de este tipo)- que su imagen textual se aparte de la militancia y se ubique en la del intelectual. El contexto social y político de 1977, a un año del golpe, determina esa distancia opcional importante. Pero, por otro lado, es sabido que en los últimos tiempos antes de su muerte Walsh tiene grandes diferencias con la organización, sufre un desencanto con la política de Montoneros y esto lo despoja de teorías políticas y lo lleva a manifestar su necesidad de diferenciar entre "una vanguardia y una patrulla perdida" ¹⁹. La desnudez: el escritor y su pueblo. Podría pensarse que R. Walsh tiene una profunda crisis política-personal, entendible en los '70, cuando estas cuestiones estaban totalmente ensambladas. Estaríamos frente a -en términos gramscianos- una crisis del "intelectual orgánico".

En un principio también dijimos que la carta resulta de una posición del escritor no sólo en el campo intelectual sino también en el de su ideología de clase de la cual puede distanciarse. En este sentido, ambos campos -intelectual e ideológico- permanecen en una imbricación tal que no es inimaginable una radicalización semejante en cuanto a postura ideológica (me refiero a esta práctica discursiva) para un escritor de la época; fueron muchos los intelectuales que tomaron este lugar de lucha, baste nombrar como ejemplos a Haroldo Conti y Paco Urondo, ambos víctimas también de la dictadura. Aunque es-

tos últimos comparten con Walsh un compromiso mucho más radicalizado que el de otros escritores que también compartían las mismas causas.

Por otro lado, en el comienzo relacionamos la escritura de la carta desde su posición de escritor con una trayectoria iniciada en textos policiales, coherente con la búsqueda permanente del saber, saber que en la carta está en su enunciatario. Este camino además ya está dado en el camino que recorre en su biografía escrituraria, pues pasa del policial decimonónico - a la inglesa, influido por el pensamiento científicista -, al policial negro del siglo XX, en el cual el crimen deja de ser un problema de laboratorio, un problema científico, y es producto de las relaciones sociales. Si conectamos esto con el surgimiento de este subgénero policial y las condiciones de crisis norteamericana en la cual se produce, es lógico también encontrar que la modificación de las prácticas discursivas del sujeto social Rodolfo Walsh tienen una vinculación estrecha con sus contextos, y que este agente realiza opciones posibles entre las cuales podría haber estado la lucha desde el exilio, como hicieron muchos, a partir del ofrecimiento de la organización de un viaje a Roma ²⁰. Así, la etapa que comienza con los relatos denominados de no ficción o testimoniales son opciones de escritura que enfrentan una realidad en la cual el "asesino" es el Estado. Es coherente, entonces, que el recorrido que se inicia en Operación Masacre - de denuncia contra el Estado, de erigirse narrador-periodista-juez que puede dar testimonio de los asesinatos producidos por ese Estado en corrupción- culmine en un enunciatario que se posiciona como escritor-periodista y a su vez ocupa el lugar del saber para buscar una acción en su pueblo, en oposición neta a un Estado que ha desbordado los escrúpulos aun en el discurso, que se impone a través del terror. Esta carta, además, -como ya dijimos- "desenmascara" el discurso y el accionar de la Junta mediante la voz autorizada del destinatario, mediante una selección léxica que origina redes conceptuales con ese fin, hecho que se corresponde con

¹⁸Costa, R y Mozejko, D. 1999. Op. Cit.

¹⁹Relato de Vertbisky, H. "De la vida y de la muerte", en: *Textos de y sobre Rodolfo Walsh*. Editor Jorge Lafforgue, Bs. As., Madrid, Alianza Editorial, 2000.

²⁰Vertbisky, H. 2000. Op. Cit.

el discurso de los intelectuales de los '70, para muchos de los cuales el destino político era personal.

La confluencia entre lo personal y lo público en este actor social es uno de los ejes que ayudan a marcar sin dudas lo comprensible de la "Carta..." como práctica discursiva de este escritor, que se dirige a un destinatario indirecto con referente en el pueblo (con toda la acepción romántica del término propia de ese peronismo de aquellas épocas) obligado por determinados "hechos", entre los cuales se encuentra la muerte de una hija.

A modo de comentario, cabe agregar que percibimos en la "Carta..." cierta aureola épica en el sentido de la construcción de un héroe -puramente del decir- que puede restaurar y representar los valores colectivos, y aceptar explícitamente su destino ("con la certeza de ser perseguido"); pero no sólo en lo discursivo, pues esto se corresponde con un agente social que (más allá de un juicio valorativo) asume acciones que desde nuestra perspectiva también pueden considerarse "heroicas" dentro de -al menos- las actividades del intelectual por las cuales ponía en peligro su vida. Además, en algunos de los ejemplos de Walsh, donde abandona la precisión fechada y geográfica, puede verse esa dimensión épica de la que hablamos por la cual se evidencia su discurso para la Historia, es decir -valga el oxímoron- para el futuro, para la posteridad, para los argentinos de su tiempo y del mañana.

Bibliografía

- A.A.V.V.: *Ficción y política. La narrativa argentina durante el proceso militar*. Alianza Estudio, Bs. As., 1987.
- A.A.V.V.: *Represión y reconstrucción de una cultura: el caso argentino*. Eudeba, Bs. As., 1988.
- Amar Sánchez, Ana María: *El relato de los hechos. Rodolfo Walsh: testimonio y escritura*. Beatriz Viterbo editora, Rosario, 1992.
- Anguita, E. y Caparrós, M.: *La voluntad*. Tomo III. *Una historia de la militancia revolucionaria en la Argentina, 1976-1978*. Grupo Editorial Norma, Bs. As., 1998.
- Bajtin, M. y Voloshinov, V.: *Marxismo y filosofía del lenguaje*, Cap.II. Alianza, Madrid, 1992.
- Bourdieu, P.: *¿Qué significa hablar?*. Akal, Madrid, 1985.
- Certeau, Michel de: *La escritura de la historia*. Universidad Iberoamericana, México, 1993.
- Chartier, R. En: *El mundo como representación. Estudios sobre la historia cultural*. Barcelona, Gedisa, 1996.
- Corbatta, Jorgelina: *Narrativas de la guerra sucia en Argentina* (Piglia, Saer, Valenzuela, Puig), Corregidor, Bs. As., 1999.
- Costa, R y Mozejko, D. "Prácticas Discursivas", Córdoba, inédito, 1999.
- Feinmann, J. P.: *La sangre derramada. Ensayo sobre la violencia política*. Ariel, Bs. As., 1999.
- Filinich, M. I.: *La voz y la mirada. Teoría y análisis de la enunciación literaria*. Plaza y Valdés, BUAP, UI, México, 1997.
- Goldmann, L.: *Investigaciones dialécticas*. Universidad Central de Venezuela, Caracas, págs.105-114., 1962.
- Lafforgue, J.: (editor) *Textos de y sobre Rodolfo Walsh*. Alianza Editorial, Bs. As. Madrid, 2000.
- Leenhardt, J.: *Lectura política de la novela: Celosía de Robbe-Grillet*. Introducción, caps. I y III. Siglo XXI, México, 1975.
- Macherey, P.: *Para una teoría de la producción literaria*. Universidad Central de Venezuela, Caracas, 1974.
- Verón, E.: *La semiosis social*. Cap.II.5. Gedisa, Bs. As., 1987.
- Walsh, R.: *Operación Masacre*, Ediciones de La Flor, Bs. As., 2000.

La Nueva Provincia: ¿cambio o tradición?

Isabel Peyssé - Lisandro Herrera -
María Alejandra González -
Natalia Almaza - Francisco
Drisaldi - Verónica Shcro - José
María Di Carli - Mariano Bernardi
- Virginia Pirola - Mariana Fossati
- Carlos Lencinas

En el trabajo de identificar estrategias periodísticas de diferenciación mediática entre *La Nueva Provincia* (periódico regional de alta complejidad) e Índice del Sur (semanario local de mediana complejidad) es posible observar y remarcar algunos tramos donde *La Nueva Provincia*, uno de los diarios estudiados que condiciona al otro, adquiere renombre e importancia a nivel regional. De ese análisis intentamos extraer y entender la estrategia que, como periódico regional, se da para lograr ser esa mediación entre anunciantes y público lector en el proceso de construcción y legitimación de las noticias a nivel local.

Al identificar el proceso de construcción -generación y legitimación de la noticia a nivel local en relación a la influencia ideológica y la política empresarial que deviene de esa ideología. Teniendo en cuenta que marca la agenda en materia informativa en la ciudad de Bahía Blanca y la región sur de la provincia de Buenos Aires.

El caso de *La Nueva Provincia* quisimos destacarlo porque pretendemos analizar la estrategia que se da como medio regional para influir en un radio que abarca el sur de la provincia de Buenos Aires en el contexto de crisis que viven los medios gráficos y que, por ser un medio del interior, se ve alejado de las políticas empresariales de los grandes grupos concentradores de medios como el grupo Clarín.

Sobre esto último es preciso hacer una aclaración. *La Nueva Provincia* conformó hasta 1998 un multimedio regional dirigido por el grupo Massot junto a radio LU2 y canal 9 Telenuova quien formaba parte de TELEFE desde 1989 -año de las privatizaciones de los medios de comunicación que estaban en manos del estado- junto a otros nueve canales del interior del país. Al formar parte del paquete accionario de TELEFE, cuando éste fue vendido a Telefónica, canal 9 Telenuova se desvinculó del grupo Massot.

El desmembramiento de canal 9 de este grupo empresarial de medios hizo circular una serie de versiones que circularon por la ciudad no sólo en boca de los propios periodistas de la redacción (que no niegan ni afirman la venta al grupo Clarín), sino de los otros periodistas locales y los propios lectores. Aún hoy no han sido debidamente confirmadas. Las versiones dicen que en el año del centenario del diario -1998- fue entregado al grupo Clarín, luego de la venta que se había producido un año antes. Esto pudo haber repercutido en el cambio de diagramación producido durante el mes de octubre de 2000 o en el espacio de publicidad que el otro canal de aire de la ciudad -canal 7- viene ocupando a partir de la compra por parte de canal 13, empresa propiedad del grupo Clarín. Estas versiones son desestimadas o en algunos casos negadas por los directivos del diario quizás como estrategia de marketing o como una

fuerte convicción que garantiza la influencia ideológica que el medio produce desde su concepción tradicionalista en la región. Y, a consecuencia de esto, la realidad que lo señala como único medio gráfico, y que deviene en el carácter monopólico del manejo de la información.

Este carácter monopólico es concreto ya que sólo le presentan competencia los diarios propios de localidades muy pequeñas (menos de 100 mil habitantes) y de tirada e influencia menor como Ecos Diarios de Necochea o periódicos de localidades más grandes como Tres Arroyos que también forman parte del grupo de diarios del Interior integrado por este medio analizado.

La pertenencia desde el punto de vista empresarial al grupo Massot tanto de la radio (LU2 desde 1958) en caso de que hoy eso siga siendo así, como del canal hoy propiedad de Telefónica de Argentina (Canal 9 desde 1965), fortaleció a lo largo de los años el criterio de marcador de agendas no sólo de la radio más escuchada de Bahía Blanca -según mediciones propias- sino de los medios locales bahienses: el otro canal de aire existente en la ciudad y el resto de los medios que acentuaron la hegemonía y legitimaron el manejo de la información de *La Nueva Provincia* en la ciudad.

Más bien y si se tiene en cuenta que es el único medio gráfico, al día de hoy, de mayor tirada en la región, se podría seguir hablando de monopolio informativo.

Otra arista de este mismo problema sería, en caso de confirmar que *La Nueva Provincia* forma parte del grupo Clarín, reconocer si existe la influencia de ese multimedio nacional en la construcción de la noticia en el medio local.

La justificación de la historia

La relación del diario *La Nueva Provincia* ligada a los comienzos de la ciudad data de 1898 -año de su creación- a través de su fundador, abuelo de la direc-

tora actual del periódico, Diana Julio de Massot. Surge con una concepción ochentista ligada a la idea de ser "el mangrullo del sur argentino". La idea rectora puede reflejarse en la frase que encabeza la página donde se ubica la editorial del diario y las cartas de los lectores: "Vengo a luchar en pro de una idea grande, de una idea que encarna para el sur argentino el génesis de un brillante porvenir" -Enrique Julio, su fundador-.

Si se quiere la historia del diario está ligada a la historia de la ciudad.

Bahía Blanca fue concebida como línea de avanzada de fortines denominada "Fortaleza Protectora Argentina" durante la primera conquista del desierto. Y llegó a constituirse en la capital del sur argentino a partir de la concepción del Proyecto Nueva Provincia hoy reflatado desde algunos ámbitos de la provincia de Buenos Aires, sobre todo legisladores e intendentes de la parte sur y de localidades correspondientes a la sexta sección electoral. El diario acompañó los años de consolidación de la nueva ciudad como vocero de ese proyecto.

Durante los años fundacionales y en los avatares de la historia argentina *La Nueva Provincia* nunca estuvo al margen de las cuestiones políticas que evolucionaron de la mano de la idea de progreso.

Y tomó partido, a pesar de sostener una postura aparentemente alejada de cuestiones político partidarias. No sólo, avalando esa noción de progreso que entendía a Bahía Blanca como un polo de desarrollo en el desierto patagónico y ese proyecto de nación ochentista que "eliminaba al salvaje" para dar lugar al colono que venía a cultivar la tierra. Sino apoyando durante la última dictadura militar, por ejemplo, todas las acciones que las fuerzas armadas desarrollaron para "eliminar a la subversión" y convirtiéndose en un vocero de la marina de aquella época por la cercanía con la Base Naval Puerto Belgrano, como ya lo había hecho durante la llamada Revolución Libertadora de 1955 y la puja entre azules y colorados dentro de la misma fuerza. Aún hoy es posible

leer en los editoriales de tapa alabanzas a personajes nefastos de la historia política argentina como Videla o Massera sosteniendo una línea ubicada en el espectro político de la derecha o la extrema derecha en algunos casos.

Es por eso que el hecho de sostener hoy una línea tradicionalista, como lo expresara el asistente de dirección Norman Fernández durante la primera entrevista que realizamos para esta investigación, no esté tan alejada de la línea ideológica que adopta en sus últimas editoriales a pesar de los vientos de cambio que, se dice, vuelan sobre el moderno edificio -inaugurado en el curso de este año- que alberga a la redacción.

Un panorama a diario

La identificación de la estrategia periodística en lo que hace a la legitimación de la noticia a nivel local y/o regional se encuentra contenida desde el punto de vista político en la concepción que supone esa línea tradicionalista que adopta el diario y se refleja en las editoriales de tapa o pirulos, no siempre en las editoriales interiores que se refieren a temas nacionales, internacionales o regionales más que locales sin abundar en temas de actualidad política local. Para eso están las cartas de lectores que se ubican en la misma página y las columnas de opinión que varían de acuerdo a los días de la semana. Esto dicho así porque por ser el único medio gráfico de importancia -una tirada cercana a los 50 mil ejemplares los días domingos- y por esta razón, constituirse en referente periodístico y agenda de la radio más escuchada en la ciudad-según mediciones propias-, de los noticieros de los canales de aire y cable y de las radios de menor audiencia, resulta importante remarcar la línea que guía el pulso de la información en una de las ciudades más importantes de la provincia de Buenos Aires.

Una lectura más profunda de los diarios en la búsqueda de observar cómo construyen la noticia, durante un período situado entre fines de 1999 y co-

mienzos de 2000 (el traspaso del siglo) hasta el año que cursa, indica que en la tapa predominan las notas locales, aunque no siempre como principales, acompañadas por otras noticias nacionales e internacionales o de deportes (estas últimas preferentemente los días lunes, sábados y domingos).

Las columnas más fuertes en lo que hace a la actualidad política son la denominada Por las diagonales platenses -panorama político provincial- desarrollado por Ricardo Salas periodista corresponsal apostado en Sala de Periodistas de Casa de Gobierno y el panorama político nacional con la columna de los domingos del periodista Néstor Machiavelli. Marcan, sin dudas, el pulso de la actualidad política provincial y nacional.

Desde la última transformación en materia de diagramación, -la anterior data de 1993, con una diagramación parecida al desaparecido Tiempo Argentino- las secciones cambiaron de nombre no así lo que hace al contenido informativo.

En cuanto a la distribución de la información, es posible adelantar que a pesar de estar fragmentada en secciones fijas, el número de páginas que ocupan unas y otras varían según el día de la semana. Vemos que existe preponderancia de las notas correspondientes a la sección La ciudad -locales-, los días domingos acompañada de crónicas o informes sobre temas especiales. También es posible observar que existen páginas destinadas al tratamiento de temas correspondientes a secciones semanales como Ritmo Joven, Con el campo, Ideas Imágenes, (estas secciones especiales en algún momento de la historia de la última década del diario fueron suplementos especiales que acompañaban la tirada diaria una vez por semana según cada caso y cada día), suplementos de Salud y de Informática.

En días conmemorativos -como el aniversario de algún pueblo de la región, el día de Bahía Blanca o el día de la Industria- se aprovecha a editar páginas especiales compuestas por un alto porcentaje de anuncios publicitarios, como un plus para paliar la crisis de la industria editorial.

La Nueva Provincia está dividida en once secciones, de acuerdo al orden de aparición y ubicación en las páginas del diario de menor a mayor: El país política y gobierno -nacionales-, La ciudad política y gobierno - locales-, Opinión -editoriales y carta de lectores mas columnas de opinión-, La región -actualidad regional aportada por las agencias del diario apostadas en localidades cercanas-, Deportes -que los lunes ocupa más páginas-, Policiales y judiciales, El Mundo -internacionales-, Clasificados -clasificados y edictos judiciales-, Economía: variable, Punta Alta -noticias exclusivas de Punta Alta- y Arte y espectáculos o Vida cotidiana -sociales y noticias de espectáculos- en el tramo final del diario que cuenta con un promedio de 32 páginas los días de semana llegando a tener 52 los días domingo.

El orden de las noticias en cada sección y las páginas que esta insuma en la edición varía según el pulso de la información. En cuanto al predominio de noticias nacionales, regionales o locales se busca un equilibrio determinado por el pulso de la actualidad y reflejado en la cantidad de páginas que ocupa cada sección, aunque el diario se defina como local o regional de acuerdo a la selección de la información y al perfil de lector.

Las noticias nacionales se conforman de acuerdo a la información enviada por agencias de noticias nacionales: Telam y DYN en su mayoría e Infosic en menor grado. La sección de nacionales a veces cuenta con columnas de opinión firmadas por periodistas de la redacción casi siempre jefes de sección. Esto fue ratificado por Norman Fernández, asistente de dirección del diario quien aclaró que la selección de la información depende de "que el periodista se ponga en lugar del lector y se pregunte qué es noticia para el vecino común".

Las noticias locales se refieren a temas de interés general y relacionados con la actividad municipal. Rara vez, y salvo una cobertura especial, las notas locales aparecen firmadas. Dependen del perfil de lector que coincide con una descripción del vecino común: vecino medio de la ciudad de nivel económico medio.

Los regionales provienen de las agencias propias ubicadas en localidades cercanas al radio de influencia de Bahía Blanca, lugar de emisión de *La Nueva Provincia*. Al igual que las locales rara vez aparecen firmadas. Salvo el suplemento Regional que aparece una vez por semana.

En cuanto a los policiales, provienen de las agencias anteriormente mencionadas y coberturas propias según donde se haya originado la información.

Las internacionales provienen de agencias internacionales como Reuters o EFE. Algunas veces de la sección internacionales de la agencia oficial Telam.

Al pie de página de los clasificados aparecen los Edictos Judiciales.

Otro de los ítems a analizar tiene que ver con el espacio dedicado a las publicidades: durante los días de semana es notoriamente reducido con respecto a los días de fin de semana -especialmente el domingo, día de mayor tirada-. Las empresas que predominan son, a nivel local Bahía Blanca Plaza Shopping, La Cooperativa Obrera, Lucaioli y Municipalidad de Bahía Blanca. A nivel nacional Telefónica-Unifón y grandes anunciantes de diarios de tirada nacional. Últimamente entre los anunciantes es posible observar al canal de aire adquirido a fines del año pasado por Canal 13.

La tradición y los cambios

Guiados por las versiones que indican que el diario fue vendido al grupo Clarín seguimos insistiendo en descubrir o develar ese punto a partir de lo que significó en octubre del año pasado el cambio de diagramación.

Significó un antes y un después. Un cambio en la presentación pero no en el contenido hasta el momento.

Esta transformación podría enmarcarse en la ola de cambios en materia de diagramación de periódicos del interior del país como Los Andes o La Voz del Interior. Puede ser visto como un cambio posible de

toda actividad comercial para brindar algo más, con más color, más fotografías, introduciendo la infografía como un nuevo elemento gráfico y así lograr páginas más ágiles, con más color, que marquen una tendencia más moderna como se puede observar leyendo el diario.

O puede ser el producto de una estrategia propia de transformación en materia empresarial (el traspaso del grupo Massot al grupo Clarín como propietarios).

Y esto es posible analizarlo a partir de entender al medio como vinculación entre anunciantes y público lector. De una primera mirada a la publicidad que contiene *La Nueva Provincia* se puede observar su carácter hegemónico, pues concentra a grandes anunciantes locales y regionales. Además de haber incorporado a grandes anunciantes nacionales que aparecen, sobre todo los días domingos, en otros diarios como Clarín o La Nación.

El sistema de medios al que se incorpora *La Nueva Provincia* como marcador de agendas informativas en otros medios o en los medios del propio multimedios acrecienta este rol de concentrador de publicidad ayudado por la realidad que lo señala como único medio gráfico en la región -por lo menos con la importancia de tirada que tiene *La Nueva Provincia*-.

No obstante y pese a estas transformaciones que siempre refrescan las propuestas periodísticas y en este caso la influencia ideológica que el medio ejerce sobre la población, el asistente de dirección consultado reafirma que el paso del tiempo y la consolidación como base de agenda informativa en lo local, no ha hecho mella en *La Nueva Provincia*.

Porque no influye en la construcción propia de la noticia que elabora el diario que sea agenda de otros medios según lo expresara N. Fernández, ni siquiera el contacto con otros medios de la misma empresa, a pesar de que se da la circulación de periodistas entre uno y otro medio, lo que estigmatiza la concentración de información y no permite que fluya libremente y la condicione.

Quizás porque es un diario ubicado geográficamente en una ciudad como Bahía Blanca y que con su carácter tradicionalista sea el de mayor peso en la opinión pública -también por ser el único- sea posible esperar o lograr una evolución en materia informativa que esté acompañada de una estrategia empresarial.

O quizás en la conformación de la estrategia periodística tenga que ver el cambio versus la tradición impuesta a nivel global por los grandes multimedios nacionales que obligan a las estructuras de los medios gráficos del interior a sumarse o morir.

Bibliografía

- Miceli Walter (editor). Albertini E., Arellano F., Dietrich F., Fernández Echeverría, I., Giusti E., González L., Inda L., Koch, N., Mdeot, L., Pellegrino, L., Serrano E., Soto, K., Velázquez, X. y Watkins, X.: *¿Qué es noticia en los diarios nacionales?* Contextos de construcción y legitimación. F. Ediciones del GITEPP, Grupo de Investigación en Temas de Producción Periodística, La Plata, 1999.
- Miceli W.; Albertini E., y Giusti E.: "Noticia =negociación política" en *Oficios Terrestres* N° 6, La Plata, 1999, págs. 10-23.
- Miceli, Walter y Belinche, Marcelo: "La construcción de la Línea Editorial. Criterios de continuidad política para la edición periodística", Mimeo, La Plata, 2000.
- Miceli, Walter: "Modalidades de construcción de puertas de acceso a la lectura de productos editoriales", Mimeo, La Plata, 2000.
- Miceli Walter: "El diario contraataca", en revista *Oficios Terrestres* N° 4, La Plata, 1997.
- "Homenaje de La Nueva Provincia, exposición histórica, política, social y económica de la evolución de Bahía Blanca en su sesquicentenario", La Nueva Provincia, Bahía Blanca, 1978.
- Cien años de Periodismo. La Nueva Provincia 1898-1998. Bahía Blanca, 1998.
- Rodrigo Alsina, Miguel: *La construcción de la noticia*. Paidós, Buenos Aires, 1989.
- Wolf, Mauro: *La investigación de la comunicación de masas. Crítica y perspectivas*. Paidós, México, 1991.

El engaño periodístico

La primer tesis que marcamos en este trabajo sostiene que los medios masivos de comunicación son "empresas periodísticas" regidas por la lógica de la máxima ganancia y no por la objetividad y la independencia periodísticas, virtudes que, a pesar de ser resaltadas y supuestamente consideradas como de fundamental y principal importancia, quedan relegadas y supeditadas al fin económico que es el fin último de cualquier empresa capitalista, y por ende de la "empresa periodística" en sus diversas formas.

En su libro "Historia y crítica de la opinión pública" el alemán y moderno Jürgen Habermas, al tiempo que explica eruditamente características propias del ámbito de lo público y de la noción de publicidad en su sentido moderno, hace un excelente aporte para cualquier estudio acerca de la historia de los medios de comunicación, distinguiendo lo que él llama las fases de la evolución de la prensa. Ahora bien, más allá de la importancia de este aporte, conviene aclarar que el sistema teórico que plantea el autor está pensado para analizar las fases de la evolución de la prensa en Europa y en Estados Unidos. Por tanto, hay que ser precavidos y tener en cuenta que si quisiéramos transpolar los conceptos y las fases marcadas a la realidad de América Latina, estaríamos cayendo en un error. Con todo, la clasificación que hace Habermas, pero sobre todo la última fase que marca el autor, son de suma utilidad para nuestro trabajo.

Como decíamos, nos interesa puntualmente la tercer fase que reconoce Habermas en la evolución de la prensa. El autor afirma que se produce una "evolución que lleva a la prensa de opinión a convertirse en una prensa - negocio [proceso que se da] casi simultáneamente en Inglaterra, Francia y Estados Unidos durante la década de los años treinta del siglo¹ XIX". En otros términos: esta tercer fase se caracteriza por colocar en un segundo plano a la opinión y la función crítica -características inherentes a la prensa de opinión-, a la vez que le asigna un papel fundamental a la ganancia económica y a la obtención de dinero. En este sentido, el mismo Habermas afirma que "los primeros ensayos de prensa comercial moderna devolvieron al periódico el inequívoco carácter de empresa lucrativa privada..."; al tiempo que también agrega que "... ya a mediados del siglo existían muchas empresas periodísticas registradas como sociedades anónimas"².

Numerosos y variados factores como la evolución técnica de los instrumentos -sustitución de la prensa de mano por la prensa móvil por ejemplo-, las revoluciones burguesas del siglo XVIII, el crecimiento de los centros urbanos, el desarrollo de las vías de comunicación, los avances en las tecnologías y en los medios de comunicación, influyeron de manera preponderante para posibilitar la introducción de la prensa en esta tercer fase de evolución. Por otra parte, y

Gustavo N. Risso Patrón

Notas

¹Habermas, Jürgen: *Historia y crítica de la opinión pública*. Editorial Gustavo Gilli, España, Quinta Edición, 1997, pág. 212.

²Ibidem.

en un plano de no menor importancia, debemos hablar también, del abaratamiento que se produce en el costo de los periódicos, a la vez que no podemos sino considerar, los nuevos destinatarios de la prensa, y más tarde, de todos los productos de los medios de comunicación: las grandes masas de individuos.

La conjunción de los inventos y avances tecnológicos con determinadas características sociales, nos colocan ante el nacimiento de la prensa tal como la conocemos en la actualidad: gran cantidad y diversidad de secciones y suplementos, publicidades -en el sentido moderno- que cada vez ocupan más espacio, noticias que se empiezan a organizar tal como aparecen en los diarios de hoy en día, la separación entre la editorial y la redacción, en fin, nos encontramos ante un cúmulo de factores que propician el surgimiento de los grandes diarios actuales. Al respecto, Habermas afirma que "puesto que la venta de la parte destinada al reclamo publicitario está interrelacionada con la venta de la parte confeccionada por la redacción, la prensa, hasta entonces institución de las personas privadas como público, se convierte ahora en la institución de determinados miembros del público como personas privadas; esto es, en la puerta de entrada de la publicidad de intereses privados privilegiados"³.

Retomando lo dicho, no en vano podríamos preguntarnos ¿qué son los actuales medios masivos de difusión sino empresas capitalistas cuyos objetivos económicos son exactamente iguales a los que pretendían los periódicos surgidos en la época de oro -1860 y 1920- de los grandes diarios estadounidenses y europeos? ¿Qué representa la pérdida de importancia y espacio por parte de la opinión y la crítica, lugar que comienza a ser ganado por los espacios publicitarios -no sólo en los diarios, sino también en todos los medios-, sino la deliberada búsqueda de la mayor ganancia económica posible por parte de los propietarios? Con lo dicho, ¿nos encontramos ante una institución basada en los consejos de los manuales de periodismo independiente, o estamos ante una empresa -con to-

das las letras- organizada por la lógica y los parámetros que le brinda la economía capitalista?

Para concluir la fundamentación de esta primera tesis, es conveniente agregar que "en esta nueva situación, el capitalismo delega la producción al Tercer Mundo y se transforma en capitalismo de supraproducción, en el que se venden servicios y se compran acciones. No es ya un capitalismo para la producción sino para el producto, es decir, para la venta o para el mercado. El servicio de venta es el alma de la empresa. Nos hemos enterado (...) de que las empresas tienen alma, cosa que sin duda es la más terrorífica del mundo. El marketing es el instrumento del nuevo control social y forma la raza impúdica de nuestros dueños"⁴. Y las "empresas periodísticas" son parte de esta "nueva situación".

Veamos como opera lo dicho en un ejemplo concreto. Tomaremos el caso del Grupo Clarín, con la aclaración de que no forma parte de ningún ensañamiento contra dicha "empresa periodística", sino que su consideración como ejemplo para este trabajo resulta a partir de la consideración de que se trata del grupo multimediático más importante del país y uno de los más relevantes a nivel mundial.

Ahora bien, ahorrándonos todo tipo de descripción histórica acerca del Grupo Clarín, podemos preguntarnos, y con el objetivo de tomar al Grupo como ejemplo paradigmático para explicar nuestras tesis, ¿por qué la existencia de un mass media en el ámbito de la prensa gráfica fue el trampolín para que surgiera el actual Grupo Clarín, cuyas empresas de comunicación se instalaron en todas las ramas del sector? ¿Qué fue lo que sucedió para que "desde aquel 28 de agosto de 1945, cuando Roberto Noble sentó las bases de un nuevo diario, moderno e innovador"⁵ hasta la actualidad, "su propuesta periodística"⁶ se convirtiera en lo que hoy es el Grupo Clarín? ¿Qué factores influyeron en la conformación de esta empresa multimediática?

¿Cómo logró Clarín, primero con Roberto Noble a la cabeza, y luego con su esposa como Presidenta

³Habermas, opus cit., pág. 213.

⁴Terrero, Patricia: *Innovaciones tecnológicas y planetarización cultural*. Facultad de Ciencias Sociales, Universidad Nacional de Quilmes, Buenos Aires, 1996, pág. 165.

⁵*Manual de Estilo del Diario Clarín*. Editorial Aguilar, Tercera Reimpresión, Buenos Aires, Julio de 1997, pág. 13.

⁶Página web oficial del Grupo Clarín (www.grupoclarin.com.ar)

del Directorio del Grupo y como Directora Editorial del Diario Clarín, conjugar durante "más de medio siglo de exitosa presencia en el escenario nacional, sus premisas invariables [de] brindar la mejor información, publicar primicias e investigaciones especiales, proporcionar a sus lectores análisis y opinión sobre los temas centrales que los involucran, explicar y contextualizar los hechos más destacados de la realidad, transmitir emoción con inteligencia, exhibir el mejor diseño gráfico al servicio de los contenidos y potenciar la fotografía y la infografía como verdaderos lenguajes periodísticos⁷" con el propósito y compromiso emblemático tan mentado, defendido y difundido -no sólo por Clarín, sino por todos los medios- de "hacerlo todo como un medio independiente, comprometido con la libertad, con la ética pública y con los valores básicos que sustentan la convivencia en democracia y el ejercicio de los derechos individuales y sociales, desde su profunda identidad argentina⁸"? En este sentido, cabe preguntarnos si ¿realmente son "hoy (...) [la] mism[a] gente de comunicación que ayer?⁹" Haciéndole el favor a toda la ciudadanía argentina de posibilitarle "a través de la más avanzada tecnología, la posibilidad de integrarnos como país y con otros pueblos, [facilitando] la inserción de la Argentina en un mundo cada vez más competitivo y globalizado"¹⁰, ¿el Grupo Clarín no obtiene ningún rédito, beneficio, provecho o ganancia?

Resumiendo y encaminando nuestra pregunta hacia el punto nodal de este trabajo, ¿qué lógica es la que rige los movimientos del Grupo Clarín? ¿La lógica del capitalismo o la lógica del periodismo independiente?

Jugando con la intertextualidad, cabe en este punto hacer una acotación que viene muy a cuento. Retomando lo que el gran actor Al Pacino, en la película "El Informante" ("The Insider") -en el papel de productor televisivo, cuyas ideas progresistas están en total contradicción con la vida que lleva y el aggiornamento que caracteriza al personaje, pero que

a su vez, parece no haber olvidado los consejos que Herbert Marcuse le dio en su carrera universitaria -, le cuestiona enérgicamente a su jefe de sección¹¹, podríamos preguntarnos si Ernestina de Noble es una mujer de negocios o una mujer de noticias. De la misma manera, los integrantes de sus empresas, ¿son mujeres y hombres de noticias o son mujeres y hombres de negocios? "Las empresas que integran el Grupo [, y que] se proponen fortalecer las instituciones que sustentan el sistema democrático, facilitando la discusión de los grandes temas y promoviendo el debate y la comunicación entre los distintos sectores de la sociedad...", ¿qué son?, ¿compañías capitalistas o herramientas destinadas "... a servir a la comunidad..." y a fortalecer la democracia? El Grupo Clarín, "... primer grupo de comunicaciones de la Argentina, (...) compuesto por medios de distinta naturaleza...", entre los cuales se encuentra el Diario "... Clarín, el (...) [periódico] de mayor circulación en el mundo de habla hispana [y] (...) origen del grupo"¹², ¿se rige por la lógica económica y del mercado o por la lógica del periodismo independiente y objetivo? Inmerso en el mundo globalizado, capitalista y posmoderno que enmarca nuestros días, ¿qué lógica rige el comportamiento y la evolución del Grupo Clarín? La toma de decisiones y llave de su éxito, ¿está basada en la lógica económica a la que en ningún lugar hace referencia o en los parámetros que el periodismo independiente le brinda y que son resaltados a la hora de elaborar sus Principios y Valores y al hacer la Declaración de sus Propósitos? En tal sentido, ¿cómo puede ser que el Diario Clarín y los medios que conforman el Grupo Clarín hayan sobrevivido a la dictadura del 76 con el estilo objetivo e independiente -que, según el mismo Grupo, siempre los caracterizó-, e intentando fortalecer las instituciones democráticas? Nos faltan pruebas empíricas para dar una respuesta a esta respuesta. De todos modos, sí podemos hacer diversas interpretaciones. Una de ellas, es la que nosotros creemos que debe haber influido de manera preponderante: la gran habilidad y capacidad de negociación de los empresa-

⁷Ibidem.

⁸Ibidem.

⁹Ibidem.

¹⁰Ibidem.

¹¹La pregunta se la hace a su jefe con motivo de la censura de una entrevista que él, como productor, había conseguido, dando su palabra de honor al entrevistado y en un contexto que no viene al caso detallar. El enojo de Al Pacino se traduce en "What we fucking are? Bussinesmen or Newsmen?", que significa, "¿Qué mierda somos nosotros? ¿Hombres de negocios u hombres de noticias?"

¹² www.grupoclarin.com.ar

rios de este Grupo para, justamente, poder coexistir con órdenes políticos, económicos y sociales adversos a sus principios. Esto es, en momentos de crisis, o el Grupo Clarín se debía olvidar de sus pretensiones moralistas y de cumplir con sus objetivos y propósitos, o debía cerrar sus puertas -en tiempos de democracia por motu propio-, y en tiempos de dictadura por censura. A la inversa: si negocia y pacta con quien corresponde, dejando a un lado no sólo sus pretensiones, sino también sus anhelos periodísticos, tiene la posibilidad de continuar capitalistamente viviendo.

Pues bien, como hemos dicho, los mass media son empresas que buscan la máxima ganancia y las decisiones que toman sus directorios están regidas por la lógica capitalista. Ahora bien, lo perverso y criticable de las estrategias de estas empresas es el ocultamiento que hacen de su permanente búsqueda de la ganancia económica. En otros términos: no estamos haciendo una crítica al modo capitalista de obtener ganancias -eso forma parte de otra discusión-, sino que nuestra crítica apunta a mostrar cómo a través de un "engaño periodístico" se hace creer que lo más importante para cualquier medio de comunicación y para cualquier periodista es la objetividad, cuando en realidad, lo más importante -en la mayoría de los casos- es el dinero. En la tercer tesis de este trabajo ahondaremos en las consecuencias que este ocultamiento produce.

La mentira periodística

Ya hemos referido a los fines últimos de las "empresas periodísticas", como así también, a los lógicos, válidos y poco objetables fines económicos que también persiguen los periodistas. Ahora buscaremos explicar las razones por las cuales consideramos decididamente imposible que los periodistas -pero no sólo ellos sino también todas las personas-, en tanto sujetos, sean objetivos. Veamos esta tesis en profundidad.

Para intentar demostrar esta segunda tesis apelaremos a la reflexión teórica realizada Louis Althusser

en su libro *Ideología y aparatos ideológicos del Estado*. Allí, una de sus tesis centrales es que "la ideología interpela a los individuos como sujetos"¹³. No intentaremos hacer una descripción acabada del famoso libro de uno de los primeros -sino el primer-reformulador de Marx, pero sí pretendemos apropiarnos de algunas de sus nociones para intentar comprender lo planteado en nuestras tesis.

Althusser habla de una doble operación en la lógica de funcionamiento de la ideología. Al tiempo que interpela a los individuos y los constituye en sujetos, función ideológica por excelencia de la ideología, y función que por lo demás la define; la ideología lleva a los individuos a un lugar de sujeción, de atadura. Es decir, por un lado, interpela a los individuos y los constituye en sujetos; y por otro lado, los sujeta a la ideología. "La ideología 'actúa' o 'funciona' de tal modo que 'recluta' sujetos entre los individuos (los recluta a todos), o 'transforma' a los individuos en sujetos (los transforma a todos) por medio de esta operación muy precisa que llamamos interpelación, y que se puede representar con la más trivial y corriente interpelación, policial (o no) '¡Eh, usted, oiga!'" . Al tiempo que se da la transformación, también se da la sujeción.

Los aportes de Althusser fueron y siguen siendo fundamentales, más aún para comprender nuestra segunda tesis. Veámoslo.

El campo periodístico hace creer que la cualidad más importante y distinguida con las que se puede calificar a una empresa massmediática o a los propios periodistas es la de la objetividad. En tal sentido, y como dijimos, la objetividad en sujetos es absolutamente imposible. Aún más, con lo dicho por Althusser en una mano y con los aportes freudianos acerca del desconocimiento e imposibilidad de manejo de nuestro inconsciente en la otra, ¿cómo fundamentar la idea de la objetividad periodística? ¿Cómo entender que un sujeto puede ser real y certeramente objetivo como intentan ser los periodistas, cuando es un sujeto interpelado, constituido y sujetado por la ideología?

¹³Althusser, L.: *Ideología y aparatos ideológicos de Estado*. Editorial Nueva Visión, Bs.As., 1988, pág. 52.

Las preguntas planteadas son a nivel teórico. Ahora bien, ¿cómo justificar la objetividad de un medio o de un periodista cuando es una práctica corriente -pero que nadie se esfuerza por difundir- la presión ejercida por los clientes de los medios -léase auspiciantes que invierten dinero en publicidad en los medios- para que revelen sus contenidos, consulten las notas antes de ser publicadas, o se adecuen a ciertas necesidades planteadas por el cliente? Ni que hablar de aquellos periodistas que, luego de "tirar" una noticia perjudicial para algún actor social, salen en busca -intermediarios de por medio, cual mediador entre secuestrador y familiares de secuestrados- de dinero para "callarse" y "cajonear" esa noticia. Y lo más perverso de esta práctica reside en un punto en el que luego ahondaremos con la tercer tesis: el ocultamiento de dichas prácticas y la repetición sistemática de la que son víctimas todos los periodistas de sus cualidades profesionales: la objetividad y la independencia.

Plus periodístico

Ha llegado el momento de ahondar en la última de las tres tesis marcadas, y quizás, la menos comentada y más difícil de des-ocultar.

Ante todo, es fundamental reiterar que, por un lado, los medios masivos de difusión en tanto empresas, tienen un objetivo último que es la máxima ganancia económica, fin último que no debe ser perdido de vista -y de hecho sucede así- en ningún momento por sus Directores; y por otro lado, que los periodistas, más allá de su vocación profesional, de su compenetración con el trabajo y de sus válidas ansias de informar lo más verdadera, objetiva e independientemente posible, reciben una paga por parte de los massmedia. En tal sentido, los fines económicos que persiguen los medios, como el salario recibido por los periodistas son dos realidades absolutamente válidas e inobjetables. Es decir, como no se le recrimina al kiosquero del barrio las estrategias que planea para intentar obtener la mayor cantidad de

dinero posible vendiendo productos en su kiosco, tampoco se puede criticar a los medios masivos de difusión por pretender lo mismo. Asimismo, como nadie pone en tela de juicio la labor de un empleado de cualquier rama de la economía y su respectivo sueldo, tampoco se puede hacer lo propio con la labor periodística. Se podrán objetar la gran cantidad de dinero que factura mensualmente una empresa multimediática monopólica, o la escasa paga que recibe un periodista novato, pero estos son puntos que forman parte de la agenda de otra discusión.

La aclaración realizada recientemente puede ser entendida como una mera obviedad redundante que no aporta nada a este trabajo. Sin embargo, hemos llegado a la conclusión de que, cuando se trata de cuestiones propias del campo periodístico, es menester recordarla una y otra vez hasta el hartazgo para hacer evidente una realidad que también resulta innegable: el gran caudal de capital simbólico que obtienen los medios masivos de difusión y los periodistas.

Explicemos mejor esta cuestión, porque estamos ante el punto central de nuestra tercera tesis.

Pareciera ser que cuando se trata de cualquier empresa en cualquier rama de la economía o de cualquier profesión u ocupación, los fines económicos de unas y de otros son totalmente evidentes. Nadie invierte capital para perder dinero y nadie trabaja gratis. De todos modos, pareciera que cuando se trata de empresas periodísticas o del trabajo de los profesionales del campo periodístico, la cuestión económica pasa a un segundo plano. No se trata de una negación de la realidad, ni de un ocultamiento deliberado, pero sí se podría considerar que estamos ante un hecho que, aparentemente, no necesita ser recordado como prioritario, y que de hecho, son muy pocos, sobre todo, si pensamos en los periodistas, los que traen a colación voluntariamente esta cuestión.

Aún así, la reflexión sigue pareciendo una obviedad absoluta e innecesaria. De todos modos, conviene agregar un detalle más que resulta decisivo para entender el razonamiento.

Detrás de esa realidad -que no es negada ni ocultada deliberadamente, pero sí- relegada, tanto los medios masivos como los propios periodistas se encargan de embanderar una virtud que parece serles inherente, propia y exclusiva: su independencia y objetividad -valores fundamentales para ellos- en el trabajo, los cuales permiten convertirlos en los responsables de inmensos aportes al desarrollo justo de la sociedad, y en hacedores de un "gran favor" a toda la población a partir de la difusión y el tratamiento periodístico de temas que son de interés de todos.

Antes de continuar, conviene hacer otra aclaración. Injusto sería de nuestra parte considerar que no hay periodistas que se esmeren en ser objetivos y trabajar independiente a partir de un compromiso con la sociedad. De todos modos, la imposibilidad de la objetividad es una falacia que, como ya dijimos, resulta imposible de alcanzar; mientras que el trabajo independiente, es sólo posible -y en cierto grado- cuando se trata de medios de difusión que, por sus características, son realmente alternativos. De todos modos, y más allá de la concreta posibilidad de la existencia de "empresas periodísticas" y de periodistas realmente comprometidos, la propia lógica del sistema y la necesidad los hace caer en la búsqueda de la ganancia como primer objetivo. En otros términos: si las empresas no consideran las ganancias, quiebran, y por tanto, no pueden seguir saliendo al aire o imprimiendo ejemplares; y si los periodistas no consideran sus honorarios profesionales, no pueden, entre otras cuestiones, saciar sus necesidades básicas.

Lo importante de esta tesis es que, la aparente relegación a una segunda instancia de la cuestión económica, parece ser una estrategia, aunque en algunos casos inconscientes, sumamente efectiva. Es así que, diversas encuestas realizadas a personas en todo el país, y en todo el mundo, arrojan como resultado exagerados niveles de credibilidad en el periodismo. Una de las últimas, realizada por el Instituto de Desarrollo Regional (IDR) en Rosario a 400 personas mayores de 18 años y habitantes de distintos

barrios de la mencionada ciudad, y publicada en el diario La Capital da como resultado que el desempeño del periodismo merece en los consultados un 58% de opinión positiva, un 33,1% de opinión regular, y sólo un 7,4% de opinión negativa. El segundo lugar en opinión positiva en cuanto a su desempeño es ocupado por la Iglesia, que cuenta con sólo un 28,9% de opinión positiva, es decir, menos de la mitad que el periodismo. Más atrás se ubican el Concejo Municipal de Rosario (9,5%); la Policía (6,0%); la Justicia (4,6%); el sindicalismo (4,0%); la Legislatura provincial (2,9%); y el Congreso nacional (1,7%)

Los resultados hablan por sí solos y no necesitan explicación. De todos modos, es llamativa la distancia que existe entre el periodismo y la Iglesia, y mucho más, entre los demás actores. Ahora bien, como decíamos anteriormente, la labor periodística y el aparente relegamiento de sus objetivos económicos -aparición que es inherente al funcionamiento del campo-, producen un abultado capital simbólico que queda en manos de las "empresas periodísticas" y de los periodistas que trabajan en ellas. Y, precisamente, la perversidad de esta apropiación de capital simbólico reside en que, dicho capital es producido no sólo a partir de la falta de figuras creíbles en el seno de la sociedad, sino fundamentalmente a partir de la supuesta objetividad e independencia con la que dicen desempeñarse los periodistas, virtudes que, aparentemente, distan años luz de tener los diputados, los jueces, los sindicalistas, etc. El punto es que, como dijimos anteriormente, tanto la objetividad como la independencia periodísticas son, lisa y llanamente, falacias que no hacen sino legitimar el trabajo de los profesionales del campo. La pregunta que no resiste ni un segundo más por ser formulada es: ¿qué pasaría si los periodistas aclararan y si se instalara socialmente la imposibilidad de trabajar objetiva e independientemente en el periodismo? ¿La gente seguiría creyendo o teniendo la misma imagen positiva de ellos? ¿Cuál sería el grado de revolución si la gente se despabilara y se diera cuenta de que el Cuar-

to Poder es manejado por profesionales pagos, subjetivos y dependientes de diversos intereses?

Para entender lo anterior, es necesario retomar las reflexiones de Althusser cuando el autor afirma que "es propio de la ideología imponer (sin parecerlo, dado que son "evidencias") las evidencias como evidencias que no podemos dejar de reconocer, y ante las cuales tenemos la inevitable y natural reacción de exclamar (en voz alta o en el "silencio de la conciencia"): "¡Es evidente! ¡Eso es! ¡ Es muy cierto!"¹⁴. Y en tal sentido, hay un ejemplo concreto que resulta figurativo para ilustrar esta tercera tesis y la cita de Althusser: la división en secciones de los diarios. Todos los diarios tienen secciones, lo cual, ya estaría implicando cierto grado de subjetividad no sólo en la definición del nombre de la sección y de las secciones que se incluyen o que no se incluyen en el diario, sino también en la clasificación de las noticias en cada sección. Pero además de esta cuestión resulta interesante observar tan sólo por unos segundos un periódico de cualquier parte del mundo y percatarse de que, hay una sección que se llama Opinión. Esto es: pareciera entonces que en ninguna de las secciones de ninguno de los diarios del mundo hay opinión personal de los periodistas, sino solamente en la sección Opinión o en las notas que aclaran que se trata de opiniones personales con la firma de quien se hace responsable de ella, o con la inclusión de una breve volanta que diga "Opinión". Es evidentemente obvio que eso es rotundamente falso.

Veamos cómo funciona lo afirmado en esta tercera tesis con el ejemplo tomado del Grupo Clarín. Se nos podría objetar, y en un principio parecería tratarse de una observación válida, que un gran porcentaje de grupos empresarios -cualquiera sean las ramas de la producción en las que se destaquen- realizan obras de caridad, fundan institutos destinados al bien público, crean fundaciones cuyo objeto reside en la difusión de la cultura nacional, colaboran económicamente con organizaciones públicas o privadas que se dedican a la caridad, entregan becas de estudio,

en fin, realizan una serie de acciones comunitarias que escaparían a los objetivos meramente económicos. De todos modos, podemos soslayar esa crítica, pero para ello necesitamos a Pierre Bourdieu.

No pretendemos hacer un desarrollo del sistema teórico de Bourdieu, ni tampoco analizar nuestro objeto de estudio desde todas sus categorías teóricas. Simplemente recurrimos a él, para tomar su noción de interés y relacionarla con nuestro objeto de estudio. En este sentido, podemos afirmar que por más que "el Grupo Clarín entiende que su compromiso con la sociedad se expresa tanto a través de su gestión cotidiana como mediante el ejercicio de la actividad comunitaria...", razón por la cual creó en 1966 la Fundación Roberto Noble, a través de la cual "... organiza una amplia gama de actividades, promoviendo la misión de los medios como canales de educación, información y cultura, programas de perfeccionamiento periodístico, del uso de los medios en la educación y de jóvenes profesionales, foros de escritores, seminarios y talleres de desarrollo profesional"¹⁵, entre otras actividades; de la misma manera, más allá de que Multicanal apoye "a UNICEF en la campaña "Ver para crecer"¹⁶, como así también en otras actividades de caridad, -Bourdieu nos dice que siempre hay un interés hasta en el propio -y aparente- desinterés.

Esta noción de interés que trabaja Bourdieu, es una categoría que el autor toma de la economía y la traspasa al campo de lo simbólico. En este sentido es que el autor afirma que hay un interés en el desinterés, que tal vez no tenga que ver con lo económico, pero sí tiene que ver con otras instancias de reconocimiento, más ligadas al capital simbólico y al capital cultural.

Volvamos para atrás. Sin tener en cuenta lo afirmado por Bourdieu, ¿qué representarían las acciones comunitarias del Grupo Clarín y sus empresas más que una actitud desinteresada y comprometida con la sociedad? Ahora bien, considerando lo dicho por el autor, ¿qué objetivo persiguen las obras de

¹⁴Althusser, pág. 5.

¹⁵ www.grupoclarin.com.ar

¹⁶Ibidem.

caridad realizadas por el Grupo Clarín y signadas por un aparente desinterés, sino el concreto y poco ingenuo interés por acumular y obtener mayor reconocimiento y prestigio social? En otros términos, ¿qué logran las empresas a través de las buenas obras, más que acumular "capital de reconocimiento o de consagración"?¹⁷ Y en una sociedad carente de referentes sociales, ¿qué les permite esa acumulación sino el aumento de su credibilidad y poder? Justamente, de eso se trata el capital simbólico.

Esta noción de capital está relacionada, sobre todo, al prestigio, a la legitimación, al reconocimiento. Este tipo de capital -que en el marxismo no se tiene en cuenta-, al ser sacado de su connotación económica adquiere un carácter principal. Las preguntas anteriores y los dos ejemplos mencionados lo demuestran.

Ahora bien, si nuestra hipótesis se basa en que la lógica que rige los medios es la económica y sólo en segundo lugar aparecen los parámetros de los manuales de periodismo, ¿cómo se puede entender que el Grupo Clarín haga una inversión -más allá del monto que ella haya implicado- para transmitir algunas de sus señales de televisión a los argentinos que habitan la Antártida en forma gratuita? ¿En qué se basa este gasto? Estas preguntas y el razonamiento al que ellas nos conducen, podrían servir para desecharnos nuestra tesis. Sin embargo, en nuestra ayuda, aparece Bourdieu, quien habla claramente acerca de la importancia que tiene el capital simbólico. Pues bien, ¿qué está intentando el Grupo Clarín sino una recaudación de capital simbólico en toda la sociedad argentina?

Ahora bien, nunca sabremos las razones que indujeron al Directorio del Grupo Clarín a tomar esta determinación. Se podrá objetarnos, que dicha resolución fue tomada para hacer una obra de bien, para poder contactar a ese pequeño grupo de argentinos con el resto del país a través de la televisión, en fin, las salidas pueden ser muchas. Sin embargo, podemos decir -gracias a Bourdieu- que más allá de ser una cuestión que nunca podremos afirmar con cer-

teza y sin miedo a equivocarnos, todo agente siempre tiene intereses privados en juego. Es decir, primero lo recaudado por la "bien vista" acción, y luego la demostración de hermandad para con nuestros patriotas que sufren temperaturas de más de 40° bajo cero. En este sentido, se entiende que, por ejemplo, entre abril y diciembre de 1997 se auspicié la segunda edición del Circuito de Golf Amateur Unicef Argentina, que sirvió para recaudar fondos para mejorar la calidad de vida de muchos niños pobres del país, como así también, la donación de los sistemas y computadoras obsoletas, cuando son reemplazadas por nuevas y más modernas.

El ejemplo de la donación de las computadoras es muy claro. Primero se usan, cuando están obsoletas para el trabajo que hay que hacer, o cuando se compran sistemas más modernos, las máquinas se donan. Ahora bien, ¿ante qué panorama nos encontraríamos si TyC Sports quebrara? ¿seguiría donando las computadoras frecuentemente o tendría que usar esos ordenadores ya que no puede adquirir otros?

Una aclaración

Más allá del grado de crítica existente en las tres tesis propuestas en este trabajo, en ningún momento se está proponiendo una suerte de "actitud mediofóbica" que implique dejar de leer diarios, mirar televisión o escuchar radio. El hecho de buscar demostrar un engaño del cual todos somos presa, no implica que se dejen de consumir los productos de las "empresas periodísticas".

A modo de conclusión

La actual estructura mundial de producción está caracterizada por la creciente importancia, participación y poder que los medios de comunicación y de información han adquirido en ella, sobre todo, luego de la Segunda Guerra Mundial, y con Estados Unidos como impulsor de la transnacionalización y

¹⁷Gutierrez, Alicia. Pierre Bourdieu: *Las prácticas sociales*. Colección: Cátedra. Editorial Universitaria. Universidad Nacional de Misiones, Posadas, 1995, pág. 39.

globalización planetaria. En ese contexto, la figura del Estado, que antes garantizaba el marco para la participación pública, ha cedido su lugar al mercado regido bajo las órdenes del consumo como lugar no sólo de constitución de identidades, sino también como principal discurso articulador de vastos sectores de nuestra sociedad. Y en este escenario, la televisión se convierte en la principal mediadora entre el ciudadano y el poder, construyendo esta relación según las reglas del espectáculo. La política, en el sentido tradicional del término, deviene comunicación al más puro estilo "estadounidense", cimentada y propugnada por los mass media y el marketing político, a la vez que se transforma en un saber técnico y en una estrategia de venta. Indudablemente, esto atenúa y disminuye drásticamente y peligrosamente la capacidad, los espacios y la posibilidad de discursos enfrentados al hegemónico, como así también, el peso específico de la crítica, la cual, cada vez resulta menos importante.

Enmarcados en este nuevo escenario, los medios masivos de comunicación social van en camino de reemplazar y cumplir el rol de no sólo los partidos políticos, sino también de los sindicatos y de muchos intelectuales. Obviamente, como ya lo dijimos anteriormente, los medios son empresas -muchas de ellas con capitales transnacionales y/o monopólicos- que se rigen por las leyes del mercado. Ergo, su rol no puede sino estar condicionado por ellas.

Es evidente, como dijimos, que este contexto no pudo sino haber beneficiado a los medios de comunicación. Por tanto, teniendo en cuenta las siempre presentes ansias capitalistas que orientan a las empresas a la obtención de la mayor ganancia económica posible, podemos decir, citando a Patricia Terro que "los medios comenzaron a ser espacios donde se construyen memorias, representaciones, formas sociales de la imaginación que articulan la nueva cultura urbana y las identidades nacionales. La prensa se transforma en el lugar en el que se expresa la vida económica y política de la nación y en el que

se hace pública la actividad intelectual y la producción cultural. En una etapa posterior, la radio y el cine interconectaron de una manera que no había logrado la prensa - el espacio nacional, tendieron a urbanizar y nacionalizar el imaginario social y a expresar las transformaciones en la vida social y política de la época¹⁸ .

Volvamos al punto en el que habíamos quedado. Como dijimos, fueron los valores, parámetros morales y éticos, y principios del periodismo que se esmeran en defender todos los mass media los que nos llamaron la atención, y que dieron origen a las tesis que orientan este trabajo.

Al respecto, y más allá de haber incluido en nuestro trabajo, retazos de ellos, es importante reproducir íntegramente lo que el Grupo Clarín se jacta de defender en no pocas oportunidades. En este sentido, nos encontramos con el siguiente párrafo: "Transcurrido más de medio siglo de exitosa presencia en el escenario nacional, Clarín continúa ratificando, día tras día, sus premisas invariables: brindar la mejor información, publicar primicias e investigaciones especiales, proporcionar a sus lectores análisis y opinión sobre los temas centrales que los involucran, explicar y contextualizar los hechos más destacados de la realidad, transmitir emoción con inteligencia, exhibir el mejor diseño gráfico al servicio de los contenidos y potenciar la fotografía y la infografía como verdaderos lenguajes periodísticos. Y hacerlo todo como un medio independiente, comprometido con la libertad, con la ética pública y con los valores básicos que sustentan la convivencia en democracia y el ejercicio de los derechos individuales y sociales. Y también desde su profunda identidad argentina¹⁹". Asimismo, más adelante nos encontramos con sus "Principios y valores:

· El Grupo Clarín asume cotidianamente el compromiso de brindar una comunicación honesta e independiente, ejercida con responsabilidad profesional, ofreciendo a sus públicos una visión completa y actualizada de la realidad.

¹⁸Opus cit., pág.167.

¹⁹www.grupoclarin.com.ar

· Las empresas que integran el Grupo se proponen fortalecer las instituciones que sustentan el sistema democrático, facilitando la discusión de los grandes temas y promoviendo el debate y la comunicación entre los distintos sectores de la sociedad.

· Son objetivos del Grupo utilizar la más avanzada tecnología para ampliar la gama de opciones informativas, culturales y de entretenimiento, así como promover y difundir el talento argentino en el contexto de un mundo globalizado.

· El respeto por sus públicos, el servicio a la comunidad y el compromiso con la creatividad productiva son valores básicos que impulsan la estrategia del Grupo Clarín²⁰.

Por último, y no por eso menos importante, es menester destacar la "Declaración de propósitos" que el Grupo se trazó. Así pues, nos encontramos con el siguiente texto:

· "El Grupo Clarín es un grupo argentino de comunicaciones dedicado a brindar información, opinión, entretenimiento, educación, y cultura.

· Es el primer grupo de comunicaciones de la Argentina, y está compuesto por medios de distinta naturaleza.

· Clarín, el diario de mayor circulación en el mundo de habla hispana, es el origen del grupo. Hoy el Grupo Clarín se compromete a seguir siendo un espacio independiente para la exposición y el debate de los temas que tienen que ver con la vida de la gente. Por eso, defendemos la democracia y sus libertades, y promovemos el fortalecimiento de las instituciones sociales que sustentan las garantías democráticas.

· Las mujeres y los hombres de nuestras empresas estamos comprometidos con los valores nacionales, a través de una gestión comunicadora honesta e independiente, ejercida con responsabilidad profesional.

· Hoy somos lo mismo que ayer, gente de comunicación. Primero desde la gráfica, ahora también desde la radio, la televisión, el cable y las redes digitales, brindamos, a través de la más avanzada tecnología, la posibilidad de integrarnos como país y con otros

pueblos. Así facilitamos la inserción de la Argentina en un mundo cada vez más competitivo y globalizado.

· Millones de argentinos nos prefieren. Y ese es el mayor reconocimiento al que puede aspirar un grupo de comunicaciones: ser creíbles²¹.

Las diferencias con lo que otros medios o grupos de medios puedan redactar es mínima, y la idea sigue siendo siempre la misma. Así pues, vemos que los parámetros del periodismo independiente y la vasta sarta de discursos moralistas, éticos y plagados de "admirables valores", son la máscara que cubre el verdadero motor de las empresas de comunicación e información: la mayor ganancia económica posible. Ergo, la lógica que rige las empresas y grupos de medios de comunicación masiva, es la lógica que el capitalismo le brinda.

El mismo Habermas ya había afirmado que las instituciones publicísticas "en la medida en que se van comercializando, y en la medida en que se van concentrando económica, tecnológica y organizativamente, se han ido transformando a lo largo de la última centuria hasta convertirse en complejos sociales de poder; de modo que es precisamente su permanencia en manos privadas lo que amenaza por todos lados a las funciones críticas de la publicística²²". Con todo, más allá de las disidencias en las que podemos llegar a caer al intentar reflexionar y ahondar en las razones por las que los medios de comunicación esgrimen como fundamentales ciertas cuestiones que en realidad no lo son, debemos decir, que ellas vienen a cumplir una función que consiste en ser una suerte de máscara que pretende cubrir sus abultadas ganancias.

Ahora bien, ¿qué se logra con esto? ¿Qué sentido tiene? ¿Qué persiguen? Esta respuesta puede ser considerada en múltiples direcciones igualmente importantes. Sin embargo, consideramos que una lectura no poco importante es la planteada en este trabajo: las estrategias de encubrimiento son fundamentales a la hora de analizar los motivos por los cuáles los medios de comunicación, a pesar de ser empre-

²⁰www.grupoclarin.com.ar

²¹www.grupoclarin.com.ar

²²Habermas, opus cit., pág. 215.

sas capitalistas con fines primordialmente económicos han llegado a ser tan creíbles en el seno de nuestras sociedades y se han convertido en el llamado "Cuarto Poder".

Más allá de nuestra opinión, conviene traer a colación a Habermas, ya que viene muy a cuento con lo que estamos tratando de demostrar, citar una afirmación suya que nos sirve no sólo para agregar una característica más a lo dicho, sino también para complementar y dar más fuerza aún a nuestra idea. En este sentido, el autor alemán, cuando hace referencia al paso de la segunda a la tercera fase de la evolución de la prensa, sostiene que, entre otras cuestiones, también "se modifica la relación entre la editorial y la redacción. La actividad de la redacción había dejado de ser ya -bajo la presión del progreso técnico en el modo de obtener noticias- una mera actividad literaria para especializarse en sentido periodístico. La selección de material llega a ser más importante que el artículo editorial; la elaboración y enjuiciamiento de las noticias, su corrección y disposición, más apremiante que la prosecución literariamente eficaz de una "línea". Sobre todo a partir de los años setenta se configura una tendencia a desplazar de las primeras jerarquías del periódico a los grandes periodistas, para sustituirlos por administrativos de talento. La editorial contrata a los redactores para que, de acuerdo con oportunas indicaciones, y atados a ellas, trabajen para los intereses privados de una empresa lucrativa²³".

En esta tensión entre, por un lado, la preponderancia que tienen los intereses privados de un Directorio y la imposibilidad de descuidarlos; y, por otro lado, la construcción de los discursos intentando mostrar el mundo de una determinada manera, es que se originan nuestras conclusiones. Porque ¿cómo entender que el diario Clarín y el diario La Nación sean socios en distintos emprendimientos comerciales? Es decir, ¿qué otro fin más que la mayor posibilidad de ganancia los une? Ante una hipotética e imaginaria situación en la que se tuviera que hacer una crítica al Grupo Clarín o

al Diario La Nación por algún tema en particular, es decir, a sus patrones, ¿cómo harían Los Andes y La Voz del interior? ¿Qué escribirían sus editorialistas? ¿Esto se condice con el explícito compromiso que se jacta tener el diario de ser "un espacio independiente para la exposición y el debate de los temas que tienen que ver con la vida de la gente²⁴"? ¿No estaríamos en condiciones de afirmar que, siguiendo con el hipotético ejemplo, se estaría violando el principio declarado "de brindar una comunicación honesta e independiente, ejercida con responsabilidad profesional, ofreciendo a sus públicos una visión completa y actualizada de la realidad"²⁵.

Dándole una vuelta de tuerca más, debemos citar una frase que aparece en la página web oficial de La Voz del Interior. Luego de cuestiones descriptivas acerca de las cualidades del diario, nos encontramos con la fehaciente afirmación de que el diario "conserva intacto el credo inicial: independencia respecto de los grupos de poder político y económico; defensa de la democracia, el federalismo, la libertad, la justicia, el pluralismo y la convivencia, e ineludible búsqueda de la verdad"²⁶. Una sola pregunta nos alcanza para demostrar la falsedad de estas líneas: ¿qué es el Grupo Clarín sino un grupo de poder económico?

Así, pues, estos son sólo algunos de los interrogantes que se nos plantean, no sólo en el marco de este trabajo, sino también, cada vez que leemos -ya no sólo del Grupo Clarín- potentes convicciones ideológicas y abstractas demostraciones moralistas de este tipo, que dan pie y son la base sobre las que se construye una empresa económica, la cual, paradójicamente, no requiere más que el respeto y consideración de los parámetros brindados por las leyes del mercado para obtener gran éxito.

En el mismo sentido debemos reflexionar acerca de TN y Volver. Más allá de que el Grupo afirme que el "gran desarrollo del mundo del cable, tan apasionante y en constante expansión, hizo que Artear Argentina creara dos propuestas nacionales de gran envergadura: Todo Noticias y Volver"²⁷, debemos ser

²³Habermas, opus cit., pág.213.

²⁴www.grupoclarin.com.ar

²⁵www.grupoclarin.com.ar

²⁶www.intervoz.com.ar

²⁷www.grupoclarin.com.ar

conscientes de que ellas no fueron dadas a luz por lo encantador y "apasionante" que resultó ser el mundo de la televisión por cable, o el amor hacia el periodismo independiente y el tratamiento informativo objetivo, como así tampoco, por el gusto hacia el cine nacional o el favor que nos hacen de reconstruir "gran parte de la memoria audiovisual de los argentinos"²⁸. En este punto, y otra vez remitiéndonos a la pregunta que articula nuestro trabajo, debemos entender que más allá de que el periodismo y el cine antiguo sean las pasiones de algunos de los integrantes del Directorio del Grupo, las partidas de a millones que la instalación y puesta en funcionamiento de ambos debe haber requerido, no hubiesen sido autorizadas sin el previo y completo estudio de mercado que brindara las garantías necesarias para tal inversión. Así pues, una erogación de tal calibre y grosor, no se hace por amor al periodismo o al cine argentino, sino que tiene su motor en otros lugares.

²⁸www.grupoclarin.com.ar

Medios de comunicación y crisis de la representatividad. ¿Hacia una democracia deliberativa?

La crisis de la política y de la representatividad de la dirigencia política es una constante de las últimas dos décadas y, en nuestro caso, aflora de manera permanente, al menos desde la debacle del alfonsinismo y su apuesta a un modelo institucional, allá por 1987.

En el último tiempo, la crisis fue ejemplificada por los casos de corrupción en el Senado y, más recientemente, por la discusión sobre el denominado "costo de la política". Propuestas como la muy difundida del grupo "Sobran políticos", que consiste básicamente en la reducción al 50% de los cargos electivos en todo el país, han concitado gran adhesión en la población, e incluso son esgrimidas por algunos dirigentes partidarios, en un intento de diferenciarse de la "vieja política".

Esta sensación de malestar que atraviesa a la sociedad no es nueva, y encuentra formas diversas de expresarse. Los medios de comunicación son relacionados con la problemática, ya sea de manera positiva (permitiendo la visualización de los actos de corrupción y controlando al poder político), ya sea negativa (desideologizando las propuestas políticas y centrando la mirada en aspectos anecdóticos y en la imagen de los candidatos).

Intentaremos aclarar la discusión sobre la problemática aludida, analizar sus causas, los intentos de solución esgrimidos, sus limitaciones, y el rol de los

medios (incluidos los de factura no tradicional, como Internet y otras redes cibernéticas) en esta situación.

Versionando la crisis

Bajo el rótulo de crisis de la representación o de la representatividad (que aunque relacionados aluden a situaciones diferentes) y otros rótulos similares se agrupan en realidad una variedad de situaciones que tienen en común la ruptura o debilitación del vínculo tradicional que unía a representantes y representados en la forma de la democracia liberal de masas.

De hecho, el vínculo de representación siempre supuso una distancia o hiato entre representante y representado y una cierta autonomía del primero en la toma de decisiones, como forma de dirimir la dificultad de la participación plena de cada integrante en la misma.

No otra cosa subyace en el mandato constitucional clásico, según el cual "el pueblo no delibera ni gobierna si no es a través de sus representantes". Así, el diputado no representa a un elector determinado sino al conjunto de la Nación y, por ello mismo, no está vinculado por un mandato imperativo. Según este criterio, el representante no se halla sujeto por órdenes o instrucciones de los electores, pudiendo decidir, en los asuntos inherentes a su función, con suficiente amplitud. En este sentido, el represen-

Luis Sandoval

tante se diferencia del mandatario legal pues éste sólo puede hacer aquello para lo que se le confirió autorización (Loñ, 61).

Es decir que cierto grado de autonomía en la acción del representante no sólo es esperable sino que es constitutiva de la relación de representación. Si bien en un nivel más bien trivial se afirma que la tarea del representante es transmitir de forma perfecta la voluntad de sus representados, a poco de profundizar el análisis resulta claro que debe tomar decisiones a partir de negociaciones con los representantes de otros sectores. En consecuencia, la decisión tomada nunca surgirá de la agregación de las voluntades de su base, es decir que la representación nunca será plenamente transparente.

En los términos de Ernesto Laclau, si el representante necesita ser representado es porque "su identidad es incompleta y la relación de representación, lejos de ser una identidad cabal, es un suplemento necesario para la constitución de la identidad" (Laclau, 1994). Pero este análisis de la teoría política actual tiene antecedentes de larga data. J.S. Mill ya había advertido a los electores de Westminster que su trabajo consistía en tomar mejores decisiones que las que pudieran tomar por ellos mismos, con lo cual se evidencia que la cuestión de la transparencia u opacidad de la representación siempre estuvo en la agenda de las democracias occidentales. La crisis de la representación, por lo tanto, no puede devenir de este hiato, sino de otros factores que lo hayan profundizado o modificado significativamente.

Por otra parte, clásicamente se ha estimado como el rol de los partidos políticos la agregación de intereses, de forma tal de constituir macroidentidades que -ellas sí- podrían estar representadas en forma más directa en los órganos de conducción del Estado. Los partidos se han arrogado esta representatividad, en muchos casos explícitamente, como es el caso de los partidos comunistas en relación a los obreros y los partidos socialistas en lo que hace a los trabajadores en general. También han exis-

tido partidos campesinos y pequeñoburgueses, e incluso manifestaciones políticas claramente asociadas a los intereses burgueses o de sectores del capital.

Esta relación tan directa entre macroidentidad (especialmente clase social) y expresión política ha sido, con todo, una experiencia más habitual en la política europea, y no tanto en la latinoamericana. En el caso argentino, especialmente, los grandes partidos políticos (el radicalismo y el justicialismo) han surgido desde matrices movimientistas, es decir que aludían a la representación de los intereses de la Nación, y no de una clase social.

En este sentido, se les puede aplicar más ajustadamente el concepto de identificación política, una categoría elaborada por la teoría política norteamericana de la década del '50, para explicar la permanencia de las preferencias electorales, de tipo diferente a las europeas (cruzadas, decíamos, en forma preferente por la clase o el grupo). La identificación alude a un proceso psicológico, influenciado mayormente por contextos sociales y familiares. Así, ya Lazarsfeld en sus investigaciones clásicas sobre el proceso de formación de voto había demostrado el peso de las variables de contexto como el lugar de residencia o la creencia religiosa, lo que indica un vínculo no directo, sino mediado por la conformación de grupos y relaciones interpersonales.

Ahora bien, la identificación política entra en crisis a partir de los '70, y disminuye sensiblemente, como ha analizado Lundolfo Paramio. Esta crisis queda enmarcada en la crisis más general de la representatividad, para la cual se han dado, básicamente, razones de tres tipos:

- a) crisis económica
- b) massmediatización de la política
- c) fragmentación social

Crisis económica

La crisis energética de los '70 y la revolución neoconservadora de los '80 son visualizadas como

puntos de inflexión en lo que hace a la credibilidad del sistema político en las democracias occidentales, especialmente en Estados Unidos. Así, para Paramio, el modelo político liberal careció de respuestas adecuadas a esta crisis y al abandono de la economía keynesiana y el Estado de Bienestar. Esta frustración alejó a muchas personas del compromiso con la política ("una desconfianza que combina la resignación (da lo mismo quien gobierne) con la agresividad hacia los políticos (sólo se ocupan de sus propios intereses"), pero en otros caso transformó la modalidad del compromiso. Los nuevos movimientos sociales, o las formas no tradicionales de participación mantienen la convicción en su capacidad de incidir en la toma de decisiones políticas, sólo que lo hacen desde estructuras no vinculadas a las de los partidos tradicionales. Estas nuevas estructuras están asociadas a lo que Paramio denomina life-style politics, que retomaremos más adelante.

Pero esto mismo ha sucedido en las democracias latinoamericanas reconstituidas en los '80.

Dahrendorf ha explicado cómo la legitimidad de los gobiernos de la transición, en un principio superavitaria gracias al bajo nivel de demandas económicas y de seguridad, rápidamente deja de serlo cuando ellas comienzan a aumentar, impulsadas por las crecientes dificultades y la desorganización de la sociedad. Cuando la legitimidad pasa a ser un bien escaso, surgen los problemas de representación, y si los gobiernos no reaccionan, como sucede en la mayor parte de los países latinoamericanos (Torre, 1991), el descrédito pronto acaba con ellos. La explicación cabe perfectamente para el caso argentino, donde las instituciones democráticas debieron enfrentar la crisis económica y social más profunda de las últimas décadas cuando aún no se habían consolidado (Novaro).

Así, la incapacidad de responder a las demandas económico-sociales en un contexto de escasez y de derrumbe de las políticas del Estado de Bienestar (que habían actuado como contención de las mismas) re-

duciría o incluso eliminaría la legitimidad del sistema político.

Massmediatización de la política

El impacto de los medios de comunicación (y muy especialmente la televisión) ha sido esgrimido en reiteradas ocasiones como el principal fundamento de la crisis de la representación, dándole a la acción de los medios ciertos ribetes apocalípticos.

En concreto, se postula que los medios, al constituirse como el lugar social en el que se realiza la política y sustituyendo las viejas redes de las estructuras partidarias, de tipo comiteril, vacían a la política de espacios para la construcción de propuestas programáticas y terminan centrando la actividad política en los aspectos más vinculados al espectáculo.

Paramio constata este clima de opinión generalizado:

existe un amplio número de personas, incluyendo a muy reputados intelectuales, convencidas de los efectos decisivamente perniciosos de los medios para la vida democrática y para la existencia de una ciudadanía y una sociedad civil activas y comprometidas en la defensa de los valores colectivos: la televisión, en particular, suele ser el chivo expiatorio de los males de nuestro tiempo.

Putnam (1995) culpa a la televisión del debilitamiento del asociacionismo voluntario y la desaparición del espíritu cívico, Sartori (1989, 1997) cree que la lógica de los medios hace imposible el debate racional en los procesos electorales, y muchos autores sostienen que la trivialización de la información política impuesta por los medios es la responsable de la pérdida de confianza de los ciudadanos en los gobernantes y en la política (véase una enumeración en Norris, 2000). La erosión de los vínculos de identificación partidaria, la apatía hacia la esfera de lo público, la disolución del capital social necesario para la vida democrática, serían consecuencia de la fuerza creciente de los medios audiovisuales, o, mejor di-

cho, de la importancia que han ido desarrollando en nuestra vida cotidiana, como formas de utilización de nuestro tiempo libre y como fuentes de información y de formación de nuestras preferencias.

Es cierto que los medios no son nunca meramente medios, no se limitan a ser instrumentos transparentes. Una virtud fundamental de las investigaciones realizadas sobre las rutinas de producción de los medios es justamente dejar al descubierto la utilización (necesaria, lógica, inerradicable) de criterios de noticiabilidad que nada tienen que ver con la importancia inmanente (si es que existe alguna) de la noticia. En el caso de la televisión, por ejemplo, los criterios materiales pasan -¿cómo podría ser de otra manera?- por la posesión de imágenes significativas. En buen romance: una noticia televisiva es una noticia que tiene buenas imágenes. Caso contrario, no es noticia televisiva. Hay hechos televisivos y hechos que no lo son, según que sean capaces de proveer material visual atractivo o no. Pero nada indica que los hechos trascendentes políticamente conjuguen en forma feliz con atractivo televisivo. En consecuencia, es fácilmente demostrable que la hegemonía de la televisión apuntala basar la política sobre cuestiones intrascendentes, sobre las imágenes personales de los candidatos, sobre deslices emotivos y aspectos anecdóticos.

Regis Debray (Debray, 1995) hizo notar que los legislativos son muy poco televisivos. Esos amplios recintos llenos de butacas ocupadas por los legisladores, tan impersonales, tan contrarias a la posibilidad de exhibición en un primer plano, en el plano en que la televisión exhibe la realidad¹. Qué decir entonces de la Justicia, de esas pilas de expedientes, de oficios innumerables, de escritorios grises. Se entiende que estos sean los días en que los Ejecutivos ocupan todo lo ancho del espacio político, ahora mediatizado.

Al respecto reflexiona Giovanni Sartori:

Lo peor de todo es que el principio establecido de que la televisión siempre tiene que "mostrar" con-

vierte en un imperativo el hecho de tener siempre imágenes de todo lo que se habla, lo cual se traduce en una inflación de imágenes vulgares, es decir, de acontecimientos tan insignificantes como ridículamente exagerados (Sartori, 1998: pp. 82).

No pareciera que la discusión política tenga (al menos por ahora) un marco propicio en la televisión. Ni siquiera en los programas de debate, en donde la constricción del tiempo y la necesaria espectacularización de la discusión, la subvierten de hecho. Con todo, cargar las tintas -en lo que hace al proceso de crisis de la representatividad- meramente sobre los medios de comunicación (como hace Sartori) resulta trivial, ya que deja sin analizar las transformaciones estructurales en curso.

Fragmentación social

Más allá de lo mencionado en los párrafos anteriores, resulta más trascendente detener la mirada en las transformaciones que atraviesan todo el tejido social, y que pueden analizarse desde perspectivas disímiles.

Más importante quizá es el cambio en el entorno extrafamiliar. En la escuela, el trabajo, el barrio o los ambientes de ocio se ha producido una cierta diversificación social (no son ambientes socialmente tan homogéneos como en el período de entreguerras, sobre todo en las sociedades desarrolladas) y sobre todo una diversificación cultural, provocada en parte por la diversificación social pero especialmente por el impacto de los medios de comunicación. Hoy un joven puede tener varios grupos de pares según el ámbito en que se mueve en cada momento (escuela o trabajo y ocio, por ejemplo), aunque estos grupos no sean disjuntos, y dentro de ellos se puede dar una mayor diferenciación social y cultural. El hijo de obreros laboristas no pasa hoy todo su tiempo entre hijos de obreros ni entre hijos de laboristas (Paramio, 1998).

La modernidad tardía nos enfrenta por lo tanto a un proceso de creciente complejización de lo social y

Notas

¹Más allá de los méritos propios que han realizado los legisladores argentinos para concentrar las diatribas dirigidas contra la clase política, resulta llamativo que las propuestas de ajuste del "costo político" se circunscriban casi exclusivamente a este Poder, cuando su presupuesto siempre es una parte mínima del de los respectivos Ejecutivos. Así, la ya mencionada propuesta denominada "Sobran políticos" (uno de cuyos mentores es el economista liberal, funcionario en la administración menemista Carlos Rodríguez) postula la reducción a la mitad de los cargos electivos, afirmando, por caso, que "La Exma. Cámara de Diputados funcionaría igual de bien, o de mal, con 129 legisladores, en lugar de 257, de todos modos ninguno representa a los ciudadanos, sino al partido" (el manifiesto de Sobran políticos puede consultarse en <http://www.ultraguia.com.ar/UltraSociales/Opinion1.htm>)

lo político, donde las estructuras políticas tradicionales pierden su capacidad de articulación de las demandas y expectativas de los distintos actores de la sociedad.

Estas nuevas identidades, más parciales y fragmentarias, más autoconcientes respecto a sus límites y menos pretenciosas de totalizaciones, denominadas a veces "nuevos movimientos sociales" ponen en crisis a la política tradicional. Al decir de Alicia Entel:

El campo de acción de los nuevos movimientos es un espacio de política no institucional, cuya existencia no está prevista en la doctrina ni en la práctica de la democracia liberal y del estado de bienestar (Entel, 1996: pp. 47).

Entre los contenidos reivindicativos de estos nuevos movimientos destacan el interés por el territorio, la vecindad, el cuerpo y las identidades de género, las identidades culturales, étnicas y lingüísticas.

En similar registro, Anthony Giddens consigna la aparición de lo que denomina "política de la vida", definiéndola expresamente en relación a los procesos de globalización propios de la modernidad tardía:

La política de la vida se refiere a cuestiones políticas que derivan de procesos de realización del yo en circunstancias postradicionales, donde las influencias universalizadoras se introducen profundamente en el proyecto reflejo del yo y, a su vez, estos procesos de realización del yo influyen en estrategias globales (Giddens, 1995: pp. 271).

Las cuestiones relacionadas con el cuerpo, las identidades de género, la sexualidad y la reproducción, los estilos de vida, así como las cuestiones ecológicas y la mundialización, son algunas de las áreas tematizadas por la política de la vida.

Si un sistema que se basa en la representatividad supone la preexistencia de demandas sociales respecto a la acción política, en el origen están las identidades sociales constituidas, que tienen intereses propios y demandas particulares y que se expresan por medio de algunos de sus miembros; luego aparece el Estado como forma establecida de confrontación

entre estas identidades y de solución de conflictos. Es sobre estas premisas como se construyeron las democracias modernas: un Parlamento representativo es aquél en donde los diputados obreros representan al sector obrero, los miembros de la burguesía a su clase, las mujeres a las mujeres, etc.

Pues bien, asistimos en estos tiempos a un proceso de creciente crisis de la representatividad de los dirigentes políticos, crisis que sería oportuno desligar desde el comienzo de problemáticas con las que se suele asociar, como la cuestión de la corrupción o la falta de honestidad, cuestiones que -más allá de su gravedad institucional- no resultan centrales para nuestra argumentación. De hecho, podríamos superar los problemas de corrupción y no por eso alcanzar una mayor representatividad política, ya que, siendo deseable y conseguible un sistema político honesto y transparente (o al menos carente de impunidad), sin embargo es prácticamente imposible que volvamos a tener un sistema político representativo.

El abandono de los locales partidarios operado después del regreso de la democracia muestra a las claras la incapacidad de los partidos para vehiculizar demandas cada vez más diversificadas. La sociedad es cada vez más heterogénea, con intereses más particularizados. En términos de Lawrence Boudon:

Como producto del proceso de modernización, las sociedades son cada vez más complejas, y han aparecido nuevas fuerzas sociales que reclaman su derecho a participar en el sistema político. Y estas fuerzas sociales a veces no encuentran entre los partidos existentes un canal adecuado para representarlos. Además, las sociedades son cada vez más atomizadas, en el sentido de que sus intereses son locales, más no nacionales, creando lo que Rial llama "analfabetismo político" (Boudon, 1998: pp. 10).

Este proceso de fragmentación de las demandas sociales, aunado al debilitamiento del Estado, ha sido verificado por muchos analistas. Juan Rial afirma que "En tiempos de globalización de la economía, la comunicación y el consumo, al menos su deseo, hay

una creciente "feudalización" en la ejecución de la política. No estamos frente a Estados fuertes, especialmente en los países en desarrollo. Tampoco frente a sociedades estructuradas en corporaciones poderosas, como los sindicatos o los grupos intermedios. Pueden quedar las corporaciones, pero carecen de la capacidad de articulación de antaño, a lo sumo la conservan puntualmente, cuando se trata de un caso específico que permite despertar el interés común. Es el tiempo de los grupos de interés diversos, integrados muchas veces en organizaciones no gubernamentales competitivas, que a veces sustituyen al propio Estado". (Rial, 1998: pp. 34).

En este contexto, la representatividad se vuelve un imposible. Los políticos se convierten en un estrato intermedio profesionalizado. Su rol ya no es el de representante de un sector, sino el de mediador entre la multiplicidad de intereses en conflicto. Y un mediador no puede tomar partido de antemano. La desideologización del rol político es una consecuencia obvia de este proceso. Los candidatos ya no pueden competir desde representatividades diferenciadas y lo hacen entonces desde estrategias de imagen. El recurso a lo personal resulta ineludible. Para autores como Alain Touraine, la comunicación política es consecuencia del vacío de la política.

Los políticos se preocupan cada vez más por su imagen y por la comunicación de sus mensajes, en la medida misma en que ya no se definen como los representantes del pueblo, o de una parte de éste, o de un conjunto de categorías sociales (Touraine, 1992: pp. 47).

En este nuevo orden, el político adquiere el rol de mediador, se profesionaliza. Ya no es representante de un interés particular, sino que aparece desligado de cualquier interés y se dedica a la labor de intermediación entre los intereses contrapuestos de los grupos, poniéndolos en consonancia con las exigencias del Estado. Ante el rol de gestor de conflictos, los mensajes políticos necesariamente se debilitan. En contrapartida, los movimientos sociales

que expresan intereses particulares, aún en su fragmentación (o precisamente por ella), son cada vez más independientes del sistema político, hasta configurar la denominada pospolítica. La relación entre estos movimientos sociales y los partidos políticos es sin duda conflictiva, y constituye un desafío, especialmente para aquellas fuerzas que buscan convertirse en representativas de los intereses de los sectores no hegemónicos.

Buscando recrear el vínculo

1. La representación especular

Como hemos enumerado muy sucintamente, las razones que se esgrimen para aludir a la crisis de la representación son de diversa índole, pero su misma existencia no se pone en duda. En consecuencia, son varias las vías postuladas para la superación de este hiato problemático.

Para empezar, la fragmentación aludida más arriba hace que surjan demandas nuevas de representación, que ya no pueden ser contenidas por las macroidentidades, que han perdido su capacidad de articulación. Los órganos de gobierno son cuestionados por su falta de representatividad demográfica (la introducción en nuestro país del cupo femenino para los cargos legislativos forma parte de esta lógica), lo que supone que una persona sólo puede ser eficazmente representada por alguien que comparta su misma identidad de grupo.

Will Kymlicka llama a este supuesto la idea de la "representación especular", según el cual los órganos de gobierno (especialmente los legislativos) deben respetar en su composición la existencia de las mismas identidades que componen al electorado, en lo que hace a las características de género, etnia, clase, lengua, etc. Es decir que debe asegurarse el acceso de integrantes del cuerpo para cada uno de los grupos (el cupo femenino, por ejemplo, asegura el acceso de las mujeres a los cargos legislativos). Esta postura se contrapone a la más corriente en la teoría

democrática liberal, que supone que la representación se da cuando se asegura la participación del grupo en la elección del representante, más allá de que responda o no a las características del grupo.

Las características personales se defienden por dos tipos de razones: a) la experiencia como requisito para asumir las necesidades e intereses de otro, es decir que un varón blanco, al carecer de la experiencia de ser mujer o negro, se verá imposibilitado de comprender sus necesidades o intereses, y por lo tanto de representarlos; b) aunque puedan comprenderse los intereses del otro, existiría un conflicto de intereses, por el cual la representación sería imposible, o al menos improbable.

Kymlicka rechaza la idea de la representación especular, entre otras cosas porque llevada a su consecuencia lógica, la mejor representación estaría dada por la ausencia de sistemas electivos. La determinación de una muestra aleatoria representativa daría como resultado una asamblea legislativa mejor que la elección de los representantes, y de hecho hay quienes han postulado que los legislativos se seleccionen por sorteo. Pero además, argumenta Kymlicka, si los varones no pueden comprender (y por lo tanto representar) a las mujeres, la inversa también es válida; lo que nos lleva a que alguien sólo puede representar a los integrantes de su propio grupo. Esto es falaz, porque la definición de la identidad nunca es fija: todo grupo se divide a su vez en subgrupos, y estas divisiones no son de tipo arbóreo, sino posiciones de sujeto entremezcladas. Así, una mujer blanca de clase media y heterosexual no podría representar a las mujeres de otros grupos étnicos, clases sociales u opciones sexuales.

Llevado a estos extremos el principio de la representación especular parece acabar con la posibilidad misma de la representación. Si ningún tipo de reflexión o de comprensión, por más profunda y sincera que sea, puede saltar las barreras de la experiencia, entonces, ¿cómo podría alguien representar a otras personas?

Estas dificultades sugieren que se debería prescindir de la idea de la representación especular como teoría general de la representación. Indudablemente hay límites en la medida en que las personas son capaces de -y están dispuestas a- saltar las barreras de la experiencia". Pero la solución no estriba en aceptar estas limitaciones, sino en combatirlas para crear una cultura política en la que las personas puedan y estén dispuestas a ponerse en el lugar de los demás, así como a comprender realmente (y, por consiguiente, a representar) sus necesidades e intereses. Esto no es fácil: puede exigir cambios en nuestro sistema educativo, en la descripción que los medios de comunicación hacen de los diversos grupos, y el proceso político, para acercarlo a un sistema de "democracia deliberativa" (195)

Las propuestas basadas en formas de representación especular ya evidencian de por sí la ruptura de las macroidentidades articuladoras, matriz sobre la que se basaban los partidos políticos tradicionales. El hiato resultante ha sido tratado de salvar también por formas de democracia semidirecta o plebiscitaria, y hoy prácticamente todas las constituciones occidentales incluyen mecanismos como los plebiscitos, consultas y revocatoria de mandatos por iniciativa popular.

Pero mucho más interesante para nuestro objetivo de rastrear la manera en que los medios de comunicación se vinculan a esta problemática, son las iniciativas de revitalización de la democracia directa por vía de la utilización de moderna tecnología de comunicación, es decir, las formas de democracia electrónica.

La democracia electrónica

La expansión de redes de comunicación, especialmente en el caso de Internet, han motorizado la idea de que es posible superar la crisis de representación por vía de la simple eliminación de la relación, al menos para las decisiones importantes. Por ejemplo, en 1994, al cumplir 150 años, *The Economist*

editorializaba que en el futuro la democracia directa se incrementaría en detrimento de la democracia representativa, y los temas clave (y se mencionaban temas como el aborto, el uso de la ciencia médica y el equilibrio ecológico) serían resueltos con la participación directa de los ciudadanos. De hecho, los defensores de la democracia electrónica asumen que la forma de democracia deseable es la directa y que la democracia representativa sólo constituye una solución de conveniencia cuando ella no es posible. John Naisbitt hacía explícito este sustrato en 1982: "El hecho es que hemos sobrevivido a la utilidad histórica de la democracia representativa y que todos sentimos intuitivamente que está anticuada", decía (cit. por Gil Galindo, 1998). Vale decir que la democracia representativa se situaría históricamente desde la aparición de las democracias de masas hasta que la tecnología permite dejarla de lado y retomar el que se supone verdadero espíritu de la democracia. Por eso se asume como modelo el ágora ateniense, imposible de reproducir por la ampliación del tamaño de la base de decisión, dificultad que ahora puede salvarse con los recursos tecnológicos

Básicamente, luego del ágora ateniense la democracia directa habría sido imposible hasta el momento (exceptuando casos aislados como los ayuntamientos de Nueva Inglaterra o la Comuna de París), por razones de cuatro tipo: el tiempo, el tamaño, el conocimiento y el acceso. Pero ahora la democracia electrónica parece ofrecer una solución a todos estos problemas, abriendo la posibilidad de una participación total. Un mundo interconectado resolvería las dificultades de tiempo porque la comunicación y la participación serían instantáneas: los ciudadanos podrían participar con solo pulsar un botón. Del mismo modo, los problemas de tamaño se resolverían porque el espacio físico es irrelevante: ya no es necesario reunir a la gente en un mismo sitio. Pasa lo mismo con los problemas sobre la distribución del conocimiento, que es fácilmente accesible a través de las redes, lo cual elimina el cuarto problema, el del acceso (Gil Galindo, 1998).

La idea no es nueva. En su best-seller futurista de 1980, Alvin Toffler (Toffler, 1980), al dar cuenta de la fragmentación social característica de las sociedades tardomodernas (lo que él llama la sociedad configurativa, formada por miles de minorías, la sociedad de la tercera ola) advierte sobre las dificultades para formar mayorías estables. Por lo tanto, al mismo tiempo que brega por el aliento a las expresiones minoritarias, propone la realización de importantes modificaciones institucionales, llegando incluso a que las decisiones sean tomadas por cuerpos mixtos, en donde el 50% de los votos sean aportados por representantes "a la vieja usanza", mientras que el 50% restante sería depositado por una muestra de ciudadanos elegida al azar que, desde sus hogares en cualquier punto del país, depositarían electrónicamente su voto.

Pero donde Toffler se entusiasma más es justamente con la posibilidad de recuperar mecanismos de democracia directa (combinados, es cierto, con la representación tradicional). Para hacer posible este proyecto son imprescindibles las nuevas tecnologías.

Pues las antiguas limitaciones en el campo de las comunicaciones no se interponen ya en el camino de una ampliada democracia directa. Espectaculares avances realizados en la tecnología de las comunicaciones abren, por primera vez, un extraordinario despliegue de posibilidades para la participación ciudadana en la toma de decisiones políticas. [La participación y el voto a través de foros electrónicos] es sólo la primera y más primitiva indicación del potencial del mañana para la democracia directa. Utilizando computadores avanzados, satélites, teléfonos, televisión por cable y otros medios, una ciudadanía instruida puede, por primera vez en la Historia, empezar a tomar muchas de sus propias decisiones políticas (Toffler, 1980: pp. 413).

Este optimismo (que puede criticarse como un utopismo de corte tecnológico) es común en gran parte de la literatura sobre el tema. Para Loñ, por ejemplo:

La sociedad tecnocrática o era espacial, en cuyo portal nos encontramos instalados, al estimular la diversidad y poner a disposición de la humanidad una compleja y variada gama de recursos técnicos, acentuará la práctica de la intervención directa y activa del ciudadano. La consulta más frecuente a la ciudadanía acerca de diversos temas es posible ya y lo será más en el porvenir, por el despliegue de medios electrónicos. Computadoras y pantallas de televisión permitirán que el ciudadano participe, sin alejarse de su hogar, en una asamblea, emita su opinión y su voto. Celeridad y sinceridad de los pronunciamientos harán que en el futuro las decisiones reflejen con la mayor fidelidad los deseos del pueblo, cuyos representantes verán así facilitada su labor. Estos no resolverán exclusivamente en base a sus creencias y convicciones, sino teniendo en cuenta los auténticos anhelos y opiniones de la ciudadanía (Loñ, 1998: pp. 72).

Sin embargo, los trabajos más recientes, escritos a posteriori de la acelerada expansión de Internet, resultan más mesurados en sus evaluaciones. Para empezar, nunca debe dejarse de lado que cada nueva tecnología es susceptible de generar el efecto de knowledge-gap, es decir, el distanciamiento entre quienes la usan profusamente y quienes no tienen acceso o no la usan, distanciamiento que en general refuerza las diferencias preexistentes, en lugar de suturarlas.

Más allá de que estos proyectos presuponen (si es que no quieren caer en el elitismo más burdo) la extensión de las posibilidades de acceso de la tecnología, tanto en términos de hardware como en cuanto a conocimientos y familiaridad, a la totalidad de los sectores sociales, aún así el uso de la misma distará de ser uniforme.

Pero además -y posiblemente más importante- los procesos republicanos de decisión no resultan meramente funcionales, sino que encierran representaciones imaginarias imprescindibles para la pervivencia institucional. Así, el acto de concurrir a las urnas a votar no puede explicarse desde una lógica de costo-

beneficio individual, ya que la utilidad del acto es cercana a cero, si consideramos el efecto de un voto en el total. Y sin embargo, los electores -en proporciones altas- concurren a las urnas a emitir sus sufragios. El beneficio obtenido, por tanto, debe buscarse en las gratificaciones obtenidas en el mismo acto de votar, una satisfacción expresiva al reafirmar (casi ritualmente) la adhesión a los principios democráticos y a las opciones políticas de preferencia.

El pragmatismo simplista de los partidarios de la democracia electrónica directa deja de lado (peligrosamente) aspectos centrales de la vida social en una comunidad democrática. Para que las instituciones democráticas sean operativas es preciso que se mantenga exitosamente la identificación con el sistema (Paramio, 1998), pero también sucede que las experiencias desarrolladas indican que, luego de un momento inicial de gran participación, ésta queda reducida a una minoría. En consecuencia, la base de legitimización se reduce drásticamente.

Más que entender las posibilidades de las nuevas tecnologías como un punto cero de instituciones totalmente nuevas, es preferible pensarlas en su interacción con las modalidades existentes. Esa es la conclusión de Michael Mertes, para quien

Lo que debemos comprender es que las crecientes posibilidades interactivas de comunicación electrónica no representan un sustituto, sino un complemento para los procesos democráticos de decisión y para los mecanismos formadores de opinión y voluntad (Mertes, 1999: pp. 343).

El otro camino: esfera pública, medios y democracia deliberativa

De acuerdo a la definición canónica desarrollada por Habermas en La transformación estructural de la esfera pública, la distinción entre público y privado surge en la Grecia clásica, primer momento en la historia de Occidente en que aparece un espacio definido como público, como ámbito de debate de aque-

llas problemáticas que interesan al conjunto de la comunidad. Es el ágora ateniense, en donde política y esfera pública coinciden totalmente. Las temáticas de discusión pública, debe notarse, no incluyen a la economía, que es remitida al ámbito privado o doméstico, como un aspecto de la administración de bienes y recursos que es competencia del jefe del hogar.

Con la decadencia de la democracia ateniense y la posterior subyugación, primero por Alejandro, luego por el Imperio Romano, esta experiencia pierde continuidad. La Edad Media se caracteriza por la ausencia de un espacio para lo público, es más, por la inexistencia de lo público como concepto. La política y los asuntos del conjunto de la comunidad se definen como extensiones de la vida privada de reyes y nobles.

Recién con el desarrollo del capitalismo mercantil en el siglo XVI, y con la consolidación de la burguesía como clase social, es que surge nuevamente un ámbito de discusión que pueda denominarse una esfera o espacio público:

Entre el dominio de la autoridad pública o el Estado, de un lado, y el dominio privado de la sociedad civil y de la familia, del otro, surgió una nueva esfera de "lo público": una esfera pública burguesa integrada por individuos privados que se reunían para debatir entre sí sobre la regulación de la administración civil y la administración del Estado (Thompson, 1996: pp. 84).

La esfera pública burguesa se asienta en una red de cafés y salones en donde la clase social emergente se reunía a discutir, tanto acerca de política y economía, como ciencia y filosofía. Y es que en este espacio público burgués la discusión racional de los asuntos públicos será la marca distintiva, discusión apuntalada y alimentada por los periódicos ideológicos que incluían comentarios políticos y sátiras. Para Habermas, la forma en que se fue dando la discusión en esta esfera fue condicionando paulatinamente la misma constitución de los Estados burgueses, que se consolidarían a partir de la Revolución Francesa.

Sin embargo, esta esfera pública -en sus características específicas- no perduró más allá del siglo XVIII. La creciente intervención del Estado -que buscará llegar con su poder a cada átomo del tejido social, al mismo tiempo que regular la vida social en su conjunto - y la mercantilización de los periódicos -que ya no buscarán ser instrumentos para el debate de ideas, sino que se convertirán en empresas y, en consecuencia, tratarán de ampliar su mercado de consumidores desideologizando su contenido- se combinarán para dar por concluida la experiencia del espacio público burgués.

Sólo quedará, en la concepción de Habermas, la publicidad como principio crítico, como lugar en el que las opiniones personales de individuos privados puede desarrollarse en un espacio público "a través de un proceso de debate racional-crítico abierto a todos y libre de dominación" (Thompson, 1996: pp. 86).

Algunos autores han sugerido, a diferencia de Habermas, la existencia de un espacio público de otro tipo que no puede subsumirse en una esfera burguesa vaciada de contenido, sino que posee una identidad propia, característica de la segunda mitad del siglo XX. Para Jean-Marc Ferry, por ejemplo,

El "espacio público", que con mucho desborda el campo de interacción definido por la comunicación política, es -en sentido lato- el marco "mediático" gracias al cual el dispositivo institucional y tecnológico propio de las sociedades postindustriales es capaz de presentar a un "público" los múltiples aspectos de la vida social (Ferry, 1992: pp. 19).

El nuevo espacio público sería así una esfera definida por la mediatización, lo que trae algunas consecuencias. Para empezar, la audiencia de un medio es -cada vez más- difícil de limitar a priori. Esto quiere decir que, una vez que determinado tema cobra cariz público a partir de su colocación en la prensa, radio, televisión o medios cibernéticos, el espacio público que se define en relación a él está constituido por la totalidad de los receptores o audiencia. Los límites geográficos o nacionales sirven cada vez me-

nos para definir la constitución de los espacios públicos. Sin embargo, en forma simétrica a lo anterior, no toda la comunicación política pasa a formar parte del espacio público, ya que una parte importante de la misma no trasciende ni es mediatizada. Existiría, a juicio de Ferry, una comunicación política "de masas" y una "de minorías".

Es evidente que la concepción de espacio público habermasiana, centrada en el diálogo racional de los actores, en igualdad de condiciones de reciprocidad, no se ajusta a este nuevo espacio público mediático. Como afirma Thompson:

Con el desarrollo de los medios de comunicación, el fenómeno de la publicidad se ha desvinculado del hecho de la participación en un espacio común. Se ha des-espacializado y ha devenido no-dialógica, a la vez que se ha vinculado crecientemente a la clase específica de visibilidad producida por los medios de comunicación (especialmente la televisión) y factible a través de ellos (Thompson, 1996: 95).

La imposibilidad de reedición de la experiencia de esfera pública tan cara a Habermas en los tiempos que corren no debería -de por sí- arroparse de connotaciones nostálgicas y pesimistas. Un camino alternativo posible es el que postula la construcción de sistemas de democracia deliberativa, en donde lo central es el flujo de información y de puntos de vista, y la institucionalización de mecanismos que permitan la incorporación de estos flujos en el proceso colectivo de toma de decisiones.

Una democracia deliberativa no supone la exclusividad de bases dialógicas, aunque claro está que no las descarta. No requiere la co-presencia de los participantes para la formación del juicio, aunque exige imaginación para la creación de mecanismos eficientes de recopilación de las distintas posiciones. Los medios de comunicación de masas tienen un rol fundamental en este tipo de sistema, ya que son de hecho el lugar en donde se hacen públicos los distintos puntos de vista y confrontan, además de ser los reservorios de las opiniones.

En las actuales condiciones de las sociedades modernas, una democracia deliberativa sería, por tanto, en una medida significativa, una democracia mediática, en el sentido de que los procesos de deliberación dependerían de instituciones mediáticas tanto como medio de información como de expresión (Thompson, 1998: pp. 330).

Bibliografía

- Bordieu, Pierre: "La opinión pública no existe", en *Voces y culturas* N° 10, Barcelona, 1996.
- Boudon, Lawrence: "Los partidos y la crisis de la representación en América Latina: los casos de Colombia, México y Venezuela", en *Contribuciones* N° 57, Buenos Aires, 1998.
- Castoriadis, Cornelius: "La democracia como procedimiento y como régimen", en *Iniciativa Socialista* N° 38, Madrid, 1996. (<http://www.inisoc.org/Castor.htm>).
- Champagne, Patrick: "Los sondeos, el voto y la democracia", en *Voces y culturas* N° 10, Barcelona, 1996.
- Debray, Régis: *El Estado seductor. Las revoluciones mediológicas del poder*. Manantial, Buenos Aires, 1995.
- Ferry, Jean-Marc: "Las transformaciones de la publicidad política", en VV.AA. *El nuevo espacio público*. Gedisa. Barcelona, 1992.
- Giddens, Anthony: *La tercera vía. La renovación de la socialdemocracia*. Taurus. Madrid, 1999.
- Gil Galindo, Victor: "La democracia electrónica", en *Hiper-textos* N° 1, Monterrey, Maestría en Comunicación del ITESM, 1998. (<http://www.mty.itesm.mx/dcic/hipertextos/01/ens-monog/gil.html>).
- Habermas, Jürgen: *La inclusión del otro. Estudios de teoría política*. Paidós. Barcelona, 1999.
- Kymlicka, Will: *Ciudadanía multicultural*. Paidós. Barcelona, 1996.
- Laclau, Ernesto: "Poder y representación" en *Sociedad* N° 4, Facultad de Ciencias Sociales, UBA, Buenos Aires, 1994. <http://www.fsoc.uba.ar/Publicaciones/Sociedad/Soc04/laclau.html>
- Loñ, Félix R.: "La representatividad y los partidos políticos", en *Contribuciones* N° 57, Buenos Aires, 1998.
- Mertes, Michael: "Internet y cultura política", en Thesing, Josef y Priess, Frank, *Globalización, democracia y medios de comunicación*. Konrad Adenauer/ CIEDLA. Buenos Aires, 1999.
- Mouffe, Chantal (comp.): *Deconstrucción y pragmatismo*. Piados, Buenos Aires, 1998.

- Paramio, Lundolfo: "Sin confianza no hay democracia: electores e identidades políticas", Documento de Trabajo de la Unidad de Políticas Comparadas (CSIC), 1998. (<http://www.iesam.csic.es/doctrab/dt-9803.htm>).
- "Democracia y ciudadanía en el tiempo de los medios audiovisuales", Documento de Trabajo de la Unidad de Políticas Comparadas (CSIC), 2000. (<http://www.iesam.csic.es/doctrab/dt-0007.htm>).
- Rial, Juan: "La representación política en cuestión" en *Contribuciones* N° 57. Buenos Aires, 1998.
- Sandoval, Luis: "La ciudad desencantada. Para una crítica de la videopolítica" en *Question* N° 2, Facultad de Periodismo y Comunicación Social, UNLP, La Plata, 2000. (http://www.perio.unlp.edu.ar/question/articulos_cultura.html).
- Thesing, Josef y Priess, Frank: *Globalización, democracia y medios de comunicación*. Konrad Adenauer/CIEDLA. Buenos Aires, 1999.
- Thompson, John. B.: "La teoría de la esfera pública", en *Voces y culturas* N° 10, Barcelona, 1996.
- *Los media y la modernidad. Una teoría de los medios de comunicación*. Piados, Barcelona, 1998.
- Toffler, Alvin: *La tercera ola*. Plaza & Janés, Madrid, 1980.
- Touraine, Alain: "Comunicación política y crisis de la representatividad", en: VV.AA. *El nuevo espacio público*. Gedisa, Barcelona, 1992.
- VV.AA.: *El nuevo espacio público*. Gedisa, Barcelona, 1992.
- Wolf, Mauro: *Los efectos sociales de los media*. Paidós, Barcelona, 1994.
- Wolton, Dominique: "La comunicación política: construcción de un modelo", en: VV.AA. *El nuevo espacio público*. Gedisa, Barcelona, 1992.

El escándalo político en el espacio mediático: Sospechas de Corrupción en el Senado de la Provincia de Córdoba

1. Introducción

El 23 de Marzo del año 2000 el Senado de la Provincia de Córdoba aprueba las tres leyes de reforma del Estado (Carta del Ciudadano, Modernización del Estado e Incorporación del Capital Privado al Sector Público) presentadas por el gobernador De la Sota.

En el espacio legislativo la sesión se caracterizó por su espectacularidad y dramatización, con un fuerte componente de violencia verbal y física. Las modalidades del enfrentamiento entre los legisladores, en medio de denuncias e interpelaciones, se asemejaron al ritual propio de la manifestación callejera. El escándalo originado en el Parlamento estaba estrechamente relacionado con la "sospecha" de corrupción en el Senado.

Lo acontecido en el ámbito parlamentario de Córdoba nos lleva a considerar la problemática de la corrupción entendida como una desnaturalización de la función pública y la alteración del principio de legalidad.

En este trabajo se busca reconstruir las modalidades y el perfil específico que asumió la figura de la corrupción y el escándalo, y sus repercusiones en la legalidad y legitimidad de una ley, a partir del análisis de las notas periodísticas publicadas en la prensa gráfica local.

Como contexto es importante advertir que en nuestras sociedades se vive una profunda crisis de las instituciones democráticas en su relación con la ciu-

dadanía, que remite al problema de la crisis de los partidos políticos, de la representatividad y la participación ciudadana. La Legislatura aparece en un lugar crítico en esta situación. Pareciera existir una percepción generalizada de que los políticos se encuentran fuera de "sintonía" con la población, sensación que se incrementa frente a hechos que suponen el delito en la esfera del poder.

2. La esfera política y el escándalo: hacia una delimitación de la problemática

Para situar el problema es necesario partir en primer lugar de una descripción del escenario en el que actualmente se desarrolla el espacio de la política en las sociedades democráticas, y desde ahí circunscribir la problemática del escándalo vinculado a las situaciones de corrupción protagonizadas por actores políticos, y en particular cuando afecta al Parlamento.

2.1. Rasgos y tendencias que definen a la política en las sociedades democráticas

El mundo de la política actualmente se encuentra atravesando una profunda crisis donde una de sus manifestaciones está vinculada a la débil relación entre las instituciones democráticas y la ciudadanía. En este sentido Landi (1998) señala como paradójico que "la democracia ha triunfado como el régimen político preferido por amplias mayorías, sin embargo, las ins-

Cristina Andrea Siragusa

tuciones que lo encarnan obtienen una débil evaluación o generan una sensación de lejanía respecto de la vida cotidiana de la gente".

Esto se inscribe en un contexto signado por la crisis de los partidos políticos, de la representatividad y la participación ciudadana. La tendencia evidencia una "despolitización y retiro" de los ciudadanos con relación al mundo de la política, y, desde el punto de vista de la cultura política, un marcado debilitamiento de los vínculos de identificación entre ciudadanos y partidos, junto con una frustración ante los resultados de la política, especialmente en términos de implementación del modelo económico (Paramio, 1998).

Al respecto Rosa María Alfaro (1995) plantea:

"La misma fragilidad de nuestros sistemas democráticos como la pérdida de credibilidad en esto por su incapacidad para resolver problemas, los sitúa, en relación al poder, en un umbral endeble de aceptación ante los ojos de la gente. Estos son algunos de los fenómenos que están a la base de una fase paradójica hecha de desencantos, de marketización y resituacionamiento de la política en este período que podríamos llamar de transición y cambio sin futuro previsible"¹.

En este contexto el Parlamento aparece en un lugar crítico: pareciera existir una percepción generalizada de que los políticos se encuentran fuera de "sintonía" con la población, declinando su imagen ante la opinión pública, y acentuándose la insatisfacción hacia lo que ha sido tradicionalmente considerado el foro de la representación y la deliberación política.

Esta última función ha diferenciado, desde la teoría, a la Legislatura del resto de los poderes del Estado (Ejecutivo y Justicia) constituyéndose en "una suerte de esfera pública de debate". En este sentido Nancy Fraser considera que "el Parlamento es un puente real o virtual decisivo entre el Estado y la sociedad civil".

A la pérdida de prestigio que ha sufrido el espacio parlamentario hay que sumarle una carencia también de preeminencia, debido al avance de Ejecutivos "fuertes".

2.2. El escándalo político

Teniendo en cuenta lo detallado anteriormente, esta "sensación" de la ciudadanía se incrementa frente a hechos que suponen el delito en la esfera del poder, momentos críticos que se inscriben dentro de la categoría del escándalo.

Para Silvia Tabachnik (1997):

"en las condiciones actuales signadas por la pérdida de credibilidad en las instituciones políticas y en sus actores, los escándalos del poder ya no generan asombro ni son reconocidos como acontecimientos excepcionales pero, aun así, cada uno de ellos renueva la sensación de fraude vivida colectivamente como fatalidad, como una forma perversa e inexorable de sujeción"².

A los fines del análisis se define al escándalo político como "una reacción de indignación de la opinión pública contra un agente político al que se considera responsable de una conducta que es percibida como un abuso de poder o una traición de la confianza social sobre la que se basa la posición de autoridad que mantiene o puede llegar a mantener tal agente"³, encontrándose enmarcado como un fenómeno de carácter normativo.

De este modo, y siguiendo a Jiménez (1994), para abordar la problemática del escándalo político se requiere articular esta noción con los conceptos de confianza social, autoridad, representación y representatividad.

El escándalo genera desde el lugar de la significación social un doble impacto: por un lado "afecta materialmente al cuerpo social (sobretudo cuando se trata de delitos económicos)", y además "lleva adherido un suplemento de traición" (Tabachnik, 1997).

De acuerdo a lo expuesto, el fenómeno del escándalo político contiene una cuota importante de defraudación a la confianza con la que los ciudadanos fundan la delegación de su poder en la figura de los políticos ungidos de autoridad y representatividad institucional. Es así como "erosionan las representaciones colectivas que fundan la legitimidad del po-

Notas:

¹Alfaro Rosa María: "Descifrando paradojas ciudadanas: una mirada cultural a la política", en *Los medios nuevas plazas para la democracia*, 1995.

²Tabachnik, Silvia: "Escándalo y escena mediática: la novela negra de la actualidad", en *Causa y Azares*, Número 6, 1997.

³Jiménez Fernando: *La Batalla por la Opinión Pública en el escándalo político*. Estudio de un caso en la España contemporánea, Noviembre de 1994.

der en las democracias representativas, precisamente porque involucran a sujetos investidos de la condición estatutaria de mandatarios"⁴. No debe olvidarse que en la base de la representación se encuentra la idea de responsabilidad entendida como el deber que los políticos tienen de rendir cuentas a sus representados.

La corrupción se instala entonces "en el orden de las visibilidades veladas"⁵. Para Tabachnik "cada escándalo se descifra como el fragmento roto de una totalidad subyacente imaginada según la forma de una inmensa red compacta que no cesa de entretejerse, como el hilo suelto de una maraña espesa de secretos atados a secretos. En algún punto inaccesible a la mirada -se cree, se sabe, se sospecha- todas las piezas sueltas, que se articularían en un único relato de múltiples entradas, continuo, sin principio ni desenlace"⁶.

También se puede abordar el escándalo político como "un proceso abierto cuyo resultado es incierto y depende de un conjunto de variables intermedias"⁷. Dicho proceso reside en la generación de un clima de opinión que lleva a la "estigmatización" de un actor político individualizado a partir de su "adscripción a un estatus moral inferior". Desde esta perspectiva se destaca el papel que van a desempeñar líderes y grupos políticos y los medios de difusión en la configuración de dicho clima a partir de una tarea interpretativa, insertos en un contexto dado. Es por ello que se afirma que "todos los escándalos consisten en una batalla por la opinión pública, porque, si bien es cierto que todos los actores apelan a ella como si ésta ya estuviera formada, en realidad luchan entre sí por determinarla"⁸.

Es importante identificar una serie de variables (según Jiménez) que están influyendo en la manera en la que se propone el debate, tales como: la propia conducta que ocasiona el escándalo, los actores (grupos) que participan del mismo, la cultura política de la sociedad, el contexto histórico, las fases del escándalo, y las instituciones del sistema político de esa sociedad.

Con respecto al escándalo circunscripto al espacio parlamentario, en un análisis acerca de la crisis del Senado, Landi establece que "se entrelazan cuestiones que desbordan los eventuales delitos de algunos senadores y de quienes los habrían sobornado. Se trata de la legitimidad de este Senado y de la profundización del deterioro de la calidad y la consistencia de la representación política que el ciudadano produce con su voto"⁹.

Frente a la problemática del escándalo por corrupción en el Senado, Landi (2000) va a hablar de "una crisis a tres velocidades": rápida en el caso de la opinión pública, donde el fundamento que hace creíble un hecho de estas características viene dado tanto de su propia experiencia institucional como por la información que recibe de los medios; lenta en el caso de la Justicia; y el tiempo propio de "la acción y de los gestos políticos, que adquiere en esta circunstancia un carácter decisivo".

3. El caso de la sanción de la ley "Estado Nuevo" y la sospecha de corrupción en el Senado

En el marco de las profundas transformaciones en la relación Estado y Sociedad que se están produciendo en nuestros países, el 23 de Marzo del año 2000 el Senado de la Provincia de Córdoba aprueba las tres leyes de reforma del Estado (Carta del Ciudadano, Modernización del Estado e Incorporación del Capital Privado al Sector Público) presentadas por el Poder Ejecutivo¹⁰.

El ingreso del proyecto, presentado por el gobernador De La Sota, en la Legislatura se constituía en el primer desafío político de su administración. Para que la iniciativa delosotista contara con la aprobación parlamentaria, el oficialismo debía sortear el problema que se planteaba en el Senado donde la oposición conformada por la Unión Cívica Radical (UCR) y el Frepaso (en coalición conformaban la Alianza) tenía mayoría por un voto. En esta situación la oposición tenía el control de la gestión de la ley, ya que de acuer-

⁴Tabachnik, Silvia, Op. Cit.

⁵Tabachnik, Silvia, Disfunciones de la democracia: narrativas y figuraciones de la corrupción, http://www.filo.uba.ar/Departamentos/letras/teolit/sTabachnik.htm#_ftnref1

⁶Tabachnik, Silvia, Op. Cit.

⁷Jiménez, Op. Cit.

⁸Jiménez, Op. Cit.

⁹Landi Oscar: "Crisis en tres tiempos" en: Clarín digital, Domingo 17 de septiembre de 2000. En esta nota Landi analiza la crisis del Senado Nacional frente a las denuncias sobre sobornos a cambio de la aprobación de la Ley de reforma laboral.

¹⁰El proyecto de ley que se presentó al poder legislativo establecía una profunda reestructuración y reingeniería del Estado cordobés, incluyendo propuestas sobre los derechos del usuario, la participación ciudadana, el control de empresas concesionadas, la creación del fuero penal económico y la oficina anticorrupción, la privatización del Banco Provincia y de la Empresa Provincial de Energía de Córdoba (EPEC), y la ampliación de los poderes del ejecutivo provincial.

La política de reforma estatal impulsada por De La Sota puede enmarcarse en un contexto más amplio aún. En la esfera nacional, desde hace décadas, se han promovido acciones en el mismo sentido que responden a lineamientos definidos en el marco de las instituciones de crédito y financiamiento internacional. Desde estos organismos (Fondo Monetario Internacional, Banco Mundial, entre otros) se busca desplazar el poder desde el sector público al privado, reduciendo el rol del Estado, a partir de una

estrategia que se legitima sobre la base de una racionalidad económica. De esta forma se promueven reformas administrativas e institucionales en el sector público, movilizadas por agencias internacionales y agentes no legitimados por comicio alguno.

¹¹Históricamente la relación entre la UCR y el Frepaso local estuvo marcada por el enfrentamiento. Cuando se conforma la Alianza entre estas dos fuerzas políticas a nivel nacional durante la presidencia de Carlos Menem, en Córdoba gobernaba el radical Ramón Mestre cuya postura era claramente anti-aliancista. Este político se opuso a la concreción de la coalición en la provincia y el Frepaso conservó una posición crítica y en confrontación con quien era, en ese entonces, el mandatario cordobés. Tiempo después, se produce cuando el vice gobernador gana las elecciones para la Intendencia de Córdoba y debe definirse la presidencia provisoria del Senado, el Frepaso apoya al oficialismo por lo que se designa a Presas para ocupar el cargo. Esto fue calificado negativamente por la UCR que tenía pretensiones de obtener ese lugar en el Parlamento.

¹²El Sindicato de Luz y Fuerza es uno de los primeros actores en iniciar acciones en contra del senador Bodega, para este actor gremial la forma en que se dio la votación le imprime nulidad a la ley.

do a la Constitución, si la Cámara Alta rechaza el proyecto la iniciativa debe esperar por el término de un año para volver a ser tratada.

Pero es necesario destacar que la Alianza en Córdoba, en el período de discusión de la ley de reforma estatal, no había logrado constituirse en un grupo fuerte y unificado en su carácter de oposición. La estrategia que se implementa tiende a "dilatar" el debate e imponer dos condiciones: el desglose de la ley y quitar el trámite de urgencia (requisitos claves en la postura del oficialismo). También se comprobó la ausencia de un proyecto alternativo o un posicionamiento diferenciador a la propuesta del Ejecutivo, dejando en evidencia una debilidad y desorientación a la hora de establecer un frente sólido de confrontación ¹¹.

Durante el proceso de tratamiento parlamentario del proyecto "Nuevo Estado", las fuerzas políticas legislativas no llegaron a un acuerdo que permitiera viabilizar el proyecto en forma consensuada. Cuando ya parecía estancada la situación, se producen dos hechos que provocarían un importante giro político: el gobernador De la Sota firma un Pacto (conocido como el Pacto de las Tejas) con el ex mandatario radical Ramón Mestre; y el senador frepasista Jorge Bodega presenta un proyecto propio en la Cámara Alta.

El Pacto de las Tejas generó una crisis interna en el partido radical, donde Mestre no aparecía como el líder reconocido y legitimado por todos los sectores. La decisión del anterior gobernador de la provincia desató un conflicto que amenazaba fracturar la posición de la UCR en ambas Cámaras. De todos modos el Pacto se quiebra y los diputados y senadores radicales terminan votando en contra del proyecto delasotista.

El segundo hecho, la presentación del proyecto de Bodega, impactó a su propia agrupación. Dos días antes, este senador había firmado un acuerdo para votar en conjunto con sus compañeros del Frepaso y nada se sabía acerca de que estuviera confeccionando un proyecto propio. Es así como el Frepaso expul-

sa a Bodega de sus filas expresando sospechas y duras críticas. De este modo la supremacía de la Alianza en la Cámara Alta se quiebra.

En la sesión del 23 de Marzo, cuando se trataba el proyecto en el Senado, que contaba con media sanción en Diputados, el voto a favor de la propuesta oficial del senador Bodega le permitió al gobierno aprobar la ley. En el recinto, senadores radicales acusaron a Bodega de "corrupto" y se suscitaron hechos de violencia física (el senador radical Brías le arroja un vaso de agua en la cara al ex frepasista) y verbal.

La estrategia del gobierno tendió a minimizar la acusación de corrupción considerando que era una "campaña política" de la oposición. Pero el clima volverá a calentarse con la denuncia del senador frepasista Cucuí quien difunde la grabación de una conversación telefónica con el presidente del Senado donde éste trata de convencerlo para que cambie su voto. Esta causa no prospera en tribunales.

En un principio parecía que la situación no alcanzaba una definición clara, y sólo quedaba la sospecha. Pero el tema vuelve a cobrar estado público cuando se instala en el espacio judicial, donde se inicia un proceso por cohecho contra el senador Bodega. Se divulgan a través de los medios las declaraciones realizadas ante la justicia, de un ex asesor del senador mencionado que reconoce que el legislador recibió de Carlos Presas, presidente del Senado, 400 mil pesos para votar a favor de la ley.

De este modo la sospecha de corrupción en el Senado se convierte en una "mancha política" en la imagen del gobernador generando "dudas" en cuanto a la legitimidad de la ley¹².

4. La presencia del problema en el escenario mediático

El proceso de debate público del proyecto de ley que involucró a actores estatales (Poder Ejecutivo y distintos representantes del Poder Legislativo) y no es-

tatales, está siendo objeto de una investigación en curso, que tiene en cuenta la presencia de los mismos en la escena mediática, en particular en la prensa gráfica local. Los medios que se están trabajando son "La Voz del Interior" y "La Mañana de Córdoba".

Para abordar la problemática del escándalo político se ha tomado como referencia a Jiménez (1994)¹³ identificando las siguientes fases del proceso: revelación, publicación en la prensa, dramatización, defensa, procesamiento o reajuste institucional, y etiquetamiento o estigmatización. A este esquema se le han incorporado categorías del análisis del discurso a los fines de profundizar la comprensión e interpretación de los textos que constituyen el corpus periodístico. A continuación se propondrán los resultados preliminares del análisis.

En este proceso político es posible identificar inicialmente un clima de "sospecha" marcado por la presencia de rumores y trascendidos. Desde el ingreso del proyecto en la Legislatura aparecen en los medios indicios de desconfianza entre los legisladores de la UCR y el Frepaso vinculado a la posibilidad de que uno de sus senadores rompa la estrategia partidaria "sacando los pies del plato". Pero en general el temor a una disidencia va a aparecer en espacios que los medios destinan habitualmente a la publicación de rumores y off de record, donde la información pareciera que se "filtrara" dentro del juego de operaciones que tiene como marco a la Legislatura.

En general la presentación mediática trabaja, siguiendo a Lucrecia Escudero (1996), con fuentes textuales¹⁴ oficiosas activas¹⁵: se habla de "un legislador" - de "legisladores radicales y frepasistas", sin establecer la identidad de aquellos que hacen circular los comentarios. Las fuentes oficiosas activas tienen como característica la presencia de un saber incierto que vuelve difícil la verificación de la información. De esta manera "son el espacio para ese tipo de información polimorfa y proliferante que es el rumor"¹⁶. Es decir, existe algo que aún está velado.

Pero se produce la revelación cuando se publican las declaraciones hechas a la prensa del Ministro de Gobierno de la Provincia, Oscar González: "Los números cierran para aprobar la ley" y del presidente del Senado, Carlos Presas: "Yo tengo un sindicato de Judas". Es así como se produce el paso de un saber incierto a un saber cierto, a partir del uso de fuentes oficiales que "incluyen a todo el universo de informadores cuyo nombre puede ser citado" (Escudero, 1996). En el caso específico del diario "La Voz del Interior" se puede destacar el siguiente comentario: "el ministro le imprimió carácter oficial a una de las mayores sospechas que recorre a la oposición: que uno de los 34 senadores de la Alianza (30 de la UCR y cuatro del Frepaso) 'saque los pies del plato'. Las sospechas que se mencionan por lo bajo recaen en un senador frepasista"¹⁷.

Puede advertirse la transformación del tono y el cariz de la información. Las manifestaciones de los principales exponentes del oficialismo surgen en un momento difícil para la estrategia delasotista, debido a que el consenso para el tratamiento y aprobación de ley era casi nulo y parecía estancado. Se puede leer entonces una clara provocación y un intento de intimidar a la oposición para lograr alcanzar una negociación.

De esta manera se activa un simulacro de intercambio discursivo entre los actores, donde la respuesta se manifiesta en expresiones como la siguiente: "La boleta se la vamos a cobrar públicamente a De la Sota" (comentario de un frepasista en alusión a alguna desertión en esas filas a favor del oficialismo).

La publicación de las manifestaciones del oficialismo generó una reacción de la Alianza: se lleva a cabo una convocatoria de todos los legisladores para sellar un compromiso de rechazo al proyecto delasotista. Las notas periodísticas enfatizarán el eje de la "disciplina partidaria" por parte de la UCR / Frepaso, y se resaltarán expresiones como "cerrar filas", "la tropa no se le disperse en el Senado" entre otras. Se profundiza el clima de hostilidad entre

¹³Jiménez rescata el instrumental analítico propuesto por Lawrence Sherman (1978) en un estudio sobre la corrupción de la policía en varias ciudades norteamericanas.

¹⁴Lucrecia Escudero (1996) diferencia fuentes empíricas de fuentes textuales. Estas últimas "son el pacto de enunciación que el diario establece con sus lectores presentando a los actores sociales en la función de informantes. Las fuentes textuales atraviesan la totalidad de las fuentes empíricas adquiriendo una mayor personalización y legitimación". Dentro de la clasificación se distingue como categorías enunciativas: los medios de comunicación como macroactantes informativos, las fuentes institucionales oficiales, las fuentes oficiosas activas y las fuentes oficiosas pasivas.

¹⁵Lucrecia Escudero se refiere a la presencia textual de aquellos actores cuya identificación es imprecisa, "tienden a disminuir su nivel de personalización y sus actores se vuelven identificables por medio de un conjunto genérico de localizaciones y pertinencias"

¹⁶Escudero Lucrecia: *Malvinas: el gran relato. Fuentes y rumores en la información de guerra*. Editorial Gedisa, Barcelona, 1996.

¹⁷González: "Los números cierran para aprobar la ley", *La Voz del Interior*, viernes 18 de febrero de 2000.

oficialismo y oposición: "Se achican los márgenes de negociación".

Pero con la presentación de su propio proyecto, el senador Bodega quiebra la estrategia política de la Alianza. En ese momento el tema destacado en la agenda de los diarios era el acuerdo De la Sota - Mestre, denominado Pacto de las Tejas, que aparecía claramente jerarquizado y con mayor visibilidad. De todas maneras, en un contexto marcado por el conflicto en el logro del consenso, el "Pacto de las Tejas" y el "proyecto Bodega" surgen como las alternativas posibles para la sanción de la ley por parte del oficialismo. Pero en el segundo caso, se plantea la discusión acerca de la legitimidad de dicha salida para el sector delasotista.

La débil legitimidad se refuerza con la decisión del Frepaso de expulsar de sus filas al senador, confrontando directamente con el oficialismo al que se acusa de reforzar "el clima de sospecha y corrupción que lamentablemente, y por responsabilidad exclusiva de voceros del oficialismo, se ha instalado en la vida política cordobesa". De este modo los medios incluyen las expresiones del titular del bloque de diputados, Carlos Vicente, que en una conferencia de prensa expresa:

"Pero el jefe del bloque de diputados del Frepaso arremetió con mayor dureza.

'Puede haber corrido dinero y nos basamos principalmente en dos hechos: primero, que el senador Presas señaló que acá había un Judas, lo ha repetido muchas veces y llegó a decir que hay un sindicato de Judas. Y la semana pasada el ministro de Gobierno dijo que tenía los votos necesarios para aprobar la ley en el Senado', disparó Vicente.

El legislador frepasista remarcó que quienes han realizado esas afirmaciones son dos dirigentes del oficialismo y 'son ellos los que tiene que dar respuesta al respecto'.

Vicente se preguntó cómo hicieron Presas y el ministro González para conocer antes de la presentación del proyecto de Bodega que "tenían mayoría" para aprobar el paquete en el Senado"¹⁸.

El riesgo de la sanción a partir de un mecanismo poco legítimo también es percibido como un problema para el oficialismo. En este sentido se hacen públicas versiones a partir del uso de fuentes oficiosas activas ("algunos hombres del gobierno" fuera de grabadores) que reconocen el riesgo de la denominada "solución Bodega" que lleva a recordar el fantasma del denominado "101" lo que permite pensar que "lo legal no siempre es legítimo". Periodísticamente se juega con la inclusión de antecedentes que permiten contextualizar el comentario. Se recuerda lo sucedido en la Legislatura provincial cuando, en el marco de la reforma constitucional local, el justicialismo ortodoxo votó a favor del artículo que posibilitó la reelección de Eduardo Angeloz como gobernador de la provincia. En aquella oportunidad quien lanzó acusaciones y denuncias fue el ahora gobernador De la Sota.

La decisión de Bodega de quedarse en la sala, dándole quórum al oficialismo para el ingreso del proyecto en el Senado, desató el primero de los dos grandes escándalos que se sucedieron en el recinto. El segundo se vivió en la sesión en la que finalmente se votó y aprobó la ley.

En los dos casos la esencia del escándalo, desde el discurso mediático, estaría vinculada a la ruptura del ritual esperado dentro del espacio parlamentario. Se comparan dos modelos de actuación en el ámbito legislativo: el espectáculo versus el deliberativo. Con respecto a este último se recupera una historia y una tradición en la legislatura provincial: "larga y honrosa tradición en materia de debates, algunos de los cuales pasaron a los anales de la historia provincial y son estudiados en colegios y universidades". En sus características expresivas, este ritual posee representaciones vinculadas a lo discursivo, argumentativo y retórico. La conflictividad propia de la comunicación política se manifiesta a partir de un ejercicio que tiene al principio de racionalidad como su posibilidad aceptada.

En tanto que la idea de espectáculo, se habla de un "espectáculo circense", va a relacionarse con el

¹⁸"El Frepaso echó a Bodega, sospecha que 'corrió dinero' y acusa al Gobierno", La Voz del Interior, 26 de febrero del 2000.

hecho de que los legisladores cambiaron "la palabra mesurada o incisiva, pero siempre inteligente y culta, por el 'apriete' a un legislador disidente, un vaso de agua arrojado sobre su rostro o el intento de un senador de la oposición de arrebatarle el micrófono al presidente del cuerpo". La escenificación se aproxima en su exhibición al ritual de la manifestación callejera, donde prima el antagonismo, en una interpe-lación que tiene siempre un fondo de violencia (Abélès, 1995).

En los dos medios periodísticos se condena el comportamiento de los legisladores que se manifiestan a través de insultos y agresiones físicas, se enfatiza el desprestigio tanto de los políticos como de las instituciones. La figura de Jorge Bodega fue el principal centro de la violencia en el Senado. La reproducción de la imagen fotográfica que muestra al radical Alfredo Bría arrojándole un vaso de agua en la cara se constituyó en un elemento sintetizador y de alto impacto mediático que ocupó la primera plana.

En las ediciones periodísticas posteriores el "caso Bodega" va perdiendo importancia, pero se suma otro acontecimiento que involucra al presidente del Senado en un intento de soborno para que un legislador frepasisista cambie su voto.

Siguiendo las fases del proceso del escándalo, se puede advertir que el momento de procesamiento o reajuste institucional, y el de etiquetamiento o estigmatización se producen posteriormente al tiempo considerado en el análisis.

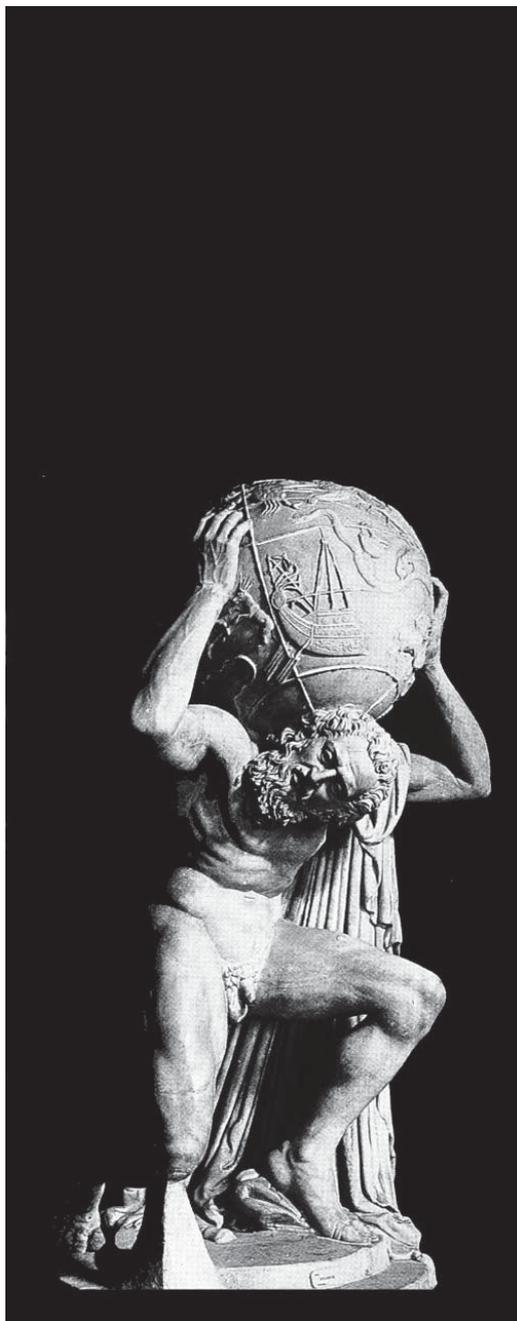
A modo de conclusión preliminar se hace necesario destacar que el hecho abordado quedó inscripto como una "mancha" en la imagen política del gobierno provincial, que hasta ese momento tenía una percepción altamente positiva según los sondeos de opinión realizados por distintas consultoras en la provincia. Si bien la legalidad parecía no verse cuestionada en un primer momento, sí lo estaba su legitimidad ya que la sanción de la ley quedó sospechada. También se evidenció la presencia de una anomalía política en el sentido de que la aprobación fue posi-

ble con un voto, lo que demostró la ausencia de consenso entre las diferentes fuerzas políticas presentes en el espacio legislativo.

En última instancia los escándalos se presentan como una batalla por la opinión pública, donde los distintos actores ponen en juego diferentes estrategias a la hora de presentar sus posiciones e imponerlas, aún poniendo en riesgo no sólo la legitimidad de sus propios actos sino también la legitimidad de los políticos como sujetos y de las instituciones que encarnan.

Bibliografía

- Abélès Marc: "Rituales y comunicación política moderna", en: *El nuevo espacio público*, Ferry, Wolton y otros. Ed. Gedisa, Barcelona, 1995.
- Alfaro Rosa María: "Descifrando paradojas ciudadanas: una mirada cultural a la política", en: *Los medios nuevas plazas para la democracia*, 1995.
- Escudero Lucrecia: *Malvinas: el gran relato. Fuentes y rumores en la información de guerra*. Editorial Gedisa, Barcelona, 1996.
- Jiménez Fernando: *La Batalla por la Opinión Pública en el escándalo político. Estudio de un caso en la España contemporánea*, Noviembre de 1994.
- Landi Oscar: *Parlamento, Esfera Pública y Mediatización de la Política*, Ponencia presentada en el Taller Regional Latinoamericano: Fortaleciendo el Rol de los Parlamentos en el Proceso Democrático, Valparaíso, 1998.
- Landi Oscar: "Crisis en tres tiempos", en Clarín digital, Domingo 17 de septiembre del 2000.
- Paramio, Ludolfo: *Cambios sociales y desconfianza política: el problema de la agregación de preferencias*, Documento de Trabajo 98 - 11, Instituto de Estudios Sociales Avanzados (CSIC), España, 1998.
- Tabachnik Silvia: *Disfunciones de la democracia: narrativas y figuraciones de la corrupción*, http://www.filo.uba.ar/Departamentos/letras/teolit/sTabachnik.htm#_ftnref1
- Tabachnik Silvia: "Escándalo y escena mediática: la novela negra de la actualidad", en: *Causa y Azares* Número 6, Primavera 1997.



La Editorial de la UNLP responde a la iniciativa de promover y difundir la producción de autores vinculados con el quehacer universitario. La línea editorial incluye obras didácticas para la enseñanza de pregrado, grado y posgrado, trabajos de investigación y materiales de divulgación técnico-científica de interés general.



*II Seminario
Latinoamericano*

AIJIC

AIJIC cruzó el Atlántico

Las VIII Jornadas de la Asociación Internacional de Jóvenes Investigadores en Comunicación, realizadas en el marco del megaevento "Estrategias comunicacionales en la sociedad del siglo XXI. Tres Encuentros para el análisis, reflexión y proyección" comenzaron a gestarse mucho tiempo antes y a miles de kilómetros de La Plata.

En abril de 1999, durante el desarrollo de las VI Jornadas llevadas a cabo en Valencia, un grupo de becarios de nuestra Facultad, presentaron ante la Asamblea Anual de la Asociación, la candidatura de nuestra ciudad para officiar como sede de las Jornadas de 2001, como alternativa a la propuesta presentada por la Universidad de Murcia. Hasta ese momento el carácter internacional de la Asociación estaba signado por la diversidad de los lugares de origen de los noveles investigadores y estudiantes de doctorados nucleados en la misma pero el espacio de desarrollo y de realización de sus Jornadas Anuales se limitaba al ámbito español. El resultado de la votación en la Asamblea favoreciendo a la candidatura de La Plata se presentaba como un auténtico desafío para la Facultad y para la propia AIJIC que apostaba de esa manera al inicio de una nueva etapa de consolidación y crecimiento.

Dos años después, el desafío se materializaba en un nuevo logro, la apuesta ofrecía sus frutos: en la mañana del 27 de agosto de 2001 tuvo lugar la Conferencia de Apertura "La Investigación y la Pedagogía de la Comu-

nicación" a cargo del presidente de la AIJIC, Dr. Josep María Blanco -profesor de la Universidad Autónoma de Barcelona-; el Decano de la Facultad de Periodismo y Comunicación Social, Prof. Carlos Guerrero, y el Prof. Jorge Huergo. Ante un auditorio colmado en su capacidad, dejaban formalmente inauguradas las VIII Jornadas de la Asociación que por primera vez se realizaban en suelo latinoamericano.

Durante dos días, disertaron más de 130 investigadores de España, Brasil, México, Portugal, Cuba, Colombia, y de la Argentina, representada por las Universidades de Córdoba, Río Cuarto, Jujuy, Morón, Lomas de Zamora, Comahue, Comodoro Rivadavia, La Pampa, Rosario, Tucumán. También participaron activamente docentes, graduados y estudiantes avanzados de la Facultad de Periodismo y Comunicación Social de La Plata, y otros 200 asistentes debatieron y reflexionaron sobre el amplio y multidimensional campo disciplinar que constituye la Comunicación.

Las ponencias seleccionadas fueron agrupadas en torno a cinco áreas: Comunicación y Educación; Comunicación, Consumo y Recepción; Planificación, Procesos Comunicacionales y Prácticas Socioculturales; Lenguajes y Prácticas Discursivas; y Comunicación, globalización, política y procesos de Integración), distribuidas en ocho mesas de trabajo.

Las 102 ponencias aceptadas para su presentación en las VIII Jornadas de AIJIC fueron las siguientes:

- 1) Hugo Berti y Gabriela Tallarico (Univ. Rosario-UA Barcelona), "Introducción a los orígenes de la producción televisiva local en la ciudad de Rosario - Argentina (1964-1969)".
- 2) María Flor Gianfrini, Lucía Guerrini y Teresita de Jesús Vargas (UNLP), "La gestión de la Comunicación en las Organizaciones".
- 3) Carmina Crusafon (UAB), "Política audiovisual europea".
- 4) Miguel Angel Trespidi (Univ. Río Cuarto), "Propuesta de una matriz comunicacional de sentido convergente para favorecer un desarrollo nacional integral".
- 5) Mariana Speroni (UNLP), "El 25 de Mayo... observaciones para un análisis de la semiosis sonora en los festejos cívicos de la provincia de Buenos Aires".
- 6) Cristina Andrea Siragusa (UNC), El "Pacto de las Tejas": Discusión acerca de las estrategias de legitimación del consenso entre políticos.
- 7) Adriana Amado Suárez y Diana Lacal (Univ. Ciencias Empresariales, Bs. As.), "Violencias en pantalla. Una aproximación al estudio de la violencia en televisión".
- 8) César Díaz, Mario Giménez y Marta Pasaro (UNLP), "Republicanos pero no tanto" y "The Buenos Aires Herald luchando contra el miedo y la calumnia 1974-1977".
- 9) Juan Carlos Ibáñez (Univ. Complutense Madrid). "El reto de la audiencia televisiva ante la transformación del modelo televisivo en España (1985-1990)".
- 10) Marilyn Alaniz (UNC), Creación de las carreras cortas a distancia en la Escuela de Cs. de la Información (UNC).
- 11) Eduardo de la Cruz (UNC), "Educación y Comunicación: espacios de resistencia en el mundo contemporáneo".
- 12) Alejandra García Vargas y Liliana Bergesio (UNI. Jujuy), "Feos, sucios y malos. Venta callejera y espacio público en la prensa gráfica jujeña".
- 13) María Eugenia Rosboch, "El tango y su danza: la milonga como práctica de integración cultural".
- 14) Valeria Chervin, Luciano Debanne, María Jose Franco y Gabriela Suárez (UNC), "La justicia en escena. Análisis de los escraches".
- 15) María José Franco y Gabriela Suárez (UNC), "Construyendo nuevos espacios: aportes de la comunicación a la relación familia- escuela".
- 16) Lic. Malvina Rodríguez y Lic. Carla Avendaño, "La Formación de la Opinión Pública en la Ciudad de Villa María".
- 17) Lic. Daniel Saur (UNC), "Modificaciones en los dispositivos disciplinarios y nuevas formas de marginación/exclusión en la Argentina actual".
- 19) Esteban Rodríguez (UNLP), "El periodismo consensual. Las huellas del Proceso en el periodismo contemporáneo".
- 20) Ramón Flores (UNLP), "Actitud e imaginarios estudiantiles. Cuando el contenido se hace sujeto".
- 21) Gastón Cingolani (UNLP) "Canales de noticias y análisis en reconocimiento: un abordaje discursivo".
- 22) Ayudantes-alumnos ad honorem de la cátedra Taller de Comprensión y Producción de Textos II de la Facultad de Periodismo y Comunicación Social de la U.N.L.P.: Bibiloni, Javier; García Radreza, Laura; Martínez, Darío G.; Migore, María del Carmen; Ruiz Colella, Juan Eduardo; Sciarra María Juliana; Serrano, María José; Wahnón Silva, Gabriela; Witemburg, Sabrina "El ayudante alumno. Papel y funciones en la práctica pedagógica".
- 23) Anahí Brunelli (UNLP), "Identidad y modelo de estado. La construcción del imaginario social en Clarín".
- 24) Fernando da Rosa, Gladys Cárdenas y Mónica Malagamba,(UNLP), "Construyendo una mediación virtual/cultural. La catedral de La Plata".
- 25) Guillermo D'Abbraccio Kreutzer, (Colombia) "Pertinencia de los estudios de comunicación en un mundo complejo e inacabado. Estudio de caso del suroccidente colombiano".
- 26) Nathalie Iñíguez Rímoli, Eduardo Alegre Gálvez, Hugo Gariglio, Genoveva Surraco; Daniela Manqueo, Laura Buga, Verónica Miravalle, Leandro Robuschi, Liza Gagna, (UNLP). "Planificación y comunicación en el sistema productivo".
- 27) María Heidi Trujillo Fernández - Sergio R Quiroga - (Cuba), "La universidad como organización comunicativa".
- 28) Stella Maris Poggian (Universidad Nacional del Comahue) "El tema del doble en el cine, como manifestación del imaginario audiovisual del sujeto moderno".
- 29) Mag. Claudia Dorado y Lic. Cecilia Ulla, (UNC) "Los impactos de la globalización en la sociedad red".
- 30) Leonardo Vulcano y equipo, conformado por Eleonora Arioli (Ayudante Diplomada), María de los Milagros Bazzano (Ayudante Diplomada), Analía Erdoña (Ayudante Diplomada), Diego Pérez Llana (Ayudante Diplomado), Gabriela Whanon Silva (Ayudante Diplomada), Darío Martínez (Ayudante Alumno), Juan Eduardo Ruiz Colella (Ayudante Alumno), Juliana Sciarra (Ayudante Alumna), Paula Inchaurreaga (Alumna), (UNLP) "Recopilación y análisis de las aguafuertes vascas de Roberto Art".
- 31) Maricela Portillo (UAB) "Algunas notas acerca de un concepto fantasma. La noción de opinión pública asociada a los sondeos de opinión y su repercusión en las democracias actuales".
- 32) Aimee Vega (UAB), Propaganda electoral y emociones en el nuevo milenio. Una

aproximación a las experiencias de México y España.

33) Alejandro Rost, Joaquín Bohigas y Jerónimo Repoll (UAB) Las claves del crecimiento del grupo PRISA.

34) Jerónimo Repoll (UNLP-UAB), Televidencias en conexión, Estudios en recepción televisiva y audiencia multicultural.....

35) Alejandro Rost y Maricela Portillo (UAB), El papel de los medios en la opinión pública. Como se construye la actualidad en el contexto mediático.....

36) Beatriz Fainholc "Las nuevas tecnologías de la Información y la Comunicación en las prácticas educativas: preocupaciones y esperanzas".

37) Alvaro Da Costa y Galvao Dos santos (Universida Pessoa Portugal-UABarcelona) "Caracterização do consumo de meios de comunicação portugueses no início do século XXI".

38) Ramón Burgos (Univ. Jujuy), "Gimnasia y Esgrima como sinónimo de Jujuy".

39) Andrea D' Atri, Aixa de la Mata, María Cecilia González y Fabiana Barroso, "Cultura Popular y Prácticas Culturales en la Pampa".

40) Kewin Morawicki (UNLP), "Apuntes para la delimitación del campo periodístico y sus funciones primordiales".

41) Nidia Cristina Abatedaga (UNC), Movimientos sociales y nuevos modos de institucionalidad comunicativa.

42) Clementina Pruneda, Tali Elbert, Natalia García, y Romina Lerussi, "Red de comunicación en Salud Reproductiva".

43) Cecilia Gómez Mirada y María Lara Iñda, "Lectores y Consumidores: la praxis camuflada. (La oposición de teorías en el competitivo ámbito del consumo)

44) Susana Inés Souilla, "El sector 'Opinión' del diario Clarín: Observación de algunos ras-

gos en ejemplares de los cuatro primeros años y los últimos del siglo XX".

45) Alicia Méndez, "Sobre la liviandad de la risa".

46) Hernán Alfredo Díaz, "Tensiones y desafíos en la divulgación de la ciencia".

47) Patricia Coto de Atilio, "La oralidad en el lenguaje periodístico".

48) Gabriela Gómez, (UNC) "Escuela / Contexto - Vínculos comunicativos".

49) Fabricio Dietrich, Ignacio Fernández Echevarría, Marcelo Moriconi Bezerra y Martín Santos, "Criterios de construcción de la línea editorial y del marco de interpretación de coyuntura en las revistas políticas".

50) Pedro Di Pietro, Monterrubianesi, Ariel, "Cootepal, uniéndonos. Estudio de un Plan de Imagen La envíe a di pietro....."

51) Francisco Martínez, Lucas Miguel y Cristian Vázquez.(UNLP), "Características de los cambios en las estrategias de titulación del diario Clarín en la década del '90".

52) María Victoria Martín, Nancy Díaz Larrañaga, Germán Retola, Pedro Roldán. (UNLP), "El lugar de los materiales en la práctica docente. Una mirada desde la comunicación".

53) Carlos J. Giordano y Laura G. De la Torre "Focus group". Una adaptación metodológica para el estudio de los intereses de una audiencia masiva, en la formulación potencial de la programación de un canal de televisión abierta. Forma y fondo de su propuesta.

54) María Silvina Souza y Carlos J. Giordano. "Comunicación y ciudad: La Plata y los sentidos de las intervenciones sobre el espacio público".

55) Jorge Aloy, Graciela Ibarra, Alfredo Tangorra y Carlos J. Giordano, "Comunicación y movimientos populares: las murgas como nodo en la red de la protesta social. El caso de la ciudad de La Plata y los 'escraches'".

56) Ariadna Cantú, Detrás de las noticias. Una mirada desde los consumidores de información".

57) Cachorro, Gabriel, "La comunicación corporal en la Escuela".

58) Laura Gómez, "Teatro Popular latinoamericano. Una forma de alfabetizar"

59) Mónica Baeza, Laura Cambareri y Carlos J. Giordano, "La producción audiovisual como instancia de capacitación docente. Experiencias y reflexiones en el Instituto Superior de Formación Docente N° 807 de Comodoro Rivadavia, Chubut".

60) María Inés Spagnoli (UNLP), "La Comunicación dialógica en la educación".

61) M. R. Claudia Fino (UNLP) "La cultura, lo cultural, lo culto, el suplemento de cultura, la cultura suplementaria. (El Clarín en 1947 y en los '90)".

62) Juana Ramírez Castro, "Investigación, comunicación de masas e imaginarios sociales".

63) Lorena Balado y Diego Díaz, "Comunicación, educación, comunidad: una experiencia de radio en la escuela".

64) Luis Héctor Amaranto Barreras, Gustavo Adolfo Scipioni, "Análisis del desarrollo estructural y conceptual de la revista "Gente y la Actualidad" durante el período abril-julio de 1982".

65) Santiago Videla (UBA), Metadiscursos en prensa escrita de los inicios de la telefonía en la ciudad de Buenos Aires".

66) Analía Brandolini "La identidad en la vejez: conceptos analíticos para su estudio en espacios locales de interacción".

67) Daniela Bruno, "Sentido ético, social y práctico del comunicador y del planificador de procesos comunicacionales".

68) Cristian Almeida, (UNLP), "¿Es posible educar en Argentina?"

69) Pedro Di Pietro, (Univ. Jujuy), "Barbies y Sandies, corporeidad, pureza e impureza".

- 70) Laura Gómez, "Análisis semiótico de la oposición de clases en la telenovela latinoamericana".
- 71) Susana Lino, Carlos Milito, Carlos Giordano, (UNLP) "Narración oral".
- 72) Julia Silber, Marina Barcia, Gabriela Hernando, Roxana Lavalle, Cristina Denier, Daniel Fabián (UNLP), "Televisión: TV, Escuela, familia y compañeros. Un análisis pedagógico".
- 73) Paula Morabes (UNLP), "Comunicación, educación y cultura mediática en las propuestas escolares: un análisis a partir de la comunicación en la educación".
- 74) Analía Elíades, Marái Delia Ortale, Sebastián Castelli (UNLP), "Acceso a la información ambiental: de la declaración a su concreción".
- 75) Ileana Matiasich, Néstor González y Oscar Lutczak (UNLP), Mercosur: Identidades y representaciones.
- 76) María Cristina Mari (Univ. de Morón), "Políticas comunicacionales y formación de las identidades culturales".
- 77) Paula Porta (UNLP), "Comunicación y cultura en la globalización".
- 78) Marcela Lacoste (Univ. de Morón), "Medios, asaltos y tomas de rehenes".
- 79) Isabel Peyssé, Lisandro Herrera, María Alejandra González, Natalia Almaza, Francisco Drisaldi Verónica Shcroo, José María Di Carli, Mariano Bernardi, Virginia Pirola, Mariana Fossati y Carlos Lencinas. (UNLP-Ext. Punta Alta) "La Nueva Provincia": ¿cambio o tradición?
- 80) Fabiana Martínez y Mariana Terminiello, (Univ. Córdoba), Los géneros de la política en la televisión actual: hibridez y nuevas agendas.
- 81) Adela Reck y Laura Castro (UNLP), "Indagación acerca de la construcción significativa del fenómeno "Comunicación".
- 82) Rosa María Noel, Marina Mete y Santiago Maissonabe, (UNLP) "Un lugar en el mundo (Análisis del Discurso Ecológico)".
- 83) Isabel Peyssé y Germán Rétoia (UNLP), "La producción de mensajes en procesos de desarrollo local con jóvenes".
- 84) Susana Felli, Alejandra Valentino, Claudia Fino (UNLP), "El discurso docente: algunas pistas para su interpretación".
- 85) Carolina Liotti (Univ. Morón), Repetir o cambiar, funciones de la comunicación en la prevención del consumo de drogas.
- 86) Mela Bosch, María Angélica Gómez, Carlos Rojas, Luis Sorgentini, Héctor Thompson (UNLP), Propuesta metodológica de interacción hipermedial.
- 87) Rodrigo Gómez García, (UA Barcelona) "7 años de TV Azteca en el Sistema de Medios en México".
- 88) María Adela Ruiz (UNLP), "El defensor de los vecinos, la voz de una comunidad".
- 89) María Adela Ruiz y Zukowski Cecilia (UNLP), "El niño, la familia y la escuela en los contenidos escolares".
- 90) Eleonora Langard, "Algunas consideraciones sobre el museo y sus posibilidades comunicativas".
- 91) Adriana Coscarelli (UNLP), Rediseñando lectores. El desafío de las últimas décadas para la prensa gráfica, y su análisis particular en el diario Clarín.
- 92) Gabriela Whanon y Otros (UNLP), "Salud mental, comunicación y comunidad: un acercamiento: para romper fronteras".
- 93) Fernanda Brigues (UNLP), "Cámara Oculta o lo que oculta la cámara".
- 94) Vanesa Arrua, Cecilia Ceraso (UNLP), "La Formación de los profesionales de la comunicación".
- 95) Vanesa Arrua, Cecilia Ceraso (UNLP) "Transformaciones en los modos de transmisión y aprendizaje de prácticas y representaciones sociales a partir de las nuevas tecnologías. La planificación como proceso de aprendizaje y producción de conocimiento".
- 96) Sergio Caggiano (UNLP) "Identidades sociales de los inmigrantes bolivianos en La Plata".
- 97) María de la Paz Echeverría, Lourdes Ferreira, Alejandro Díaz, Luis Donadio (UNLP) "La Comunicación como contenido de enseñanza en la Educación Media".
- 98) Alfredo Alfonso, Josep María Blanco (UA Barcelona), Miguel Mendoza Padilla "Imágenes de fin de milenio".
- 99) María Elena Sanucci (UNLP), "Narratividad de la prensa escrita".
- 100) Carlos Milito (UNLP), "La comunicación de las noticias en radio".
- 101) Cipolla Pablo Javier y Dómine Patricia (UNLP): La extensión universitaria en la UNLP: su historia y su presente académico.
- 102) Eva Mariani (UNLP), "Algunas consideraciones sobre los procesos de institucionalización, con especial referencia a la situación de aprendizaje".

Un capítulo aparte merece la dinámica de trabajo propuesta, que fue considerada como innovadora por el conjunto de los participantes, ya que se dejó de lado el tradicional modelo de lectura de ponencias y turno de preguntas para intentar incentivar el auténtico intercambio y la discusión entre los jóvenes investigadores. Para ello, los coordinadores de cada una de las mesas se encargaron de sintetizar los ejes temáticos y problemáticas que entrecruzaban a todas las ponencias, que sirvieron como disparadores para la profundización del debate y la reflexión. Cada grupo protagonizó dos sesiones de trabajo en la cual las variadas intervenciones del conjunto de los

ponentes y los aportes de los asistentes, permitieron enriquecer cabalmente el desarrollo temático y metodológico de cada una de las investigaciones. Una tercera sesión de cada grupo se aprovechó para la redacción de conclusiones que finalmente fueron presentadas en un plenario general que ofició de cierre de las VIII Jornadas de AIJC.

A la hora de escoger algunas ponencias para su publicación íntegra en este dossier se abrió un sinnúmero de dudas acerca del criterio válido de selección.

Finalmente, primó la intención de representar una contundente muestra de ese amplio y pluralista abanico de orígenes, temas y enfoques teórico-metodológicos que conformaron el centenar de investigaciones que se presentaron en las Jornadas y que sintetizara el trabajo desarrollado en cada una de las cinco grandes áreas temáticas a partir de las cuales se orientó el debate y el intercambio.

Con ese criterio como horizonte se escogieron las ponencias de: Gastón Cingolani (UNLP): "Canales de noticias y análisis en reconocimiento: un abordaje discursivo"; Guillermo D'Abbraccio Kreutzer, (Colombia) "Pertinencia de los estudios de comunicación en un mundo complejo e inacabado. Estudio de caso del suroccidente colombiano"; Valeria Chervin, Luciano Debanne, María José Franco y Gabriela Suarez.(UNC), "La justicia en escena. Análisis de los escraches"; Carmina Crusafon (UAB), "Política audiovisual europea" y Leonardo Vulcano y equipo (UNLP), "Recopilación y análisis de las aguafuertes vascas de Roberto Arlt".

Canales de noticias y análisis en reconocimiento: un abordaje discursivo

Podría decirse que la historia de los estudios de audiencia es la historia de sus dificultades. Muchas de ellas se han convertido en hiatos aparentemente insalvables. Si bien es cierto que todo un conjunto de posiciones encontradas ha ido incorporando nuevas aristas en dirección de aprehender una problemática compleja (aunque no siempre fue concebida de ese modo), a menudo predominó la antagonía política por sobre una tendencia a la operatividad. Algunas soluciones, sin embargo, sobrevivieron de los cambios de enfoque. Nuestro objetivo aquí no es recorrer la totalidad de esas dificultades, ni tampoco hacerlo exhaustivamente: apenas, hacer mención de algunas de ellas, a partir de haber ido trabajando desde una metodología que contemplara tanto esas dificultades como los aportes que distintas corrientes han originado. Nuestra aproximación hacia esos aportes ha sido crítica en términos de no perder de vista el abordaje semiótico discursivo en nuestros estudios de audiencia. Esto será claramente visible en las críticas hacia otras metodologías que, o bien no han considerado la cuestión del sentido como fundamental, o lo han hecho parcialmente. El recorrido de este trabajo será paralelamente una lectura crítica de distintas metodologías a la vez que un "dejar pistas" sobre un abordaje discursivo para el estudio de audiencias.

Discurso y abordaje discursivo

Lo primero que debemos hacer es definir discurso, y qué entendemos por un abordaje discursivo de la problemática de los estudios de audiencia. Tomamos el concepto de discurso propuesto por Verón (1988b/1993) en su teoría de la discursividad social¹, concepto sobre el cual quisiéramos brevemente rescatar algunos puntos:

- es un concepto que se funda en el modelo de signo ternario, y se propone como indisoluble de la idea de producción social de sentido;

- no remite a producciones meramente lingüísticas, sino a ocurrencias empíricas, heterogéneas y translingüísticas², por lo que descarta toda idea de producción de sentido subjetivista y sin manifestación material.

Es en ese sentido que planteamos la posibilidad de trabajar desde lo que llamamos abordaje discursivo, lo que implica metodológicamente operar con los materiales de los discursos ("paquetes de materia significativa") en el sentido veroniano recién desplegado. Desde este enfoque, es importante aclararlo, no hay privilegio para la "palabra" en términos metodológicos o de las técnicas; por el contrario, las (hoy revalorizadas) técnicas etnográficas en las que se analizan disposiciones corporales, usos del espacio, etc. son igualmente "discurso" para este enfo-

Lic. Gastón Cingolani
Facultad de Periodismo y
Comunicación Social
Universidad Nacional de La Plata

Notas

¹Destacamos la doble hipótesis sobre la que funda Verón su teoría: "(a) Toda producción de sentido es necesariamente social: no se puede describir ni explicar satisfactoriamente un proceso significativo, sin explicar sus condiciones sociales productivas; (b) Todo fenómeno social es, en una de sus dimensiones constitutivas, un proceso de producción de sentido, cualquiera que fuere el nivel de análisis". (1988b/1993:125)

²Dice Verón: "Toda producción de sentido, en efecto, tiene una manifestación material. Esta materialidad del sentido define la condición esencial, el punto de partida necesario de todo estudio empírico de la producción de sentido.(...) Cualquiera que fuere el soporte material, lo que llamamos un discurso o un conjunto discursivo no es otra cosa que una configuración espacio-temporal de sentido" (1988b/1993: 126-127).

que, en la medida, claro está, en que se las "trabaje" así por el analista.

Pasividad/actividad

Las anteriores definiciones nos despejan al menos algunas preocupaciones y debates que se han dado en los estudios de audiencia. Tal vez, la dicotomía "pasividad/actividad" de la audiencia o del receptor sea lógicamente la primera en quedar sepultada por desinterés ante esta concepción semiótica. No hay dudas de que se trata de un par categorial sin pertinencia frente a una teoría de la producción de sentido, la cual jamás puede reclamar actores sociales "pasivos". Sin embargo, se podría decir que sobreviven no una sino dos confusiones como concurrentes en esta dicotomía. La primera tiene que ver con que, por una cuestión técnica o material de la circulación de los "mensajes" mediáticos, se presenta irrealizable el hecho de que el "receptor" cambie, transforme el mensaje, del modo en que quizás pueda hacerlo en una comunicación interaccional (como el caso del cara-a-cara)³. Esto pudo haber llevado a la confusión de considerar la actividad de la audiencia como imposible, en la cual se ha traspolado un problema fenomenológico a otro del orden del sentido. La segunda confusión tiene que ver con el propio funcionamiento del sentido en la sociedad: si se sostiene que en la recepción hay producción de sentido: ¿se puede concebir el sentido como una mera "recepción pasiva"? Es evidente que el sentido supone siempre una producción y por ende, sería una incongruencia hasta el oxímoron pensar una "producción pasiva". Si la distinción entre "emisión" y "recepción" depende del recorte que el analista haga de la semiosis social, la discusión sobre una recepción pasiva/activa de los medios es, pues, bajo estas premisas, lógicamente impensable. No obstante, estos debates parecen pervivir, mezclándose consideraciones fenomenológicas (como el concepto de "exposición", utilizado en estudios gratificacionistas) con cuestiones más bien del orden de la producción de sentido en la lectura (como el concepto de "implicación")⁴.

Individual/social

Otra dicotomía que pierde relevancia es la de si la recepción es un acto individual o social. Los Cultural Studies suelen acusar (con o sin justificación, según veremos) a los Uses & Gratifications de tomar al sujeto de la recepción como individual o 'socialmente aislado'. Podríamos decir que con razón en, por ejemplo, el cuestionamiento de Morley hacia los U&G en relación a la reducción de variaciones interpretativas a las "diferencias individuales de personalidad o psicología" (Morley, 1989:9-10). Da la sensación allí de que no hay un anclaje social de las lecturas e interpretaciones. La propuesta metodológica que aquí planteamos no se basa -justamente- en ese plano.

Por otra parte, podríamos decir que la acusación no se justifica en las ocasiones en que se confunde el uso de técnicas de recolección de datos en individuos, con una concepción socialmente aislada del sujeto consumidor. Para una metodología semiótica discursiva como la que aquí planteamos, esta confusión partiría de suponer que una indagación, cuyo recorte se haga sobre prácticas individuales, en realidad cercena el carácter social de esas prácticas. Sin embargo, esto es impropio, especialmente si se concibe que toda práctica es una producción de sentido, y toda producción de sentido es social. El problema que enmarca esto es que se considera que el carácter de 'social' se lo dan las técnicas grupales (o sólo puede ser aprehendido mediante ellas). Si bien la objeción de Pollock (por ejemplo) a los sondeos de opinión de "pasar por alto las diferencias reales" entre las fuerzas sociales⁵ es cierta, no se trata de una operación de aislamiento el hecho de trabajar con individuos, sino de que las técnicas que generan respuestas normatizadas (como las encuestas cerradas) no permiten trabajar con la discursividad de los sujetos sociales. Desde el lugar del consumo como acto propiamente dicho, (valga la obviedad) éste será social porque hay producción de sentido, aunque los actores no estén acompañados. Por su parte, desde el lugar de la investigación y el análisis, el reconocimien-

³Wolton (1997:11) inclusive, advierte al respecto que la comunicación mediática no debe estudiarse según el par oferta/demanda sino oferta/reacción a la oferta, dejando en claro la naturaleza de las condiciones de circulación de los productos mediáticos.

⁴Cf. Levy y Windahl, 1985.

⁵Pollock, F.: "Empirical research into public opinion" (1955), en P. Connerton (ed.), *Critical Sociology*, Harmondsworth, Penguin, 1976, citado en Morley, 1996:36.

to será social toda vez que haya discursividad, sea ésta obtenida por técnicas individuales o grupales, y recordando que en la propia definición de discursividad está la de considerar sus condiciones sociales de producción (Verón, 1988b/1993). Tal vez desde esta perspectiva, 'social' no se oponga a 'individual'.

Asimismo, esta decisión metodológica implica el desplazamiento de la unidad de análisis: ésta no será ya el individuo o el grupo sino la discursividad, constituida por los discursos producidos por ellos. Esto obliga a postular algunas aclaraciones: los individuos y grupos, que ahora dejarán de ser la unidad de análisis, pasarán a ser condiciones de producción de los discursos analizados. Y serán condiciones de producción (en parte) en carácter de condensadores de variables como clase, nivel de instrucción, sexo, edad, etc. En la misma dirección, éstos (los individuos y/o los grupos) no tendrán un carácter "esencial", sino que se constituirán como sujetos en la semiosis, tal como lo desarrollaremos más adelante.

Del acto de la recepción al análisis en reconocimiento

Nos abocamos a esta elaboración metodológica teniendo en el horizonte una de las principales dificultades de los estudios de audiencia: el inabordable acto de la "recepción". Algunas metodologías han reenfocado el interés en la recepción hacia los contextos micro-sociológicos y antropológicos en los que ésta se produce; son los casos de los estudios "etnográficos", llamados así tal vez porque es predominante esta técnica, pero no se trata de un contrato de exclusividad⁶. El objeto de esos estudios ha virado en dirección al entramado de prácticas que rodean el acto de consumo, así como a las relaciones de poder en que éste está inmerso⁷. Nuestra orientación en los discursos en reconocimiento también reenfoca el interés fuera del acto de la recepción propiamente dicho, para ver el sentido producido en una

relación interdiscursiva entre dos corpus determinados, indagando sobre las huellas que de los textos mediáticos se pueden identificar en los discursos en reconocimiento.

Hemos intentado "resolver" esta cuestión trabajando sobre la materialidad discursiva, en busca de relaciones entre discursos. Tendremos, pues, dos corpus discursivos: el de los textos a ser consumidos en el acto de la recepción, y una muestra de los producidos posteriormente a la misma. En nuestro caso particular, el primer corpus discursivo se conforma de un conjunto de emisiones de dos canales de noticias argentinos de televisión por cable ("Todo Noticias" y "Crónica TV"), y el segundo corpus se compone de entrevistas individuales en profundidad realizadas a propósito de estos productos mediáticos⁸. La relación entre ambos corpus es el de proyecciones del primero sobre el segundo de un campo de 'efectos de sentido', los cuales no sólo pueden ser observables en el nivel de los "contenidos", sino también en el de las clasificaciones, generalizaciones y de las diversas marcas que reenvían al primer corpus. Recordemos, en términos de E. Verón (1988b/1993), que el análisis del segundo corpus discursivo (en reconocimiento) permite identificar huellas del primer corpus, en tanto que éste se sitúa como condiciones de producción de aquél.

Las influencias y los tipos de lecturas

Sin embargo, es en este lugar en el que aparecen una serie de problemas clásicos en torno a la recepción. Uno de ellos es el difuso problema de la "influencia de los medios". Evidentemente, por "influencia" se puede entender casi cualquier cosa. No nos detendremos en ninguno de los múltiples casos de especificación de estos planteos; sólo apuntaremos al respecto que, en su abrumadora mayoría, los resultados de las investigaciones empíricas que se interesan por la "influencia" curiosamente sólo refuerzan (jamás desmienten) sus hipótesis previas, ya afir-

⁶Tal vez los trabajos más reconocidos sean los de Morley (1980, 1986). Cf. Ang, 1986 (1993:29).

⁷cf. Morley, 1996.

⁸La investigación en cuestión lleva por título "Condiciones de reconocimiento de los canales de noticias "Todo Noticias" y "Crónica TV": indagaciones sobre los consumos culturales y los prejuicios de gusto sobre los llamados periodismo "serio" y periodismo "sensacionalista", y se realiza en el marco de Programa de Becas Internas de la Universidad Nacional de La Plata 2000/2001, bajo la dirección de Eliseo Verón y Raúl Barreiros.

men que los medios influncian, que los medios no influncian, que lo hagan negativa o positivamente, que movilicen o desmovilicen, que concienticen o alienen, que homogeneicen o fragmenten, etc.

Otro problema es el de los tipos de "lecturas". La suficientemente criticada trilogía de Hall (la de las lecturas dominante/negociada/oposicional, Hall, 1980), sin embargo, sigue apareciendo como esquema básico de numerosos trabajos. Es interesante ver cómo, más allá de los arreglos, no se sale de esta estructura que desconoce algunos principios semióticos, básicos para organizar una teoría de la lectura, de la recepción o de cualquier práctica significativa. Tal vez haya sido Morley quien mejor encarne esta contradicción. Insistente crítico del modelo de lecturas de Hall, Morley desarrolló sus trabajos sin salirse de cierta idea contenidista del sentido⁹. Nuestra lectura de lo que proponen los estudios de audiencia alineados con los Cultural Studies es que parecen articular su concepción del sense making desde una idea no productiva del sentido, desconociendo solución alguna a la dicotomía que describiremos a continuación (en dos proposiciones en las que, para visualizar mejor nuestra crítica, hemos intentado hacer una síntesis de la misma). Para estos investigadores:

(a) los textos tienen un significado (hipótesis "contenidista") dominante (depende la orientación, esto puede querer decir dos cosas: o un significado "preferente", hipótesis "intencionalista"; o un significado "ideológicamente reaccionario o conservador", hipótesis "ideologista") los que sin embargo pueden ser leídos desde las tres posibilidades según el esquema de Hall¹⁰ (esta idea está presuponiendo las tres lecturas a partir del mensaje y no a través de estudios en recepción: hipótesis "determinista" de la producción del sentido; no obstante, si se las formula como tres posibilidades lógicas, universales y abstractas, sólo pueden plantearse en función de alguna propiedad del texto a ser leído, pero no de todas en su conjunto, lo cual revela, del lado de la recepción, también una hipótesis "contenidista");

(b) los textos están a la deriva de cualquier lectura (hipótesis de la "democracia semiótica"¹¹).

La posición más "elástica" de la proposición (a) podría concentrarse en lo que Morley (1980) ha llamado "polisemia estructurada": no obstante, aún allí pervive la hipótesis "contenidista", según la cual el sentido estaría en el texto.

Un abordaje discursivo: el "juicio de gusto"

Toda vez que se opera sobre un corpus discursivo, además de trabajar por comparación, los objetos se han de poner en relación según un horizonte de abordaje, encarnable aproximadamente en la pregunta: ¿qué propiedades de esos discursos nos interesan indagar? En el caso de nuestra investigación hemos determinado abordar esos discursos (producidos a través de técnicas de campo) desde el abordaje del "juicio de gusto". Este abordaje implica un análisis desde cierta perspectiva enunciativa, a fin de observar qué sujetos (individuales/colectivos) se constituyen en relación a qué objetos a partir de qué componentes valuativos¹². Desglosamos a continuación esta suerte de definición del "abordaje desde el juicio de gusto":

> entendemos por sujetos aquellas inscripciones discursivas en las que la enunciación supone juegos de pronunciaciones e identidades (enunciación de la "palabra" como propia e individual o en alguna relación con colectivos por identidad, diferencia u oposición), las cuales podrían describirse como "posiciones de sujetos". Más adelante volveremos sobre la problemática de estos sujetos. No obstante, vale aclarar que esas "pronunciaciones" son posiciones enunciativas en el discurso, y no el acontecimiento histórico y físico del "decir"¹³;

- por su parte, entendemos por objetos a las entidades referenciadas en el discurso, en las cuales confluente una cierta tensión entre la identidad del objeto y la diversidad de sus denominaciones. Es en ese sentido que interpretamos lo que Bourdieu enuncia acerca de que toda clasificación que hace un sujeto so-

⁹cf. Morley, 1989, 1996; Grimson, 1994.

¹⁰cf. Orozco Gómez 1997; Morley, 1996:193-199.

¹¹Atribuida mayormente a Fiske, y discutida, con distintos argumentos, por Dayan, (1997:27), Morley (1997:37-40) y Curran (1997:66-68) entre otros.

¹²Mayores precisiones sobre el abordaje desde el "juicio de gusto" las desarrollamos en "Hacia una definición del juicio de gusto en los estudios de audiencia", trabajo a presentarse en el I Congreso Latinoamericano de Estudios do Discurso y IV Colóquio Latinoamericano de Estudios do Discurso en septiembre de 2001, Recife, Brasil.

¹³Al respecto, podemos citar lo que Verón y Fisher, tomado de A. Culioli, plantean como Modalités, y la separación del sujeto enunciator en el discurso respecto del sujeto empírico. Cf. Verón y Fisher, 1986.

bre los bienes, a su vez clasifica al propio sujeto¹⁴: no sólo el referenciar determinados objetos, sino también los modos de referenciarlos (sus denominaciones, sus ordenamientos en series), "hablan" quizá más del sujeto que de los propios objetos;

- por último, y en relación directa con ello, entendemos por componentes valuativos a las series de propiedades en las que son alineados los objetos: son modos de predicar acerca de esos objetos. En nuestra investigación hemos señalado cuatro componentes: un componente formal, un componente de verosimilitud, un componente ético y un componente de utilidad¹⁵. Cada objeto puede ser inscripto en uno o varios de estos componentes, y con signos positivos o negativos. También en este caso, esos modos de predicar sobre los objetos son clasificaciones, que consiguientemente, clasifican al sujeto.

En conclusión, obtendremos un cruzamiento entre sujetos que clasifican objetos de acuerdo a componentes valuativos: tres variables, graficables en un cuadro tridimensional. Como resultado tendremos toda una arquitectura categorial que describe, en algún aspecto, la producción de sentido a partir del consumo de determinados discursos mediáticos. A este enfoque analítico lo denominamos el abordaje desde el juicio de gusto.

Los sujetos

El tipo de análisis en reconocimiento que aquí esbozamos comprende, en tanto estudio de audiencia, y en tanto análisis semiótico discursivo, una idea de sujeto. En realidad, comprende dos tipos de ideas de sujeto, si se quiere, de niveles diferentes, pero estrechamente relacionadas entre sí.

Hay una idea de sujeto pertinente al nivel del estudio de audiencia. Esa idea no es la de un sujeto esencial reductible a una persona o "actor social", tal vez asimilable a algunos usos sociológicos. Dicho sujeto, anónima muestra representativa (o no) de un (in)cierto universo que es "la audiencia", suele ser

centro de discusiones tales como si los estudios que sobre él recaen lo reducen individualmente o lo suponen presa de su entorno, discusiones que -como vimos- no es pertinente a la metodología que aquí presentamos¹⁶.

Estamos, en todo caso, ante un sujeto discursivo, en la medida en que se tome lo discursivo como lo hemos definido anteriormente, y en la medida en que se abandone la idea de un sujeto como unidad coherente de determinaciones. Desde ese punto de vista, trabajar con el sujeto que se compone de sus inscripciones en los discursos que produce, no significa operar con un sujeto menos "real", ni menos "social" que la idea de trabajar con un supuesto sujeto "empírico" (en verdad, tampoco es menos "empírico"): por el contrario, implica la incorporación operativa de la conceptualización del sujeto no como origen o "fuente" sino como "punto de pasaje del sentido" en la semiosis social¹⁷.

En el otro nivel, en el del análisis propiamente dicho, el 'sujeto' son marcas enunciativas que se reconstruyen como entidades significantes, no en el carácter de déicticos de una supuesta "realidad exterior", sino como modalidades (a menudo contradictorias o incoherentes) de identidad y de enunciación (tal como se propone en el abordaje desde el "juicio de gusto").

A la pregunta de cuál es el "paso" de un sujeto al otro, la respuesta estaría en el "recorte" de un análisis sobre la semiosis. En el primer nivel tenemos a los sujetos y su constitución a través de toda la materialidad significativa en la que el mismo se inscribe en la semiosis social. En el segundo nivel tenemos el sesgo de un abordaje particular, que depende de la pertinencia de cada análisis: se tomarán para cada caso las marcas del sujeto puesto en un corpus discursivo: pasamos del nivel de la semiosis al nivel semiótico.

No está claro, en la mayoría de las metodologías de estudios de audiencia, qué estatuto de sujeto manejan, y mucho menos clara está su vinculación con

¹⁴Por citar sólo un texto, Bourdieu, 1990:181.

¹⁵La cantidad y la dimensión de estos componentes tal vez pueda variar en función del análisis.

¹⁶Podemos agregar, a lo expresado más arriba, que las posiciones que debaten inclusive desacuerdan en cómo abordar a los sujetos, cuando, de base, ni siquiera operan sobre la misma concepción de sujeto: cada abordaje teórico-metodológico supone y construye un tipo de sujeto irreductible a otros abordajes. Cf. Lull, 1991; Grimson, 1994; Ang, 1989; Morley, 1989; Jensen y Rosengren, 1997.

¹⁷Ver las consideraciones sobre el sujeto significativo que hace Verón en "El cuerpo reencontrado", (1988b/1993:149-150). Conjuntamente, nos acercamos a la conceptualización discursiva de "sujeto" que hacen Laclau y Mouffe: "Siempre que en este texto utilicemos la categoría de "sujeto", lo haremos en el sentido de "posiciones de sujeto" en el interior de una estructura discursiva. Por tanto, los sujetos no pueden ser el origen de las relaciones sociales, ni siquiera en el sentido limitado de estar dotados de facultades que posibiliten una experiencia, ya que toda "experiencia" depende de condiciones discursivas de posibilidad precisas. (...) Justamente, por ser toda posición de sujeto una posición discursiva, participa del carácter abierto de todo discurso y no logra fijar totalmente dichas posiciones en un sistema cerrado de diferencias". (Laclau y Mouffe, 1987:132-133)

la producción de sentido, aunque esta idea aparezca repetidamente en sus textos.

Para finalizar, agreguemos que la incorporación metodológica de la noción de discursividad permite no sólo describir la producción de sentido en los estudios de audiencia (en toda su complejidad social) sino también operar por fuera de una serie de fisuras que aparecen como insalvables, a causa de no desplazar el enfoque de aparatajes teóricos que reproducen no sólo algunas obstinadas cegueras sobre la circulación discursiva de las producciones mediáticas, sino también sus desaciertos.

Bibliografía

- Ang, Ien (1989): "Wanted: Audiences. On the Politics of empirical audience studies", en E. Seiter et al. (ed.), *Remote Control. Televisión, Audiencias & Cultural Power*, Londres, Routledge, (trad. cast. de M. Calvo y N. Mazziotti para Cuadernos de comunicación y cultura 24, F.C.S., U.B.A., 1993)
- 1994: "Cultura y comunicación: por una crítica etnográfica del consumo de medios en el sistema mediático transnacional", en *Causas y azares*, nro. 1, Buenos Aires, pp. 52-73. ["Culture et communication. Pour une critique ethnographique de la consommation des médias dans le système médiatique transnational", en *Hermès*, nro. 11-12, París, 1992, pp. 75-66.]
- Bourdieu, Pierre: *Sociología y Cultura*, Cap: "La metamorfosis de los gustos", [181-191]. Grijalbo, México, 1990.
- Curran, James: "El decenio de las revisiones. La investigación en comunicación de masas de los años 80", en Dayan, D. (comp.), *En busca del público*. Gedisa, Barcelona, 1997.
- Dayan, Daniel: "Prefacio. Relatar el público", en Dayan, D. (comp.), *En busca del público*. Gedisa, Barcelona, 1997.
- Grimson, Alejandro: "Estudios Culturales: Notas sobre el debate actual", en *Causas y azares*, Nro. 1, Buenos Aires, 1994, pp. 67-73.
- Hall, Stuart: "Codificar/decodificar", en *Culture, Media and Language*. Hutchinson, London, 1980, pp.129-139. (trad. Silvia Delfino)
- Jensen, Klaus Bruhn y Rosengren, Karl Erik: "Cinco tradiciones en busca del público", en Dayan, D. (comp.), *En busca del público*. Gedisa, Barcelona, 1997.
- Laclau, Ernesto y Mouffe, Chantal: (1987) *Hegemonía y estrategia socialista. Hacia una radicalización de la democracia*, México DF., Siglo XXI. (Hegemony and socialist strategy. Towards a radical democratic politics, Londres, Verso, 1985).
- Levy, Mark R. y Windahl, Sven: (1985) "The concept of audience activity" en Rosengren et.al., *Media Gratification Research*, 109-122, Beverly Hills y Londres, Sage Publications ("El concepto de actividad de la audiencia", trad. cast. de S. Arias Pérez, en *Anuario del Departamento de Ciencias de la Comunicación*, Vol.1, Depto. de Ciencias de la Comunicación, Universidad Nacional de Rosario, Rosario, 1995-1996)
- Lull, James: "La estructuración de las audiencias masivas", en *Diá-logos de la comunicación* N° 34. Felafacs. Lima, 1991.
- Morley, David: (1980) *The "Nationwide" Audience*, British Film Institute, Londres.
- (1986): *Family Television: Cultural Power and Domestic Leisure*. Comedia, Londres.
- (1989): "Changing paradigms in audience studies", en E. Seiter et al. (ed.), *Remote Control. Televisión, Audiencias & Cultural Power*. Routledge, Londres, (trad. cast. de M. Varela para Cuadernos de comunicación y cultura 24, F.C.S., U.B.A., 1993)
- 1996: *Televisión, audiencias y estudios culturales*, Buenos Aires, Amorrortu (trad. cast. de Television, Audiencias and Cultural Studies. Routledge, Londres, 1992.)
- (1997): "La recepción de los trabajos sobre la recepción. Retorno a El público de Nationwide", en Dayan, D. (comp.), *En busca del público*. Gedisa, Barcelona.
- Orozco Gómez, Guillermo: "La audiencia frente a la pantalla: una exploración del proceso de recepción televisiva", en *Diá-logos*, Nro. 30. Felafacs, Lima, 1991.
- "Reception analysis seen from the multiple mediation model: some issues for the debate", *INTexto*, PPGCOM / UFRGS. 1997.
- Verón, Eliseo: 1988a: "Presse écrite et théorie des discours sociaux: production, réception, régulation", en: *La presse. Produit, production, réception*. Didier Erudition París, pp. 11-25.
- 1988b: *La sémosis sociale. Fragments d'une théorie de la discursivité*, París, Presses Universitaires de Vincennes (La Semiosis Social Fragmentos de una teoría de la discursividad. Gedisa, Barcelona, 1993)
- Verón, Eliseo y Fisher, Sophie: (1986) "Théorie de l'énonciation et discours sociaux", *Etudes de Lettres*, Lausanne, 71-92, octobre-diciembre.
- Wolton, Dominique: "Para el público...", en Dayan, D. (comp.), *En busca del público*. Gedisa, Barcelona, 1997.

Recopilación y análisis de las Aguafuertes vascas (inéditas) de Roberto Arlt

Introducción

Durante el siglo XX, el periodismo escrito en Buenos Aires ha tenido dos momentos expansivos y renovadores: las décadas del 20 y del 60. Durante la primera, el incremento del público lector y la emergencia de nuevos proyectos editoriales posibilitaron el afianzamiento del moderno y provocativo escritor profesional. El nuevo periodismo de alcance masivo y la nueva literatura argentina se conjugaron en dos nombres paradigmáticos: Roberto Arlt y el diario El Mundo. Numerosos cruces pueden encontrarse entre varias de sus "Aguafuertes" del período 1928-1942, y los personajes y situaciones que pueblan sus novelas más importantes. Jorge Rivera lo destaca puntualmente en su estudio crítico sobre Los siete locos: "...la exasperación, el distanciamiento grotesco, el expresionismo, las atmósferas densas, los personajes marginales, los conflictos, la visión del mundo y el tipo de indagación reflexiva que campean en novelas como El juguete rabioso, Los siete locos y Los lanzallamas, y en cuentos y "Aguafuertes" como los que Arlt publica, hacia el final del período (...) con su común recurrencia a la mostración y al desnudamiento de las apariencias, de las ilusiones sociales, de los contrastes feroces, de la fauna de "ilusos", "trampeados" y "humillados", y su búsqueda correlativa de una suerte de exasperado "blanqueo"

moral y expresivo." (p. 17). El mundo de Arlt polemiza con la "prosperidad" de la década del '20 y con una "realidad" que se propone desde el poder como "normal" y "positiva", a través de una observación distinta de los hechos del presente que explorase lo que sucede cotidianamente por debajo o por detrás de la información oficial.

-Atendiendo a ese formato particular y a su visión de la realidad, en el marco de su viaje por España (1935-1936), el periodista argentino produjo para el diario El Mundo la serie "Aguafuertes españolas", que venía a continuar, desde aquel país europeo, la particular y cotidiana mirada de este "cronista del mundo". Entre el 19 de noviembre de 1935 y el 16 de enero del año siguiente, inclusive, Arlt se traslada al País Vasco, desde donde envía sus "Aguafuertes vascas", treinta y nueve textos breves acompañados de fotografías tomadas por el autor, y que todavía están inéditos -como la mayoría de los textos periodísticos arltianos- en el sentido de que no han sido objeto aún de recopilación, estudio ni crítica hasta el presente; de cuyo autor -controvertido dentro de la producción intelectual argentina, rescatado solo a partir de la década del 60, e instalado desde entonces como paradigmático de la literatura argentina moderna- se conmemoró en el 2000 el centenario de su nacimiento, coincidencia que propició la oportunidad para homenajes varios, y la difusión y publi-

Coordinador: Lic. Leonardo Gustavo Vulcano.

Eleonora Arioli, María de los Milagros Bazzano, Analía Erdosáin, Diego Pérez Llana, Gabriela Whanon Silva, Darío Martínez, Juan Eduardo Ruiz Colella, Juliana Sciarra Paula Inchaurreaga.

cación de obras alusivas. A diferencia de lo que ocurre con su producción literaria, la obra periodística de Roberto Arlt no ha sido abordada con profundidad por la crítica ni por la investigación periodística, situación que ofrece un espacio prácticamente virgen para la investigación.

La propuesta conformó un espacio apropiado para que los ayudantes-alumnos y alumnos del Taller de Comprensión y Producción de Textos II que se sumaron a este proyecto que hoy termina, quienes se iniciaron en la investigación científica, a partir de consignas y problemáticas propias de la actividad de la Cátedra. Ya que, luego de recopilar y clasificar, describir y analizar las treinta y nueve "Aguafuertes Vasca" (1935-1936), inclusive, según los aspectos (comunicacionales, discursivos, pragmáticos, histórico-sociales, etc.) que se especifican a continuación.

La mirada atravesada por la historia

Calles, veredas, barrios, colores difusos, olores inconfundibles, gente apretada en casas superpobladas, gente sobre todo... gente que intenta vivir manteniendo su origen, cuidando sus costumbres, haciéndolas valer en un suelo desconocido.

Todo esto se instaló en la retina de aquel hijo de inmigrantes, nacido el 26 de abril del 1900, que vivió su adolescencia en el barrio de Flores, lugar en donde se instalaron sus padres al llegar al país. Roberto Arlt creció viendo cómo se fusionaba y se confundía en la Buenos Aires porteña, ese "crisol de razas", esa masa de extranjeros que llegan ininterrumpidamente a la Argentina. Arlt transitó su madurez y juventud durante el ascenso del radicalismo yrigoyenista, que va de 1916 a 1922, y su caída tras el golpe militar del 6 de Septiembre de 1930.

La inmigración masiva y el progreso económico remodelaron profundamente la sociedad argentina. En 1895, dos de cada tres habitantes eran extranjeros, y en 1914, cuando ya habían nacido de ellos mucho hijos argentinos, todavía la mitad de la po-

blación era extranjera. Las grandes ciudades, y en especial Buenos Aires, se llenaron de trabajadores, en su mayoría inmigrantes pero también criollos. Sus ocupaciones eran muy diversas y heterogéneas. Sin embargo, muchas de sus experiencias eran similares: vivían hacinados en los conventillos del centro de la ciudad, próximos al puerto donde muchos trabajaban, o del barrio de La Boca. Padecían difíciles condiciones cotidianas: la mala vivienda, el costo de alquiler, los problemas sanitarios, la inestabilidad en los empleos y los bajos salarios. Además, los extranjeros eran extraños entre sí pues ni siquiera los italianos, separados por los diferentes dialectos, podían comunicarse entre ellos. La integración de sus elementos diversos, la constitución de redes y núcleos asociativos, la definición de identidades en ese mundo del trabajo fue un proceso lento.

Mientras en esta nueva sociedad los inmigrantes se mezclaban con los criollos, sin reticencias, y generaban formas de vida y culturas híbridas, las clases altas se sentían tradicionales, afirmaban su argentinidad y se creían las dueñas del país que los inmigrantes habían venido a "rebajar".

De esta manera, la definición de las identidades fue compleja. Entre los sectores populares, la heterogeneidad cultural y lingüística fue superándose en la experiencia cotidiana de afrontar las duras condiciones de vida, que estimularon la cooperación y la constitución de todo tipo de asociaciones: mutuales, de resistencia gremial, en torno de las cuales la sociedad popular comenzó a tomar forma. Por otra parte, la convivencia permitía la espontánea integración de las tradiciones culturales y el surgimiento de formas híbridas pero de una vigorosidad creativa, como el tango, el sainete o el lunfardo, donde concluían los elementos criollos y los muy diversos aportados por la inmigración.

Roberto Arlt vivía entre estas confluencias, las sentía en cada paso que caminaba. Y así fue que su forma de abordar la realidad desde la palabra escrita, estuvo siempre atravesada por ese proyecto moder-

no que trazó las relaciones sociales de la Argentina de fines del siglo XIX y principios del XX.

Arlt: una escritura oscilante

La profesionalización del escritor y las condiciones de trabajo modernas tornaron posible el ingreso, al periodismo y a la literatura, de escritores que, como Arlt, eran hijos de inmigrantes recién llegados al campo de la cultura. En el momento de constituirse como escritor y adoptar un estilo, Arlt tuvo que romper con los límites impuestos por una falta de tradición y materiales "elevados". Las transformaciones de los años 20, cuando en nuestro país comenzó a desarrollarse el modernismo capitalista definido por una invasión tecnológica acompañada de una "invasión" de inmigrantes, sirvieron como materiales fragmentados que "llenaron" ese vacío de elementos reconocidos, pero dejaron intactas las habilidades que el autor ya poseía.

La literatura de Arlt está construida a partir de materiales, en el sentido de materia sustantiva, concreta. Trabaja sobre la materialidad del lenguaje, desde la sintaxis, el uso del lunfardo (y en las "Aguafuertes Vascas", como veremos, el uso de palabras pertenecientes a la geografía y los personajes vascos). La literatura de folletín, las traducciones españolas de autores rusos, la novela sentimental, los saberes técnicos que traían y manejaban los inmigrantes más una suma de saberes marginales y fragmentarios, son los elementos de los cuales se sirve para conformar una base que suplante ese vacío de tradición.

Desde su escritura y su figura, Arlt se define en los márgenes de las instituciones, alejado de las zonas prestigiosas que autorizan, "canonizan", las voces de los autores. El reconocimiento que busca Arlt es paradójico, pues desde su posición de ruptura, ni "literaturizado" ni "politizado", no valoriza la crítica favorable de sus pares porque pretende ser reconocido por la crítica oficial o tradicional que no está dis-

puesta a concedérselo por la ausencia de materiales y saberes consagrados, la utilización de una lengua no natural y la directa relación mercantil que permite la existencia de la literatura / periodismo arltianos. Hablar de una posición sería olvidar su oscilación, intentar establecerlo sería detener su actitud y mirada perspicaces que se relacionan directamente con los aspectos constitutivos de su escritura.

El soporte periodístico en el cual se publican las aguafuertes arltianas hace que se impregnen de la misma oscilación que anteriormente mencionamos para el sujeto autor. Sus textos llevan en sí la marca del tenso vaivén entre la voluntad de ser reconocido como profesional literario y la acción concreta periodística, constituyéndose como escritos de género híbrido. La hibridación atraviesa en primer lugar al sujeto - intelectual - escritor - autor literario y se prolonga a sus producciones simbólicas. El diario impone estilos, formatos y posturas diferentes a la concepción instituida de literatura, de "alta" literatura, una literatura que se aleja de la idea de "trabajo intelectual" porque desde la visión de nuestro autor queda identificada con el "ocio intelectual". La tarea misma, las condiciones de producción y el carácter semántico - formal de los textos se ven modificados por la posición y la actividad que ocupa el autor. El desempeño del escritor en ámbitos y soportes que no reconocen la labor, produce una transformación de actitudes, expresiones y formas de escribir que inevitablemente repercute sobre la conformación de la imagen arltiana de escritor y el concepto de su "literatura periodística". Su "autoidentidad" e imagen social pasan por el diario y a partir del diario se construye un estilo basado en un pacto de lealtad con el público: lealtad hacia sus modalidades de lectura; lealtad que asegura una relación veraz con el referente; lealtad hacia un modelo de relato que asegura el movimiento de una acción descriptiva que transmite un conocimiento más amplio y explícito que el de sus propias peripecias: una política, una moral social, exhortaciones programáticas y denuncias.

Arlt como escritor "repórter" de Aguafuertes maneja el oficio y mezcla a conciencia la narración, los discursos referidos, la crítica, las descripciones de tipos y paisajes con la información fáctica y estadística. La modificación de los formatos periodísticos, de la forma de escribir y también de los temas tratados, está estrechamente relacionada con el mercado y el público formado por masas con diferentes intereses y competencias lectoras. Esta diversidad de formas expresivas también tiene que ver con la competencia instaurada en el mercado de bienes simbólicos, con la existencia de lectores consumidores de relatos breves, que exigen impacto, familiaridad lingüística y temática, resoluciones claras de núcleos argumentales y la adopción de un tono explícito sobre problemáticas ideológicas y políticas.

El periodismo define el estilo directo de la expresión, un estilo que supone la exposición directa de lo que se quiere decir. La mirada global y al mismo tiempo intersticial, anecdótica, perspicaz y detallada que asume "Arlt narrador" posee rasgos que son continuidad de su tarea como escritor en un periódico. El periodismo no es sólo un medio de vida, una institución o una de las formas escriturarias de la esfera pública, sino también una matriz perceptiva y retórica.

Auge de los medios gráficos a comienzos del siglo XX

Según Claudia Gilman -en Historia Social de la Literatura Argentina- la polémica barrial entre Florida y Boedo fue la más popular de la literatura argentina. Su importancia se revela en el carácter de mito de origen que se le adjudicó. De esta discusión, afirma, "nació nuestra vanguardia literaria y política, nuestra primera generación estrictamente literaria". Adscriptos al grupo de Florida se pueden mencionar a Conrado Nalé Roxlo, Jorge Luis Borges, Leopoldo Marechal, nucleados en torno a la revista Martín Fierro (1924-1927), quienes aspiraban a renovar la literatura, y se relacionaban íntimamente con las escuelas europeas de vanguardia. Por su parte, los de Boedo: Raúl

González Tuñón, Elías Castelnuovo, Leónidas Barletta, en sus revistas Extrema Izquierda, Los Pensadores, Claridad, propugnaban una literatura con contenido social, revolucionaria para la época.

Ambos grupos se diferenciaron por pertenecer, uno, a la aristocrática calle Florida y, el otro, por identificarse con el clima "barrial" y "popular" del barrio porteño de Boedo. Estos últimos eran hijos de inmigrantes, autodidactas que buscaban obtener formación intelectual e ignoraban la llamada "gran literatura". Es entre estas dos corrientes que Roberto Arlt oscilará durante toda su vida, negado y reivindicado sucesivamente, y serán los diarios Crítica (1913) y El Mundo (1928) donde compartirá su labor periodística con renombrados escritores de ambos círculos.

Con el slogan "Dios me puso sobre nuestra ciudad como un tábano sobre un noble caballo para picarlo y tenerlo despierto", el 15 de septiembre de 1913, Natalio Botana, de 25 años, publica el primer número de Crítica. Aunque en un inicio se planeó como un diario de mediodía, llegó a tener cinco ediciones diarias: a las 12, 14:30, 17, 21 y 23:30 hs., con una tirada promedio de 300.000 ejemplares. Crítica, considerado "sensacionalista" por la especial atención brindada a los policiales, la denuncia de los casos públicos y la cuestión social, se convirtió en un espacio de consolidación de hábitos culturales y populares. Bajo la supervisión de Jorge Luis Borges y Ulises Petit de Murat, desde 1933 a septiembre de 1934, apareció la Revista Multicolor de los Sábados, en la que nuevamente Botana volcó la más novedosa tecnología del momento y convocó a grandes literatos e ilustradores. Entre ellos al aguafuertista uruguayo Facio Hebecquer, quien buscaba inspiración para sus creaciones en los mismos espacios marginales que Roberto Arlt. Para Jorge Rivera, Natalio Botana aplicó su peculiar concepción del talento y del trabajo periodístico al obligar a Roberto Arlt a escribir para la sección policial a cargo de José Antonio Saldías, entre 1927-1928. En este espacio Roberto Arlt realizaba sus crónicas policiales; para ello recurría a una

mirada psicológica del hecho y sus protagonistas, enriquecida con la transcripción de diálogos y comentarios personales. Salía al encuentro de la noticia, buscaba material para sus textos en sus recorridas nocturnas de fondas y prostíbulos del arrabal porteño, razón por la cual sus producciones fueron cuestionadas por "transgresoras".

El 14 de mayo de 1928 aparece El Mundo, medio del trust periodístico Haynes: revista Mundo Argentino y radio El Mundo. El matutino, dirigido a la pequeña burguesía, fue el primero en adoptar el formato tabloide y en modificar los titulares. Como el innovador Crítica, este medio también dio cabida a la bohemia periodística de la época, priorizó la originalidad en notas y crónicas, amplió espacios de ilustración y la cobertura urbana, para ser, como enunciaba uno de sus slogans: "un diario moderno, cómodo y sintético", que tenía, de lunes a viernes, 32 páginas, y los domingos, 40. Desde sus páginas, Roberto Arlt se volvió popular al retratar ácida, crítica, irónica y socarronamente personas y realidades de principios de siglo en sus "Aguafuertes".

"Aguafuertes Vascas": características generales

En relación con los otros medios gráficos de la época, el diario El Mundo impuso un nuevo formato que irrumpió en la sociedad argentina positivamente por su novedad: el tabloide hizo que los lectores tuvieran entre sus manos un diario cómodo que permitía leerlo en cualquier sitio. A modo de "cintillo" aparecía una frase que representaba al público lector: Diario que interesa a la mujer, al hogar y al niño. La diagramación de las páginas en que fueron publicadas las "Aguafuertes Vascas" consistía en la división en 5 columnas de pocos centímetros. Las aguafuertes se fragmentaban en ese espacio, mezclándose con otras notas breves de índole social o política, que -a nuestro entender- complicaba la codificación para lograr una lectura ágil y atractiva como lo es actualmente.

Por lo general, aparecían en la parte superior izquierda de la página, desde el interior hacia el borde exterior. Los títulos se expandían en no más de tres columnas, a doble línea; eran elegidos por el cronista, íntimamente relacionados con los temas y opiniones desarrolladas en el cuerpo de las notas. Las fotografías incluidas eran tomadas por el propio Arlt, que las ilustraba con epígrafes descriptivos para llamar la atención de sus lectores. La publicidad ocupaba un sitio importante en la página ya que en ocasiones era superior al espacio destinado a los artículos periodísticos.

Evidentemente, las "Aguafuertes Vascas" fueron útiles para conocer e interpretar una sociedad totalmente diferente y lejana, ya que una vez leídas esa distancia se acortaba. En varias de ellas enunciaba la cita de fuentes directas, pobladores, vecinos y funcionarios vascos, además de las fuentes indirectas: consulta bibliográfica de datos históricos puesta de manifiesto en comparaciones de la sociedad en sus orígenes con la de esa actualidad en que realiza sus viajes, años 1935 y 1936. Algunas aparecen como diario de viaje, cuando se refiere a las horas de viaje entre una región y otra, otras simbolizan un tipo de folleto turístico, y están las que se refieren específicamente a los modos de vivir, a las costumbres. Es para destacar el remate final de cada aguafuerte, donde reflexiona y permite la propia elaboración del público lector.

En su primer envío relata el viaje en tren desde Bilbao a Santander; éste será el medio de transporte que Arlt utilizará para ir de un sitio a otro. La descripción geográfica de la zona podría servir como folleto turístico. Los cuadros costumbristas se evidencian con la descripción de los aldeanos: en sus juegos de pelota a paleta; sus fiestas, en las que se divierten y bailan danzas típicas, como la "ididema" y el "txistulari"; músicos o juglares que alegran esas jornadas con sus sonos; también hace un parangón entre los movimientos de un baile vasco con las fiestas griegas. Si bien la confrontación entre diferentes zonas resume los hábitos de los pobladores - "...en Eibar se nace destinado a la industria armera, como en Bermeo se

nace para la pesca..."-, informa una situación social: "Eibar no fabrica armas desde que España intensificó los movimientos revolucionarios de masas"¹; los talleres, en 1936, estaban destinados a la fabricación de bicicletas, armas blancas y máquinas de coser. Aquí presencia a un artesano mientras hace un adamasquinado o arte de colocar hilos de oro en los dibujos de superficies de acero.

Mientras, en Bilbao la tradición manifiesta la relación con la iconografía; por ejemplo, la imagen que registra el homicidio de don Pedro "el Cruel" aparece en los muros como símbolo que constituye la propia historia de los vascos. Otra alegoría indica que cuando muere alguien se le agregan crespones al escudo de armas, que se encuentra en la entrada de la vivienda. La religión católica es el eje de este tipo humano; en los pueblos de los Pirineos se reza a toda hora, casi todos añoran la Edad Media cuando la salvación de las almas era casi infalible. De acuerdo a la interpretación de Roberto Arlt, aborrecen los vascos las vicisitudes del siglo XX, ya que el pasado se encuentra enquistado en el presente.

En San Sebastián se expone una crítica situación laboral de los periodistas que como causa de sueldos bajos tienen otras ocupaciones; y en Baracaldo, esa crítica situación se debe a la disminución de la producción de hierro, puesto que de los cuatro altos hornos sólo funciona uno. Por la desocupación existente (los nueve mil hombres de antes se redujeron a tres mil), los obreros trabajan cuatro días semanales y el quinto lo dejan para ayudar a sus compañeros cesantes. A la vez, Arlt utiliza una comparación entre la sinfonía "La Fundición", de Molotov, y los sonidos que provoca la fundición del hierro en acero, dándole un tinte conmovedor a esa situación tan particular, y agrega que las casas están cubiertas de hollín como consecuencia de la acción de la usina.

Información detallada exhibe el periodista cuando asiste a un mitin del Partido Nacionalista Vasco, caracterizado por tratarse de un nacionalismo cristiano y antifascista que está agrupado en un partido

de masas sólidamente organizado; allí concurren tanto la campesina con su hijo como el obrero con su mujer o la burguesa con su marido e involucra, de esta manera, a las distintas clases sociales que se nuclean en los "Batzokis" o centros de recreo, instrucción y propaganda.

Finalmente, en la última aguafuerte vasca hace un análisis generalizador sobre las visitas realizadas, las costumbres conocidas, las ideologías y resalta que "fuera de las filas del Partido Nacionalista, el intelectual vasco actualmente no tiene ningún porvenir, y dada la situación creada por el partido, lo único que apasiona en el presente momento es la exaltación de la nacionalidad vascongada"².

"Aguafuertes Vascas": aspectos políticos

Casi como un filósofo de su tiempo, Roberto Arlt sucumbe ante la fascinación del asombro: en el País Vasco su sorpresa se vuelve mayúscula ante la estentórea muestra de organización política de la que hace gala el Movimiento Nacionalista Vasco. El mes de diciembre de 1935 marca el comienzo del análisis que de ese movimiento hace Arlt, estando en el corazón mismo del País Vasco. Y el dato del que parten el análisis y también los elogios del cronista hacia este "partido de masas, sólidamente organizado", es "la participación extraordinaria de las mujeres y de los niños, en centros de recreo, instrucción y propaganda".

El Movimiento Vasco es definido por el mismo Arlt como nacionalista, cristiano y antifascista, y sin embargo tanto la derecha como la izquierda política española luchan contra él. La lucha ideológica y política intestina en la región se fundamenta en la consigna nacionalista de: "independencia total de las provincias vascongadas y constitución de una República vasca, basada en la existencia de una raza propia con idioma propio". Las características que diferenciaban al Movimiento Nacionalista Vasco de otros partidos de similares características en el resto de Europa, eran la ausencia casi total de violencia en su accionar y la

Notas

¹Arlt, Roberto: "Eibar, la ciudad armera - Bicicletas en cambio de armas - Una multitud en traje proletario". Diario *El Mundo*, sábado 4 de enero de 1936, pág. 19.

²Arlt, Roberto: "Me marchó de las Vascongadas". Diario *El Mundo*, jueves 16 de enero de 1936.

claridad en la consecución de los objetivos reivindicatorios.

Llamó poderosamente la atención del periodista la gran base social con la que contaba el movimiento: "labradores, estudiantes, diputados, y hasta el 60% de los seminaristas de Pamplona, son separatistas". Ningún otro partido en toda Europa podía hacerse acreedor a tamaña pluralidad clasista dentro de sus filas. El periodista argentino, lejos de hacer una búsqueda infructuosa en arduos libros de historia, se acercó a dos fuentes muy particulares para comprender el funcionamiento del Movimiento: documentos políticos surgidos de las embajadas extranjeras y entrevistas esporádicas con varios de los jefes del mismo. El punto en que ambas fuentes coincidían era el objetivo primordial de defender los fueros del partido. Éstos conformaban las buenas costumbres y los derechos que ostentaba históricamente el País Vasco, como república libre desde sus principios. Los fueros vascos eran respetados bajo juramento por los monarcas españoles, y dieron carácter de nación soberana a las regiones vascongadas: su gobierno estaba constituido por una democracia comercial que celebraba tratados internacionales con las potencias extranjeras, aun cuando éstas estuvieran en guerra con España, dato que hace imaginar hasta dónde llegaba la connotación del término independencia para la región vascongada.

Una reflexión de un jefe vasco llamaría la atención de Roberto Arlt. Al intentar describir la situación vasca, el jefe la comparó con la realidad criolla de la guerra de independencia en nuestro país, con la salvedad de que los vascos "constituimos una gran raza con idioma y territorios propios; y que el 65% de la fuerza económica española es controlada por el capital vasco".

Por otra parte, la fuerza del Movimiento se encontraba en los llamados batzokis: centros de recreo e instrucción política para personas de cualquier edad, "destinados para que las autoridades del partido efectúen su propaganda más intensa". Y a pesar de ser

el centro de adiestramiento y reclutamiento en nada se parecía a edificios militares, sino que eran modernas construcciones en donde se cultivaba la fraternidad entre ambos sexos y el separatismo nacionalista. Así y todo, Arlt los compara con los clubes deportivos de Buenos Aires por las actividades que en ellos se desarrollaban. Por supuesto, en la vida cotidiana esto tenía como consecuencia la enemistad entre españoles y vascos, que engendraba la imposibilidad de compartir actividades pueriles como el paseo por las plazas, que estaba regulado por horarios según se perteneciera a uno u otro bando.

Indudablemente, Roberto Arlt se encontraba sumamente sorprendido tanto por el número como por la diversidad de la base del Movimiento Nacionalista Vasco. Nunca se había encontrado con una agrupación que nucleara a buena parte del espectro social en torno a un objetivo común, sin que se despedazara en razón de ambiciones sectoriales. De alguna manera, parece envidiarle ese objetivo externo y superior que cortaba de cuajo cualquier intento de quiebre interno. Paradójicamente, el movimiento separatista era el de mayor cohesión que Arlt hubiera conocido jamás.

-En una de las aguafuertes más curiosas, Arlt intenta que el lector porteño pueda percibir la dimensión del problema político y su "vehiculización" a través de la vía más compleja: el lenguaje poético. En "Los "bertsolariz" - Improvisaciones a la manera de las payadas - La ironía cruel" (9/12/35) Arlt transcribe (traducidos del vasco) los versos que despliegan en su enfrentamiento de contrapunto (como sabemos que sucede en las payadas locales) dos poetas contendientes o "bertsolariz": "Me traducen los dos cantos. El joven le dijo que ya era hora de abandonar a los viejos poltrones y charlatanes y de marchar directamente por los gloriosos caminos revolucionarios. El viejo respondió que todos los jóvenes son unos tontos irreflexivos, que antes de ir a la revolución es menester capacitar al pueblo, para que la masa no sea engañada por los dirigentes como ocurrió durante la guerra carlista, en que el pueblo luchaba por

sus fueros y las directivas por un pleito que no interesaba al pueblo". Quienes debatían eran: el primero un obrero de la fábrica de papel y el segundo un guardavía de Durango. El joven responde: "Si el pueblo perdió las guerras carlistas fue porque le traicionaron sus generales y que los generales siempre traicionan los intereses de la masa, esté o no capacitado el pueblo". Una parte lo aplaude.

En los versos citados puede apreciarse el intercambio de posiciones en torno al carácter de la revolución, hecho que se plasma a posteriori durante la guerra civil; y que uno de ellos tiene sus fundamentos a priori, la guerra carlista. La cita del verso del joven permite deducir que en una jerarquía piramidal, verticalista, la base puede ser fácilmente traicionada. La elección de estas citas muestra el posicionamiento ideológico del periodista, sin ser explícito. Esto le permite decir que "la ironía cruel" de carácter costumbrista, es una herramienta política: define el carácter político de la cultura, mostrando las distintas concepciones políticas que se enfrentan en una España convulsionada, pero no delimita las diferentes fuerzas políticas que están en juego. Habla de revolución pero no define el carácter, dado que la noticia era publicada en un medio de tirada masiva que apuntaba a una clase media que ascendía al poder, y no toma partido sobre las concepciones de los "payadores".

Costumbres y fiestas

Las costumbres y fiestas en la sociedad vasca dan un marco de referencia informativo y pintoresco para significar el valor que ellas tienen en la cultura vasca. Durante los meses que Roberto Arlt viajó por el territorio, presenció diferentes tipos de fiestas y manifestaciones de los pobladores.

La "ididema" era la fiesta principal en el pasado del agro vasco, y consistía en comprobar la fortaleza del ganado nuevo destinado al yugo. En el momento en que Arlt describe esta fiesta, se convertía en un

concurso de competencias en el que corría dinero; sin embargo, al anochecer, tanto ganadores como perdedores festejaban con los cantos corales. En Portugalete, cerca de Bilbao, las fiestas nacionalistas van acompañadas de danzas regionales. La danza de la bandera vasca sólo se baila si está acompañada de la española porque así se exige. El "txistu", flauta de tres agujeros, junto con los tamboriles le dan el marco musical. En las regiones montañosas la fiesta vasca está representada por el "txistulari" considerado como el músico o juglar a quien se lo relaciona con el flautista marroquí. Los vascos de la vertiente francesa de los Pirineos reemplazan el tamboril por una especie de arpa cartaginesa de cuerdas gruesas. En esta región se ejecuta la "espatadantza", considerada la más antigua creación coreográfica, una danza heroica de esgrima musicalizada. Entre las costumbres se puede destacar que el Partido Nacionalista rescata el amor por las fiestas típicas de los antepasados como la lucha para obtener la independencia de su país.

Entre los pasos de baile los lugareños describen más de treinta; en San Sebastián por ejemplo, se realizan como intervalos para los boxeadores, habría que agregar también que los hombres, tremendamente fuertes, hacen fiestas de pruebas de competencias, incluyendo los bailes como violentos rounds. En algunos participan sólo hombres y en otros hombres y mujeres entrelazados, acompañados por el sonido del tamboril y el chasquido de los dedos. A diferencia de los españoles, los vascos son entusiastas y utilizan disfraces que Arlt describe "como si asistiera a una fiesta de carnaval". Las fiestas ancestrales invaden el cuerpo de los que danzan.

Los vascos consideran al tango una danza voluptuosa que no se aviene con la austeridad de sus costumbres; y por eso, en los pueblos en los que se baila esa danza rioplatense, la comunidad vasca se separa de la española. La llamada fiesta en Baskonia es un acto de nacionalismo con cantos patrióticos; Arlt se niega a publicar traducciones de temas patrióticos vascos para no violentar a los españoles residentes en América.

-Un párrafo aparte merece la visión que tiene Roberto Arlt de las mujeres vascas. En las regiones vascas las mujeres cumplen un rol destacable en la sociedad, incluso -según el lugar- son verdaderas "matronas". Por ejemplo, los capitanes retirados, quienes durante sus viajes marinos son vistos como valientes, en tierra permiten ser dominados por sus mujeres. Ellas luchan por la política del pueblo y administran sus casas, educan a sus hijos y, como la sociedad es extremadamente religiosa, van a misa tres veces por día.

Algunas mujeres visten el atuendo gitano y las trenzas que llevan son artificiales; en otra zona se las ve con pollera azul, medias de lana y alpargatas. Por otra parte, la pobreza aparece entre las viejas traperas que lucen fatigadas y desarregladas. Las compara con las traperas francesas que tienen el "corazón más grande que una damajuana". Una vez efectuada la venta de sus trapos viejo, guardan el dinero en un pañuelo anudado, agrisado por el uso.

Las mujeres forman parte activa del Partido Nacionalista Vasco bajo el nombre de "emakmúca", quienes organizan 30 centros de comedores solidarios, funcionan como enfermeras para asistencia social y grupos de auxilio a los presos políticos encarcelados por las autoridades españolas, por su actitud separatista.

"Aquí se vive en religión"

La religión ocupa un lugar primordial dentro de las "Aguafuertes Vascas". Ahora bien, la pregunta que nos podría surgir es qué tipo de catolicismo percibe el periodista en su visita a las provincias vascongadas. En principio: la religión está presente en todos los aspectos de la vida vasca, casi como un eje transversal a través del cual todo girara. No es azaroso que en 13 de las aguafuertes el escritor hable en forma directa o indirecta acerca de este tema. Arlt ve un catolicismo profundamente arraigado en las regiones vascas: en su gente, sus costumbres, sus relaciones sociales, su arquitectura, su idiosincrasia.

Pero, ¿cómo es este catolicismo, qué características tiene? Tratar de definir esto de manera más o menos puntual, al igual que cualquier otro asunto relacionado con los orígenes y formas de ser vascos, es una empresa compleja. Pero es posible delinear ciertos aspectos tomando en cuenta lo descrito (o lo no descrito) por Arlt, cruzándolo con algunos datos históricos. Básicamente hay dos hechos que, analizados en sí o por comparación, nos dan rasgos claros acerca de lo que se está buscando. En primer lugar, no puede inferirse de los escritos de Arlt que el clero vasco estuviera, en aquellos momentos, adornado de privilegios materiales, o de una posición social muy alejada del pueblo, al menos en forma ostensible. Sino que está cercano a su gente. En segundo término, Roberto Arlt, al darnos las características del catolicismo vascongado, muestra que el enraizado sentido religioso que se percibe a través de las aguafuertes conserva profundidades casi milenarias. Arlt describe una iconografía sombría y oscura, plagada de simbolismo casi "macabro" y costumbres "arcaicas".

Lo que uniría a todas las características de la religión vasca es su vinculación con el tema de la independencia euskalduna. Y las características religiosas vascas se podrían definir como una herramienta de diferenciación del pueblo español, como conservadoras de la identidad étnica e histórica euskalduna. Pero esto es algo que se desarrollará más adelante.

Como sin quererlo, Arlt nos cuenta ciertas costumbres vascas que señalan la cercanía entre clero y pueblo: "contrariamente a lo que se veía en otras zonas de España, vivía verdaderamente con el pueblo; las obras sociales católicas estaban en constante progreso"³; "(en el caserío vasco) reposa el cura y mira cómo acuden las gallinas a su granjería"⁴ (...) "los sacerdotes son numerosísimos. Se hospedan en las casas de familia, conviven en el ambiente, sin que a nadie le llame la atención [...] En las mesas de los hoteles y de las pensiones se encuentra a estos clérigos zanquillargos presidiendo las cabeceras, bendiciendo las soperas, haciendo chistes, discutiendo de política"⁵.

³Mendizábal, A.: "Aux origines d'une tragédie", prefacio, p. 26-27, París, 1937. En *Crónicas*.

⁴Arlt, Roberto: "El caserío vasco. Vivienda en señorial aislamiento. Interiores severos y sombríos", diario "El Mundo", 24/12/35.

⁵Arlt, Roberto: "Me marcho de las Vascongadas", diario *El Mundo*, pág. 14, 15/1/36.

Los datos obtenidos al respecto muestran que, en líneas generales, el clero vasco de 1935 y 1936 se mostraba más orientado a la actividad social que a la simple liturgia: "la iglesia vasca estaba dirigida por un clero social consagrado a obras populares"⁶. No se desprende de lo escrito por Arlt, en las aguafuertes analizadas, más que una crítica al clero en sí, relacionada con los males que el alcohol causaba a gran parte de la población vasca: "ahora se explica la actitud simultáneamente remisa del clero y del Partido Nacionalista Vasco en afrontar el dramático problema"⁷.

Arlt describe una sociedad atravesada por la religión católica, de profundo arraigo, con iconografía y costumbres que parecen haberse quedado mil años anclados en el tiempo. De las aguafuertes se desprenden varios datos que son importantes para comprender de qué forma el cristianismo fue aceptándose en Euskadi en detrimento del paganismo. En las aguafuertes, Arlt menciona las imponentes cruces que pueblan los caminos de todo Euskadi. Según él, las mismas datan de los comienzos del siglo XI: "Aquí las cruces abundan como las hayas, forman calvarios, orientan senderos de oratoria silvestre [...] en Elorrio hallamos hasta cinco de estas cruces"⁸. En la misma aguafuerte el cronista menciona los cambios que en algunas imágenes y ciudades se produjo entre los ídolos y nombres latinos paganos y los católicos. Estos otros datos también corroboran la hipótesis que sobre este punto se expuso arriba. A modo de anécdota, cabe destacar, para ver cómo estaban arraigadas las creencias paganas, que la representación católica del Diablo como un macho cabrío proviene de las leyendas vascas pre-católicas. El Akerbelt significa "Macho Cabrío Negro" y es una criatura más bien benéfica, que era muy adorada en las regiones vascongadas de la antigüedad. Cuando entró la iglesia en el País Vasco persiguió esta creencia. Posteriormente, logró comparar a Akerbeltz con el demonio. Inclusive, la palabra "aquejarre", con la que la iglesia denomina a la reunión de brujas, significa "alrededor del Macho Cabrío" en euskera.

Otra cuestión importante es la iconografía religiosa. Arlt observa en las imágenes callejeras y caseras una hegemonía indiscutible de crucifijos, santos y vírgenes: "Hacia donde se camina, las piedras, las ochavas de caminos, están adornadas de cruces de granito. Cuando no son crucifijos, son columnas rematadas por la Madre y el Niño, la Madre y el Hombre"⁹. La característica más llamativa de esta iconografía, a la que muchos no dudarían de denominar como "macabra", es su predominante rasgo sombrío, oscuro, cargado de una atmósfera gris. Pero es posible decir que esta característica, lejos de ser un distintivo del pueblo vasco, parece una línea común en todo el simbolismo visual católico.

Hasta en algunas leyendas vascas ya ha penetrado la religión cristiana, tal cual relata Arlt cuando narra la historia de la visita del pirata inglés Francis Drake al castillo de San Juan de Gastelugatx¹⁰. También el "folclore": aunque abunden los "Itxixos", o brujos, daños, brujas, ahojamientos u otras cuestiones más cercanas al paganismo, la mayoría termina con "soluciones" de índole cristiana, como la colocación de estampitas del Sagrado Corazón de Jesús¹¹. Es conocida la forma en la cual la religión se asocia con el imaginario social, y su importancia es fundamental.

Ya sea en la vida privada o en la social, la religión está presente de forma constante, casi todo pasa por ella: "Se reza a todas horas en los pueblos pirenaicos. Se reza antes de comer. Se persignan antes de llevarse la cuchara a la boca; después de almorzar [...] Todos estos seres humanos que pasan a mi lado, arduamente devotos, aborrecen las vicisitudes del siglo, casi todos añoran la edad Media [...] pero, ¿dónde no se reza aquí?"¹². "Antes de salir a la calle, las mujeres se hacen la señal de la cruz.[...] Los más serios problemas domésticos se aconsejan con el eclesiástico [...] Se acude por lo menos dos veces al día al oficio religioso"¹³.

A modo de conclusión, se puede decir, después de haber descrito someramente las características del clero y la religión vascas observadas por Arlt, que todo esto

⁶Mauriac, François: "París Soir", 30/12/38. En *Crónicas*, de Jesús María Alday.

⁷Arlt, Roberto: "Una taberna cada 49 habitantes", diario *El Mundo*, 11/1/36.

⁸Arlt, Roberto: "Cruces monumentales", diario *El Mundo*, 1/1/36.

⁹Arlt, Roberto: "La atmósfera mística de Elorrio", diario *El Mundo*, 39/12/35.

¹⁰Arlt, Roberto: "San Juan de Gastelugatx", diario *El Mundo*, 9/1/36.

¹¹Arlt, Roberto: "Daños y brujas", diario *El Mundo*, pág. 21,21/12/36.

¹²Arlt, Roberto: "La atmósfera mística de Elorrio".

¹³Arlt, Roberto: "Me marchó de las Vascongadas".

se orienta en función de la conservación de la identidad y las costumbres euskaldunas; es decir, como una forma más de diferenciarse de España. Creo que esto se fundamenta, primero, en la forma de ser del clero vasco. Obviamente, su principal actividad es la difusión de la palabra cristiana y demás actividades litúrgicas, como cualquier otra persona dedicada a la vida de seminario. Pero, como se ha dicho antes, la actividad social y la discusión política estaban entre sus principales ocupaciones, y así lo refleja Arlt en varias aguafuertes. Si bien en aquellos días la discusión y la actividad política eran moneda común en toda España, puede decirse que en el País Vasco las mismas se volcaban en otro aspecto; es decir, el eje de estas discusiones era la independencia de las provincias vascongadas. No es casual que la cuestión religiosa fuera la bandera de la intención separatista vasca a partir de la certeza de las ideas republicanas al respecto. Varios fueron los proyectos de Estatutos que presentaron los vascos en su deseo de reconocimiento como pueblo aparte. Pero diferencias irreconciliables con la izquierda aplazaron este asunto. Pero tampoco la idea de Estatutos (Fueros) tuvo buena acogida en las líneas rivales (C.E.D.A., Confederación Española de Derechas Autónomas), cuando éstas tuvieron el poder en sus manos. La represión a la revolución separatista de 1934 tuvo como consecuencia un aminoramiento de las actividades nacionalistas, que resurgieron con fuerza en 1935 con el intento del estatuto vasco. A los pocos días de la negativa de los cedistas se realizó el llamado a elecciones generales, justo cuando los autonomistas se habían convencido de que nada podían esperar de la derecha. De allí que, a pesar de que su filosofía social y religiosa fuera (y es) profundamente católica, se unieran al Frente Popular en las elecciones de 1936, en contra del gobierno conservador. Esta costumbre de negociar con aquel que mejores posibilidades le diera a los Fueros Vascos (reyes católicos, franceses, ingleses) es una línea histórica clara en el País Vasco.

Tampoco es casual que el gobierno de Francisco Franco, ya vencedor de la guerra, relevara de sus cargos a

toda la cúpula eclesiástica vasca y obligara a parte del clero a partir al exilio, para suplantarlos por religiosos provenientes de las más convencidas zonas "nacionales", como Burgos¹⁴. Asimismo, la cuestión de la aprehensión religiosa vasca también puede pensarse desde el punto de la diferenciación. Arlt dice, por ejemplo, que seguramente en ningún lugar de España la hegemonía simbólica sea tan religiosa como en Euskadi. Probablemente sea así. Hay que tener en cuenta, por ejemplo, que las instituciones religiosas más recalcitrantes, como la Inquisición, no entraron en el País Vasco, o lo hicieron después de un descontento general. Teniendo en cuenta esto, podríamos decir que el marcado carácter religioso vasco no se debe a elementos "oscurantistas", sino que hace a su propia idiosincrasia y forma de ser, asumiendo el momento histórico de España en ese momento, y las palabras de Arlt, seguro de haber estado "en el más sólido reducto de la España católica"¹⁵, (aunque en estas últimas palabras, después de todo lo dicho, podamos advertir un principio de contradicción) reflexión que le surge como síntesis en su partida del País Vasco.

Recepción: un lector esperado

En principio, llama la atención el esfuerzo que hace el autor para lograr un efecto de representación en la recepción de sus obras. Utiliza comparaciones que no están, en un primer momento, cercanas a sus lectores, cuyo asidero principal son los recuerdos de lecturas pasadas. Por ejemplo, son numerosas las oportunidades donde se pone en un mismo plano de igualdad al País Vasco con Grecia, que ni Arlt ni la mayoría de sus lectores conocían.

Pero hay un elemento central que diferencia a este cronista del resto de los cronistas viajeros: busca mostrar el otro lado de las regiones vascas, abandona la postura de un observador de monumentos y costumbres que tendrían que presentarse como estéticamente imperturbables para todos los turistas; manifiesta su disenso, y se lo dice a sus lectores en las agua-

¹⁴"El Caso del Clero Vasco" y "Crónicas".

¹⁵Arlt, Roberto: "Me marchó de las vascongadas".

fuertes. En "La atmósfera mística de Elorrio" escribe: "Dos señoritas rezan hincadas. ¿Pero dónde no se reza aquí?...". Se permite un lugar de extrañamiento en ciertas tradiciones, como si ese lugar fuera el más adecuado para lograr un análisis más objetivo.

Es indudable la necesidad de Arlt de ser lo suficientemente claro, con un lenguaje sencillo, para poder así describir lugares y tradiciones no conocidas para la mayoría de los lectores. Sus herramientas discursivas en el nivel descriptivo pueden esquematizarse así: transita entre la descripción en "planos cortos", minuciosa, puntual, específica de alguna actividad o situación; y las "panorámicas", donde presenta paisajes abiertos y amplios. Entre los planos cortos y las panorámicas oscilan las descripciones de Arlt, intentando mostrar al mismo tiempo la geografía y sus caminantes habituales. Como, por ejemplo, en la aguafuerte "Otoño en San Sebastián": "La pizarra de la Avenida traza eses frente al mar levemente sonrosado: un francés con barbita breve y las manos sumergidas en su gabán avanza convenientemente malhumorado a lo largo del pasamanos de la avenida. Las golondrinas se entremezclan con los millares de gaviotas que chillan y revolotean entre los tremendos golpes del mar".

Como última afirmación, podemos decir que Roberto Arlt escribía básicamente para los lectores del diario El Mundo. El universo de los consumidores de las aguafuertes era muy amplio: allí podían convivir desde mujeres amas de casa hasta militantes políticos con compromisos definidos. Pero las aguafuertes planteaban luchas internas para conseguir el reconocimiento de los sectores emergentes de la sociedad argentina de los años 30, quienes buscaban ser tenidos en cuenta por la clase política. Arlt rescató estos anhelos y los puso en primer plano a través de sus columnas diarias, confrontando así una realidad que el resto de los periódicos más conservadores no mostraban. El mismo autor se ubicaba en ese lugar con sus propios lectores, entonces podemos afirmar que compartían un mismo habitus de clase (Altamirano y Sarlo; 1983). Siguiendo a Umberto Eco, podemos decir

que el lector modelo de Arlt coincide exactamente con el lector de El Mundo, conformado por una pertenencia social a los sectores inmigratorios en ascenso, con un gusto estético y un criterio político determinados por esa pertenencia social.

Bibliografía:

- Alday, Jesús María: *Crónicas*. Idatz Ekintza, Bilbao, 1986.
- Altamirano, C., y Sarlo, B.: *Literatura/Sociedad*. Hachette, Buenos Aires, 1983.
- Argumedo, Alcira: *Los silencios y las voces en América Latina. Notas sobre el pensamiento nacional y popular*. Ediciones del Pensamiento Nacional, Buenos Aires, 2000.
- Arlt, Roberto, *Aguafuertes Españolas* (compilación y prólogo de Mirta Arlt) Fabril, Buenos Aires, 1971.
- Arlt, Roberto: *Aguafuertes Gallegas* (compilación y prólogo de Rodolfo Alonso), Ameghino, Buenos Aires, 1997.
- Arlt, Roberto: *Aguafuertes Porteñas: cultura y política* (compilación y prólogo de Sylvia Saïtta), Losada, Buenos Aires, 1994.
- Bourdieu, Pierre: "Campo intelectual y proyecto creador", en: Pouillon, J. y otros, *Problemas del estructuralismo*. Ed. Siglo XXI, México, 1967, pp. 135 a 182.
- De Azpiazu, Iñaki: *El Caso del Clero Vasco*. Editorial Vasca Ekin, Buenos Aires, 1957.
- García Canclini, Néstor: *Ideología, Cultura y Poder*. Edición de la Secretaría de Extensión Universitaria, Facultad de Filosofía y Letras de la U.B.A., Bs. As., 1995.
- Jauss, H. R.: *Experiencia estética y hermenéutica literaria*. Taurus, Madrid, 1986.
- Lipúzcoa, Manu E.: *La iglesia como problema en el País Vasco*. Editorial Vasca Ekin, Buenos Aires, 1973.
- Mayoral, A. (comp.): *Estética de la recepción*. Arco Libros, Madrid, 1988.
- Portantiero, Juan C.: *Realismo y realidad en la narrativa argentina*, De. Procyon, Bs. As., 1961.
- Prieto, A.: *Sociología del público argentino*, Buenos Aires, Leviatán, 1956.
- Rama, Ángel: *La crítica de la cultura en América Latina*. Bib. Ayacucho, Caracas, 1985.
- Ricoeur, P.: *Ideología y utopía*. Gedisa, Barcelona, 1989.
- Saïtta, Sylvia: *El escritor en el bosque de ladrillos. Una biografía de Roberto Arlt*. Sudamericana, Buenos Aires, 2000.
- Sarlo, Beatriz: *Una modernidad periférica*. Buenos Aires 1920 y 1930. Nueva Visión, Buenos Aires, 1988, pp. 55.
- Viñas, David: *De Sarmiento a Cortázar*. Siglo XX, Bs. As., 1974.

¿Qué futuro para la política audiovisual europea?

Análisis y resultados de la aplicación de una política supranacional sobre la industria audiovisual europea.

El sector audiovisual europeo vive un momento de cierta expansión. Por un lado, en el último año y medio, hemos asistido a la consolidación en el escenario mundial de grupos europeos como Vivendi Universal, Bertelsmann, y Telefónica Media, entre otros. Asimismo, el desarrollo de la televisión digital¹ ha reavivado la actividad en el viejo continente, atrayendo nuevos inversores procedentes de los sectores de la economía tradicional (energía, bancos, telecomunicaciones, etc.). Por otro lado, el espacio audiovisual europeo lleva casi dos décadas (1982-2001) bajo las directrices de una política comunitaria, sobre la que existen opiniones encontradas. La conjunción de estos elementos, junto con una tendencia creciente en el ámbito global a la creación de espacio supranacionales de carácter regional, nos ha llevado a cuestionarnos sobre el futuro de la política audiovisual europea.

La decisión de realizar este análisis se explica porque el caso europeo, por sus características propias (mosaico cultural y lingüístico) y por la extendida trayectoria de sus políticas públicas, es tomado por muchos como el modelo a seguir o incluso es considerado como el banco de pruebas para probar distintas actuaciones y así evitar que otros espacios (Mercosur, NAFTA, etc.) puedan repetir los mismos errores.

En este artículo, nos proponemos realizar una evaluación basada en una metodología de análisis que

toma dos dimensiones principales del espacio europeo: la económica, para evaluar la evolución de la industria; y la política, con el balance del conjunto de las actuaciones comunitarias². Existe detrás de esta voluntad analítica una serie de preguntas que pretendemos responder. La política audiovisual europea (PAE) tiene sus orígenes a principios de la década de 1980, sabemos que su existencia está siendo puesta en cuestión, porque los procedimientos comunitarios son excesivamente largos y por la existencia de la dificultad añadida de llegar a consensuar una posición común entre los distintos Estados miembros³. La primera pregunta es: ¿Qué resultados se han obtenido? Si la PAE se concibiera como la única solución a los problemas estructurales del sector audiovisual, entonces la respuesta es, sin necesidad de elaborar ningún análisis, "casi ninguno" ya que siguen existiendo los mismos, lo que hemos notado es la mejora de algunos obstáculos como detallaremos más adelante. La segunda es: ¿se justifica el mantenimiento de la PAE? Ciertamente, la respuesta no puede ser un monosílabo, sino que debe introducir ciertas matizaciones. La contestación pasa por repasar los objetivos de las políticas comunitarias y entonces, sí que podremos responder adecuadamente. La tercera: ¿Y el discurso comunitario sigue siendo el mismo? En este sentido, se observa una tendencia a la alternancia entre el enfoque cultural con el industrial en fun-

Dra. Carmina Crusafon

Universidad Internacional de Catalunya

¹En los cinco grandes mercados europeos (Alemania, Francia, España, Gran Bretaña e Italia), la televisión digital tiene 16'6 millones de hogares abonados (satélite y cable). Además, la UE ha sido pionera en el lanzamiento de la TDT, primero en Gran Bretaña (OnDigital, 1998), después en Suecia (Senda, 1999) y posteriormente, en España (Quiero TV, 2000).

²El punto de partida es nuestra tesis doctoral presentada en noviembre de 1999 y que analizaba la PAE hasta septiembre de 1998: CRUSAFON (1999).

³Véase las negociaciones de la Ronda Uruguay del GATT sobre el audiovisual (1990-1993).

ción del posicionamiento político del presidente y miembros de la Comisión, aunque en la actualidad nos encontramos frente a una mezcla de ambos.

Planteadas las preguntas, es preciso incluir otros elementos del contexto que influyen también en el análisis. Europa se encuentra inmersa en una etapa de transición, con grandes decisiones a tomar para diseñar como será la Unión de los próximos años⁴. En diciembre de 2000, se decidió aprobar el Tratado de Niza, que impone una reforma al conjunto del sistema comunitario. En primer lugar, la ampliación al Este obliga a replantear el sistema de votaciones, la composición de la Comisión, las ayudas a los más pobres. En definitiva, un cambio completo en el funcionamiento de la Comunidad tal y como la conocemos en la actualidad. Asimismo, en todo este escenario cambiante, Europa cuenta ahora con dos gigantes audiovisuales que juegan en la "gran liga de las majors": Vivendi Universal y Bertelsmann. Su presencia permite que Europa esté presente en la esfera global. Pero, con estas dos grandes corporaciones existe una mejora en el posicionamiento mundial, ¿pero mejora la situación de conjunto del sector europeo? y ¿tiene cierta influencia en el quehacer de la PAE?

La dimensión económica del análisis

A pesar de la relevancia de su dimensión cultural, en cuanto es la salvaguardia de los valores culturales europeos y de diversidad cultural, el sector audiovisual tiene una importancia en términos económicos. En 1998, el mercado audiovisual europeo se estimaba en 64.600 millones de euros (+ 10.6% vs. 1997) o el 0.92% del PIB de la UE y empleaba alrededor de 485.000 personas⁵. Esta cifra global se reparte entre los distintos subsectores: el más importante es el de broadcasting (radio y televisión) representando aproximadamente tres cuartos del valor total del mercado europeo con 48.000 millones de euros en 1998 (+9.1% vs 1997). El segundo subsector es el video

(video retail) con un total de 7.000 millones (+4.5% vs 1997), seguido por el software de entretenimiento con 5.400 millones, (+35% vs 1997). La exhibición en salas de las películas se sitúa en cuarta posición en valor, con un mercado total de 4.200 millones de euros (+13.8% vs 1997)⁶.

Si analizamos la evolución de la última década, se observa una tendencia en el conjunto de subsectores a la mejora de resultados y un incremento de la actividad⁷:

1. Cine: El sector ha experimentado desde 1994 un crecimiento en la producción y en la exhibición. El número de películas producidas en la UE ha crecido de forma constante desde 1995 cuando se producían alrededor de 460 obras (de las cuales 140 eran coproducciones). En 1999, la producción superó el medio millar, siendo el principal productor Francia con 148 películas (nacionales y coproducciones mayoritarias) seguido de Italia (108) y España (alrededor de 70). De esta forma, la producción cinematográfica recupera el nivel de principios de los años 1980. Por su parte, el mercado de la exhibición se ha incrementado en valor entre 1990 (1.573 millones de euros) y 1998 (4.236 millones), lo que supone un incremento del 115.4%. A pesar del crecimiento, el mercado estadounidense continua siendo mayor que el europeo. En 1998, el europeo representaba sólo el 68.8% del tamaño del de EEUU, mientras que en 1980 era algo mayor.

En cuanto al origen de los productos cinematográficos y a pesar de esfuerzos considerables de la industria europea, la Comisión y los Estados miembros, las películas estadounidenses todavía continúan siendo las predominantes con un 69.9% del total del mercado en 1999 (una primera estimación para el 2000 muestra un crecimiento hasta el 71.5%) vs el 71.6% en 1996. La parte del mercado de las películas nacionales se estimaba en el 17.8% en 1999 (vs el 17.1% en 1996), mientras que los filmes no nacionales de la UE representaban el 11.3% del mercado (vs. 9% en 1996).

⁴Está prevista la celebración de una Conferencia Intergubernamental (CIG) para el año 2004 que deberá debatir los siguientes temas: 1. El repartimiento de las competencias entre la Unión y los Estados miembros; 2. El estatuto de la Carta de los Derechos fundamentales; 3. La simplificación de los Tratados; 4. El papel de los Parlamentos nacionales dentro de la arquitectura europea.

⁵Datos del Observatorio Audiovisual Europeo, publicados en COMISIÓN EUROPEA (2001b:7 y 8).

⁶Sin embargo estas cifras no reflejan la importancia de esta actividad en lo que respecta a determinar el valor de las películas en las siguientes ventanas (TV de pago, DVD/videocassettes y TV en abierto).

⁷Para realizar esta evaluación se han tomado las últimas cifras publicadas por EUROSTAT (2000).

2. Televisión: Es el mercado que ha cambiado de forma más profunda debido a los siguientes factores: la desregulación, el desarrollo de las tecnologías de transmisión digital, la diversificación de los medios de recepción y la internacionalización. El signo más evidente de este cambio se encuentra en la multiplicación del nº de canales disponibles en Europa (alrededor de 123 cadenas en 1998). Asimismo, se produce un crecimiento en el índice de penetración del cable (que llega al 31.8% en 1997) y del satélite (15.6% en 1998)⁸.

Por otro lado, la producción de ficción televisión también ha incrementado de forma progresiva en los últimos años: para los cinco grandes mercados el volumen de la ficción nacional creció de 4.118 horas en 1996 hasta 5.193 en 1999, con Alemania y Gran Bretaña como principales productores (1.828 y 1.324 horas de programas en 1999 respectivamente). En estos dos países las producciones independientes (alrededor del 46% y 38% respectivamente) siguen siendo una minoría con respecto a las producciones realizadas por las mismas televisiones. En los otros tres grandes mercados - España, Francia e Italia - las producciones independientes cubren más del 80% del mercado. En el nivel comunitario, las televisiones son los principales actores mientras que un gran número de empresas pequeñas de producción y distribución están implicadas en el rodaje de un pequeño número de obras⁹.

3. Vídeo: El mercado videográfico en su conjunto ha crecido más de un 53% entre 1990 (2.759 millones de euros) y 1998 (5.477 millones de euros). Se observa un cambio en el origen de los ingresos, siendo los procedentes de la venta directa de videocassettes cada vez más importantes, dejando en segunda posición los del alquiler. En términos de volumen, un total de 279 millones de videocassettes fueron vendidos en la UE en 1998, tres veces más que en 1990. El crecimiento de este mercado también se explica por un incremento del índice de penetración de los magnetoscopios que pasó del 43'8% en 1990 hasta el 67% en 1997¹⁰.

En términos empresariales, se observan en el mercado europeo una serie de rasgos, algunos nuevos y otros muy propios del espacio europeo. Respecto de los primeros se consolidan grandes grupos europeos (Vivendi, Bertelsmann, Kirch, Telefónica) que ven en el mercado comunitario su gran oportunidad comercial. Es decir, la dimensión europea empieza a considerarse como parte de las estrategias empresariales con valor añadido. Un rasgo destacable que hasta ahora había pertenecido únicamente al ámbito de la política comunitaria y no como parte de una realidad industrial (con la excepción de los estadounidenses, que desde hace décadas consideran a Europa como un mercado único de actuación). Asimismo, otra característica novedosa es la presencia de inversores procedentes de sectores de la economía tradicional (bancos, eléctricas, operadores de telecomunicaciones), sobre todo en el ámbito de la televisión digital. En relación con los rasgos tradicionales, destacan: las actuaciones continúan siendo concebidas en el ámbito nacional; la dimensión predominante de las empresas es pequeña y mediana; la falta de profesionalización del sector y el enorme déficit comercial con los Estados Unidos (que según los últimos datos, alcanza los 7.000 millones de euros).

Todas estas características ponen de relieve la dimensión económica del mercado europeo, que a pesar de tener 374 millones de habitantes, se sigue caracterizando por su fragmentación y la poca circulación intraeuropea de las producciones audiovisuales europeas; dejándole por detrás del mercado estadounidense, caracterizado por su tamaño, la homogeneidad lingüística y su receptividad hacia los productos comerciales. En cuanto a los resultados de la evaluación económica, concluimos que el mercado ha crecido en términos globales por la misma dinámica del sector y la coyuntura favorable del conjunto de la economía. Pero la UE sigue siendo la suma de mercados nacionales, aunque se vislumbran unos tímidos cambios en cuanto a la formación de grandes grupos con implantación en varios países miembros.

⁸EUROSTAT, 2000:89.

⁹EUROFICTION, 2000.

¹⁰EUROSTAT, 2000: 63 y 66.

La segunda dimensión del análisis la configura el análisis de la política audiovisual europea. Para su definición, partimos de una premisa que condicionará su desarrollo: el papel social y cultural que tienen los medios audiovisuales, jugando un rol fundamental en el desarrollo y transmisión de los valores sociales. Los productos audiovisuales contribuyen a definir no sólo lo que vemos sino también la forma en que lo vemos. Además, la televisión es la principal fuente de información y distracción de las sociedades europeas.

La política audiovisual europea nace dentro del proceso de construcción europea, aunque con cierto retraso con respecto a otros ámbitos y sin una referencia directa en los Tratados constitutivos de las Comunidades Europeas. Es en la década de los años 1980, cuando las distintas instituciones comunitarias se empiezan a interesar por este sector. Hasta ese momento, las industrias audiovisuales se habían desarrollado en el contexto político y económico del Estado-nación.

La concepción de la política audiovisual europea ha sufrido una evolución. No es la misma a finales de los años 1990 que cuando se iniciaron las primeras acciones a principios de los 80. Aunque con un cariz marcadamente económico, la dimensión cultural siempre ha formado parte de la política audiovisual europea, gozando de episodios de gran protagonismo. A grandes rasgos, la política audiovisual europea se concibe, desde un punto de vista geopolítico interno, con el objetivo de: "pensar y establecer, en la medida de lo posible, una soberanía audiovisual europea (en realidad cuestionada por el predominio del audiovisual de origen norteamericano en tierras europeas). Sobre el plano geocultural externo, se trata de restaurar las áreas de influencia europea" (PICHT, 1994:226) a nivel global. Asimismo, la política audiovisual

europea ha sido considerada como un factor de integración espacial, puesto que tiene en cuenta la amplia diversidad cultural del viejo continente que "históricamente ha sido fruto del equilibrio entre el libre mercado y las acciones de protección y fomento de los poderes públicos, del equilibrio e interacción entre las culturas locales y las internacionales, entre lo elitista y lo popular" (BALMASEDA, 1994).

Los ejes de la política audiovisual europea han sido fundamentalmente tres: el primero, *la unificación de las normas técnicas de radiodifusión y de televisión por satélite*; el segundo, *conseguir la libre circulación de las emisiones de radiodifusión* con la creación de un verdadero mercado único audiovisual y el tercero, la promoción de la producción audiovisual europea, principalmente a través del programa MEDIA, cuyo objetivo es el de crear un gran mercado europeo de servicios audiovisuales, ayudando a la cooperación entre los profesionales de los diferentes países para remediar la fragmentación y la dispersión de las industrias audiovisuales. Además, la política audiovisual europea también incluye un marco jurídico ligado a los derechos de autor, así como una normativa en relación con el pluralismo y concentración de los medios de comunicación audiovisuales.

La evolución de la política audiovisual europea se puede dividir en cuatro grandes etapas. La primera se centra en los orígenes de las actuaciones comunitarias, con el establecimiento de los pilares sobre los que se constituirá, es decir, el programa MEDIA y la Directiva "Televisión sin Fronteras" (1982-1989). La segunda etapa tiene como marco las negociaciones de la Ronda Uruguay del GATT (1990-1993), un episodio significativo que provocará nuevas directrices en la política común. La tercera (1994-1997) se caracteriza por una primacía del enfoque económico-industrial a causa de los cambios en el contexto global, mientras que la última (1998- en adelante) se distingue por el carácter continuista de las actuaciones comunitarias. En este período de nuestro análisis

sis, se observa una evolución, "un paso gradual hacia una lógica industrial, mientras que a mediados de los 80, el sector estaba dominado por una lógica cultural. Esto implica que, en relación a una era de monopolios, ahora prevalezca obtener el máximo beneficio posible frente a la misión tradicional de la radiodifusión de suministrar calidad y diversidad" (BURGELMAN, 1996:9).

Asimismo, el análisis de la PAE entre 1982 y 1998 nos permite limitar a un total de diez grandes temáticas las actuaciones comunitarias, que sirven como punto de partida para presentar el estado de la cuestión de la PAE a mediados del 2001:

1) El programa MEDIA: uno de los ejes de la política comunitaria ha iniciado una nueva edición, MEDIA PLUS (2001-2005). Con una dotación presupuestaria de 400 millones de euros, el MEDIA PLUS continúa con las líneas de actuación establecidas en el programa anterior: ayudas a la distribución, desarrollo y promoción (350 millones) y ayudas a la formación (50 millones). Su aprobación otorga cierta coherencia a la política comunitaria, pues de otra forma, se hubiere truncado los esfuerzos anteriores para conseguir superar algunos de los principales obstáculos que tiene la industria europea. Asimismo, esta decisión está en consonancia con la dinámica del sector audiovisual un sector que se desarrolla en ciclos largos.

2) Financiación del audiovisual: se trata de uno de los temas estrella, pues el sector audiovisual europeo tiene todavía grandes dificultades para encontrar vías de financiación. La Comisión ha respondido a las demandas del sector profesional poniendo en marcha la **iniciativa "Audiovisual i2i"** en colaboración con el Banco Europeo de Inversiones. Con el apoyo del Fondo Europeo de Inversiones, por un valor de 600 millones de euros, la iniciativa se compone de tres campos de actuación: ofrece la financiación a medio/largo plazo; líneas de crédito ("créditos globales") para bancos especialistas en financiación para pequeñas empresas de producción audiovisual y financiación de fondos de capital de riesgo dedicados al audiovisual.

3) Temas jurídicos: se han conseguido avances en la armonización legislativa a través de distintas normativas comunitarias relativas a los derechos de autor y de acceso electrónico. En relación con la revisión de la Directiva "Televisión sin Fronteras", se están elaborando tres estudios (impacto de las medidas para promover la distribución y producción de los programas europeos de televisión; análisis de los cambios en el mercado y en la tecnología, el desarrollo de nuevas técnicas publicitarias) que ayudarán a adecuarla al escenario actual. Asimismo, la Comisión Europea está impulsando una división diferenciada del enfoque legal entre contenidos e infraestructuras.

4) Empleo en el sector audiovisual: según las últimas estadísticas, no se consigue cumplir con las expectativas. Además, la recesión del sector tecnológico repercute negativamente en el ámbito audiovisual.

5) La unificación de los sistemas estadísticos: una de las problemáticas del sector europeo es la falta de datos homogéneos y actuales sobre cada una de los sectores que lo componen. La Comisión ha mostrado su voluntad de elaborar una directiva que debería discutirse en el 2002.

6) Aspectos de política exterior: existen dos temas estrella: la ampliación a los países del Este y la próxima reunión ministerial de la OMC en noviembre en Katar, que marcará el inicio de las futuras negociaciones globales. La ampliación de la UE ofrece numerosas posibilidades a la industria audiovisual europea. En la actual fase de preadhesión, el aspecto más importante lo constituye la incorporación del "acervo comunitario" en los países candidatos, especialmente de la Directiva "Televisión sin Fronteras" y las directivas relativas a la propiedad intelectual. De lo que se trata es de crear un espacio audiovisual para 500 millones de ciudadanos, en el que se garantice la libre prestación de servicios de televisión.

7) El futuro de la televisión pública: sobre el sistema de servicio público, se está preparando una comunicación basada en dos principios con el objeti-

vo de ofrecer una definición más clara de la misión del servicio público. Esto es, clarificar el acto de discernir la misión de los radiodifusores (incluyendo la cuestión de seguimiento por un organismo de control, al igual que la limitación de las finanzas públicas para el cumplimiento de la misión de servicio público). Además, otro de los grandes temas de actualidad es la financiación de las deudas acumuladas de las radiotelevisiónes públicas.

8) Aspectos tecnológicos: la UE está inmersa en el proceso de digitalización del sector de la televisión, que debería terminar en el 2012, y se enfrenta a la necesidad de tomar una decisión que conduzca a la unificación del estándar de los descodificadores. Asimismo, en este ámbito, la UE está impulsando una actuación global conocida como "eEurope", que pretende aumentar el desarrollo de la Sociedad de la Información en todos los ámbitos (económico, tecnológico y cultural).

9) Dimensión cultural: continúa formando parte de los discursos y de los programas comunitarios como una de las particularidades de la actuación comunitaria.

10) Propuestas concretas: a finales de 1998, la Comisión se marcaba tres actuaciones concretas a realizar en el corto plazo. Estas eran: la creación de un gran acontecimiento audiovisual europeo (situación actual: se ha consolidado una triada de festivales: Berlín - Venecia - Cannes, que se erigen como el circuito europeo); una escuela europea (no se ha avanzado en la propuesta) y la creación de un organismo semipermanente (no hay avances significativos en esta dirección).

Este conjunto de actuaciones vienen marcadas por las directrices tomadas por la Comisión en diciembre de 1999 en un documento estratégico para los próximos cinco años (2000-2005). En este informe, la Comisión establece dos retos para la PAE: que el marco jurídico permita maximizar el potencial del crecimiento y empleo del sector audiovisual, garantizando al mismo tiempo la protección del interés general; y maximizar la competitividad de la industria audiovisual. Asimismo, propone como principios de actuación la complementariedad de las acciones a

nivel nacional y los de valor añadido comunitario y capacidad de adaptación a nivel europeo, así como un tipo de regulación con dos enfoques separados: infraestructuras de transmisión y los contenidos¹¹.

De todo el análisis, se concluye que la actuación comunitaria se justifica en términos tanto económicos como político-culturales, principalmente porque, aunque los resultados de la PAE no son espectaculares, contribuyen a la mejora de la situación del sector audiovisual y permiten preservar parte del mercado para los productos europeos en un escenario dominado principalmente por la producción estadounidense. Ciertamente se podría también poner en cuestión a la política comunitaria por su escaso impacto en la dinámica del sector, pero creemos que la forma de evaluar una política comunitaria no debe basarse en un único criterio.

Conclusiones

El resultado de la evaluación es positivo, ya que en términos globales la industria audiovisual europea goza de buen estado, aunque no se han conseguido superar los obstáculos para un funcionamiento completo del mercado europeo, ni tampoco dominar el escenario global. Sin embargo, existen indicios de cambio en cuanto a la distribución intraeuropea de obras y servicios audiovisuales; y tampoco hay que olvidar que dos grupos audiovisuales han entrado a formar parte de la "liga de los grandes majors".

Desde el punto de vista político, las conclusiones de la evaluación son también favorables a la continuidad de la PAE. Poco a poco, las directrices de la PAE han ido tomando el camino adecuado, focalizando sus intereses y actuando en el ámbito comunitario como complemento del nacional. A pesar de que las actuaciones no son espectaculares, pero si necesarias sobre todo en el ámbito cultural, la PAE juega un papel clave en la defensa de la identidad y cultura europea y de este modo, responde al interés general. Asimismo, sus resultados ayudan a consolidar el tejido industrial europeo.

¹¹La regulación del contenido vendría determinada por los principios de pluralismo, diversidad cultural, la protección del consumidor y de los menores.

En definitiva, el futuro de la PAE está de momento garantizado, aunque su evolución y desarrollo vendrá también determinado por el resultado del debate sobre el futuro de la UE, donde aparecen enfrentadas dos concepciones: la del "clan de los federalistas" (Alemania y los países del Benelux) y la de los países partidarios del concepto Estado-nación (Francia y Gran Bretaña). La opción que consiga aunar el máximo de países será la encargada de definir los aspectos centrales de la actuación comunitaria, entre ellos, la referente al ámbito audiovisual.

1 Empero es cierto que esto último también es toda una posición política, nos interesa aquí la resolución de ciertas preocupaciones. En dirección a ello, recordamos el interesante comentario de Ang (1994:59) en relación a la cuestión de los consumos y la cultura popular, acerca de este tipo de concepciones: "Nuestra comprensión de la recepción de los medios -como práctica donde lo popular toma forma en las "sociedades de consumo" de hoy- está todavía dominada por dicotomías poco operantes (pasivo/activo; manipulador/liberador, etc)".

Otras referencias

- Balmaseda, Enrique: "Por una industria de dimensión europea. Diagnóstico y propuestas", Telos, Nº39, Madrid, 1994, p.73-78.
- Burgelmann, Jean-Claude: "Information Society and future challenges to communication policy, ponencia presentada en el Vème Atèlier doctoral "Communication et médias", septiembre, Grenoble, Francia, 1996.
- Comisión Europea: (2001a) Comunicación de la Comisión relativa a la aplicación de los principios generales de la libre circulación de mercancías y servicios - artículos 28 y 49 CE- en materia de utilización de antenas parabólicas, julio, Bruselas.
- Comisión Europea (2001b) Commission Staff Working Paper on certain legal aspects relating to cinematographic and other audiovisual works SEC (2001) 619, 11 de abril, Bruselas.
- Comisión Europea: (1999) Comunicación de la Comisión al Consejo, al Parlamento europeo, al Comité Económico y social y al Comité de las Regiones: Principios y directrices de la política comunitaria en el sector audiovisual en la era digital COM (1999) 657 final, 14 de diciembre, Bruselas.
- Consejo Europea: (2000) Decisión 2000/821/CE relativa a la

ejecución de un programa de estímulo al desarrollo, la distribución y la promoción de obras audiovisuales europeas (MEDIA Plus - Desarrollo, distribución y promoción) (2001-2005), 20 de diciembre, Bruselas.

- Crusafon, Carmina (1999) El espacio audiovisual europeo. Análisis de la industria audiovisual y de las políticas europeas en la década de los 90, Tesis doctoral, noviembre, Bellaterra (Barcelona).

- (1997) "El nuevo enfoque de la política audiovisual de la Unión Europea (1994-1998): la primacía de la dimensión económico-industrial", Ámbitos. Revista Andaluza de Comunicación, nº1, Sevilla, p.73-87.

- (1997a) La mundialització de l'audiovisual: anàlisi i balanç de la Ronda Uruguai del GATT (1986-1995), trabajo de investigación, policopiado, Universidad Autónoma de Barcelona, Bellaterra.

- (1997b) "La política europea de fomento de la producción: iniciativas para el desarrollo del espacio audiovisual europeo", IV Jornadas de Jóvenes Investigadores en Comunicación, Universidad Autónoma de Barcelona, Bellaterra, p.148-156.

- (1997c) "La industria audiovisual y la excepción cultural", Actas "III Jornadas de Jóvenes Investigadores en Ciencias de la Información", Universidad Complutense, Madrid, p.253-261.

- Eurostat (2000) Statistics on audiovisual services (1980-1998), Comunidades Europeas, Bruselas.

- Jezequel, Jean-Pierre y André Lange (2000) Economy of European TV Fiction. Market Value and Producers-Broadcasters Relations, European Audiovisual Observatory y Centre National de la Cinématographie, Estrasburgo.

- LANGE, André: "Impact of the Directive television without Frontiers on the circulation of audiovisual works in the European Union", disponible en la web del Observatorio Audiovisual Europeo (www.obs.coe.int), 2001.

- Parlamento y Consejo europeo (2001) Decisión nº163/2001/CE relativa a la ejecución de un programa de formación para los profesionales de la industria europea de programas audiovisuales (MEDIA- formación) (2001-2005), 19 de enero, Bruselas.

- Reding, Viviane "L'audiovisuel de service public et les technologies numériques", discurso en la 4ième Conférence de l'Union Européenne de Radio-Télévision (UER), 27 de marzo, Bruselas, 2001.

- (2000) "Audiovisual Policy in the 21st Century Content Without Frontiers?", discurso en el British Screen Advisory Council, 30 de noviembre, Londres.

ZENTIHMEDIA (1999) Television in Europe in 2008, Londres.

- Información actualizada sobre la política audiovisual europea se puede encontrar en:
http://europa.eu.int/comm/avpolicy/index_en.htm

Pertinencia de los estudios de comunicación en un mundo complejo e inacabado. Estudio de caso del suroccidente colombiano¹

Guillermo D'abbraccio Kreutzer

Comunicador social, periodista y politólogo (UBA). Especialista en antropología (Universidad del Cauca). Master en comunicación educativa (Universidad Tecnológica de Pereira).

Profesor de la especialización en educación multicultural y de los Programas de Ciencia política y Comunicación social y Periodismo de la Universidad del Cauca, Colombia.

Notas

1 Ponencia presentada a las VIII Jornadas Internacionales de la AIJC "La Investigación y la pedagogía de la Comunicación". Facultad de Periodismo y Comunicación Social. Universidad Nacional de La Plata (UNLP), Argentina.

En Colombia existen actualmente treinta y cinco facultades de comunicación social y periodismo. Treinta de estas (85%) se encuentran adscritas a Universidades privadas y se concentran especialmente en las cuatro ciudades más pobladas del país (Bogotá, Cali, Medellín y Barranquilla). De los cinco programas restantes (ofrecidos por Universidades públicas), tres aparecen en los últimos años en provincias. Es el caso de las Universidades Surcolombiana de Neiva, la del Quindío y la del Cauca. La última de estas se encuentra ubicada en una región pluricultural, donde conviven pueblos indígenas, comunidades afrocolombianas y mestizos.

Es acerca de la aparición del programa de comunicación social y periodismo en el departamento del Cauca (suroccidente de Colombia) que trata este ensayo. Inicialmente se hará una aproximación al contexto colombiano y caucano, como síntesis que guíe al lector por el escenario socioeconómico en el que se inscribe este nuevo proyecto académico. Posteriormente se realizará una aproximación a la pertinencia de su aparición y los múltiples desafíos que deberá sortear.

Colombia sufre un ciclo de inestabilidad y recesión sin antecedentes con tasas negativas de crecimiento, 20% de desempleo y déficit fiscal del orden del 5% para 1999². Según Jorge Bernal, en Colombia "la relación entre el 25% más rico de la pobla-

ción y el 25% más pobre es de treinta veces, el grado de incidencia de la pobreza por ingresos afecta al 69.5% y la mortalidad materna (tasa por cien mil habitantes) es de 130, cuando el promedio en un país como Chile es de 559"³.

En este país se registra en forma ininterrumpida desde 1984, alrededor de 26.000 homicidios por año, es decir, 70 por cada 100.000 habitantes⁴. Ello ubica a Colombia entre los países más violentos del mundo, "con una tasa de homicidios cuatro veces el promedio Latinoamericano, diez y seis veces el de Europa, y sesenta veces el de Asia. En los noventa, el conflicto provocó más de 300.000 muertes violentas, 8.000 secuestros, 1.280 víctimas de desapariciones, más de un millón de desplazados y 708 masacres"⁵.

Algunos de los movimientos guerrilleros controlan la tercera parte del país. De igual modo, las autodefensas Unidas de Urabá y Córdoba (AUC), constituyen una fuerza paramilitar de contrapeso para las Farc y el Eln. La violencia ha contribuido a incrementar los costos de transacción de la economía y disminuido la productividad, representando un obstáculo del crecimiento económico. En la actualidad se puede afirmar que la economía en términos del PIB "deja de crecer anualmente entre 1% y 1,5% como consecuencia del conflicto armado"⁶. El exceso de gasto militar en Colombia se ha ido incrementando "de un 1% del PIB en 1991 a un 1.6% en

1997.....de continuarse con esta tendencia, en el año 2004 Colombia podría estar dedicando un 5.6% del PIB para el financiamiento del sector de defensa"⁷.

La violencia en Colombia es producto de una larga y variada gama de factores que en muchos casos están ligados a problemas estructurales en la base económica, política y social del país. Sin embargo, la reflexión acerca de estos factores escapa a las posibilidades del presente ensayo.

A diferencia de la tendencia demográfica registrada en el resto del territorio nacional, en el departamento del Cauca (suroccidente colombiano), predomina lo rural sobre lo urbano (para 1993 el 58% de su población es rural y el 42% es urbano). Siguiendo los datos de un informe elaborado por los profesores de la Universidad del Cauca Irma Piedad Arango y Luis Evelio Álvarez, "el departamento está conformado por 39 municipios de los cuales sólo 29 tienen entre 1000 y 5000 habitantes y sólo 3 municipios presentan poblaciones de más de 20.000 habitantes, como es el caso de Popayán, Puerto Tejada y Santander de Quilichao"⁸. Se infiere que es un departamento con pequeñas características semi-urbanas, alejadas de una eficiente organización de servicio en donde se realizan algunas funciones administrativas.

Otro de los obstáculos que debe sortear el departamento para mejorar su condición actual, es la baja cobertura en infraestructura vial, lo que lo ubica en el conjunto de regiones del país con menor posibilidad para consolidar su desarrollo. De acuerdo con el informe de los profesores de la Universidad del Cauca "El departamento del Cauca se encuentra prácticamente incomunicado, pues por cada kilómetro cuadrado sólo se han trazado 145 metros de carretera. De esos kilómetros totales, sólo el 9% de las vías están pavimentadas. De la longitud pavimentada, el 72% corresponde a la vía Panamericana que se ha constituido en la columna vertebral de la infraestructura vial del departamento, recorriéndolo de sur a norte concentrando el desarrollo en la zona andina,

quedando relegadas a un segundo plano, las regiones alejadas de esta troncal como la Bota caucana y la Costa Pacífica, cuya infraestructura vial es prácticamente nula"⁹.

A las características esbozadas anteriormente, se debe agregar que el departamento del Cauca es el cuarto más pobre de Colombia, el quinto con el índice de necesidades básicas insatisfechas más alto y cuyo ingreso es la mitad del ingreso promedio de los colombianos. "Mientras en Colombia en 1993 el 32,2% de la población se encontraba sin satisfacer sus carencias básicas como salud, educación, vivienda, acueducto y alcantarillado, en el Cauca esa cifra ascendió al 56,2%. De ahí que es importante señalar que la población caucana es dos veces más pobre que la del promedio nacional, el índice de analfabetismo nacional es de 13,1% y en el departamento es de 21,3%"¹⁰. Los datos anteriores evidencian un complejo escenario social, en el que la ausencia del Estado ha sido una constante.

El escenario caucano expresa en toda su complejidad el problema agrario y la resistencia del campesinado a la expulsión hacia los centros urbanos, determinada por la evolución de la gran propiedad territorial. De igual modo, coexisten sectores y movimientos sociales y políticos diversos, como es el caso del Movimiento campesino del Macizo Colombiano y las organizaciones indígenas, los cuales reflejan las luchas realizadas, así como las reivindicaciones obtenidas en los dos últimos siglos. El fenómeno del desplazamiento forzado profundiza aún más la compleja geografía social y económica del departamento¹¹.

A partir de marzo de 2001 se produjo el desembolso de 1.300 millones de dólares en ayuda militar y económica al país, en el marco del proyecto denominado Plan Colombia, el cual demandará a lo largo de varios años una inversión de 7.000 millones en total. Casi el ochenta por ciento del aporte de dicho plan está destinado a fortalecer el papel de las fuerzas armadas colombianas: entrenamiento de soldados, equipos para el Ejército y la Policía, el

²Garay, Jorge Luis: *Globalización y crisis*. Editorial Tercer Mundo, Bogotá, 1999, p. 12.

³Bernal, Jorge (coordinador): *Integración y equidad. Democracia, desarrollo y política social*. Corporación S.O.S y Viva la ciudadanía, Bogotá. 1994, p.13.

⁴Cubides, Fernando: *La violencia en el municipio colombiano*. Editorial Universidad Nacional de Colombia, Bogotá, 1998, p. 21.

⁵Idem.

⁶Trujillo y Badel: "Costos económicos de la criminalidad y la violencia en Colombia: 1991 - 1996". En *Revista Planeación y Desarrollo*, Vol. 28, No 4. Bogotá, 1997, p. 11.

⁷Idem.

⁸Arango, Irma Piedad y Álvarez, Luis Evelio: "Programa de pregrado en comunicación social". Mimeo documento. Facultad de Ciencias Naturales, Exactas y de la Educación. Universidad del Cauca. Popayán, 1999, p. 6.

⁹Idem.

¹⁰Idem

¹¹En un reciente estudio exploratorio acerca del fenómeno del desplazamiento en Cali, se recogieron respuestas de 521 jefes de hogares desplazados, estimando la población desplazada por razones de violencia en Cali en 53.500 personas que integran 10.700 hogares, en su mayoría mujeres y menores de edad, provenientes de regiones agrarias o expulsadas de zonas urbanas de la misma ciudad. Los desplazados provienen del departamento del Valle del Cauca (37%), seguido por Cauca (23%) y Nariño y Putumayo (22%). En Serna, Gladis: "Aspectos sociopolíticos del fenómeno del desplazamiento en la ciudad de Cali". Maestría en estudios políticos. Universidad javeriana. Cali, 2000. p.12

envío de 60 helicópteros y de 2.000 asesores militares¹².

El 80% de la cocaína y el 75% de la heroína que se consume en Estados Unidos procede de Colombia, según el Departamento de Estado norteamericano. La opción militar ha sido la escogida, desde mediados de la década de los años ochenta, para dar tratamiento al problema de los cultivos ilegales y el narcotráfico¹³.

Las guerrillas y las Autodefensas Unidas de Urabá y Córdoba (AUC) se disputan un corredor geográfico en este departamento del sur de Colombia que permite la salida al océano Pacífico y comunicación con el centro del país. Se han presentado en el Cauca 13 masacres en lo que va corrido del presente año, en las que han muerto 300 personas. Desde septiembre de 2000 han sido asesinadas 500 personas, la mayoría campesinos e indígenas¹⁴.

El Cauca asiste a la irrupción de liderazgos no tradicionales, puesto que es el primer departamento de Colombia gobernado por un indígena, el guambiano Floro Tunubalá, representando a la Alianza Social Indígena y al Bloque Social alternativo. Recientemente la masacre de 55 campesinos- indígenas, afrocolombianos y colonos, el 11 de Abril de 2001, realizada por paramilitares en el resguardo de la Paila y Alto Naya, generó un masivo desplazamiento masivo de la población¹⁵. La violencia en el Cauca está relacionada con las formas que asumió la descomposición y desarraigo forzado del campesinado, que lo llevaron al alzamiento armado, a la emigración hacia las ciudades o hacia otras áreas como las regiones selváticas. Una de las formas de violencia producidas por las élites ha sido una contrarreforma agraria, mediante la cual se quitó la tierra a muchos campesinos y se expandió el latifundio. El fenómeno de la guerrilla Quintín Lame en los setenta es inseparable del problema de las luchas agrarias, así como una respuesta defensiva al terror masivo y los métodos de intimidación.

Lo que se pone en cuestión con las protestas, insurgencias e insubordinaciones en las dos últi-

mas décadas, son las formas de ejercicio de los poderes sociales tanto públicos como privados. Formas de la descomposición y desarraigo violentas del campesinado, que lo llevaron al alzamiento armado o a la emigración masiva hacia las ciudades. No es posible borrar la historia, ni olvidar que el Cauca ha vivido gobiernos locales autoritarios y excluyentes, injusticias sociales y condiciones de marginalidad. La dirigencia y la élite caucana tienen serias dificultades para definir su percepción de lo público. El Estado y los gobiernos locales, por acción o por omisión, han tenido altas cuotas de responsabilidad en el desarrollo de la violencia: su capacidad reguladora es muy débil y ello contribuye a profundizar las tensiones con la sociedad.

En suma, la extensión de múltiples violencias estructurales, cuya expresión más notoria es la desigualdad y la concentración de la riqueza, ha generado fenómenos de enorme impunidad, los cuales junto al desempleo, el abandono del campo y la lucha por el control de la tierra, contribuyen a percibir al departamento del Cauca no sólo como un objeto de estudio complejo sino como una bomba social. Es el resultado de una cultura política donde los espacios de mediación y de reconocimiento del otro se encuentran ausentes, asumiendo por el "otro" tanto al indígena, como al campesino, al homosexual, al indigente, al afrocolombiano o al drogadicto, visto por gran parte de la sociedad mayor y por sectores conservadores como obstáculos al desarrollo y a sociedades "armónicas" y "normales". Esto ha dado vía libre a la eliminación del otro como la más dramática salida a la solución a los conflictos o a la anulación de las diferencias étnicas, sociales, religiosas y sexuales.

En este cuadro complejo- interetnicidad, miseria, guerra e intereses del narcotráfico- la pregunta inevitable es ¿qué aporte puede ofrecer una facultad de comunicación social y periodismo en una región con estas características?

¹²FCSP, Nizkor, Human Rights y Serpaj Europa "Tras 15 días de haberse alertado de manera temprana sobre la inminencia de ataques contra los campesinos del Alto Naya, las Auc asesinan a 37 campesinos en el área de comando bajo el mando del brigadier general Francisco René Pedraza". Disponible en <http://www.fcsp.org/>. 17 de abril de 2001.

¹³Idem.

¹⁴El Tiempo: "La defensoría del pueblo confirma 37 muertos en la masacre paramilitar de Naya". Bogotá, 17 abril 2001, p 24.

¹⁵Idem.

Pertinencia de los estudios de comunicación en una región "invisibilizada"

Un poco más de medio siglo de historia de los estudios de comunicación, son tal vez un antecedente corto para llegar a entender el por qué del crecimiento desmesurado de centros de estudios en la ciencia de la comunicación y el periodismo. Existen más de doscientas cincuenta facultades de Comunicación en América Latina, de las cuales una gran mayoría se encuentran ubicadas en México y en Brasil. Sin embargo, "es en Brasil y en México donde se han concentrado, aunque de maneras distintas, el mayor peso del desarrollo del campo académico de la comunicación en América Latina, especialmente en cuanto a programas de formación profesional, que tienen su origen en las escuelas de periodismo fundadas a partir de los años treinta sobre el modelo profesionalizante consagrado en los Estados Unidos por Joseph Pulitzer"¹⁶.

En Colombia, el crecimiento de las Facultades y Centros de estudios de comunicación, ha sido más bien producto de los intereses de diversas Universidades en ampliar el mercado, que el reflejo de un análisis consciente de las necesidades del país y de las posibilidades de inserción laboral de sus futuros egresados. Actualmente los estudios de comunicación social y Periodismo son objeto de severas críticas por parte de otros ámbitos académicos de las ciencias sociales. De ahí que es pertinente preguntarnos si acaso los programas de comunicación responden en mayor medida a la instrumentalización de los referentes del mercado o a la construcción seria y rigurosa de proyectos académicos y científicos.

Para el caso caucano cobra importancia preguntarnos por las estrategias que se deben fomentar para construir una región que cuando se mire en los medios, vea algo más.

Sólo puede construirse "región" desde la perspectiva de "los actores", o condiciones subjetivas, y no solamente desde las estructuras sociales, sin excluir

los aspectos económicos. Partir del reconocimiento del principio de dignidad humana, aceptar el diálogo y la participación de todos los ciudadanos, reconocer al otro como igualmente digno, autónomo y capaz, así como superar comportamientos dogmáticos. Estudiar los fenómenos constitutivos del vínculo social, como la interdependencia misma, y que la noción de una sociedad armónica es una contradicción en los términos. Es preciso construir un espacio en el cual los conflictos puedan manifestarse y desarrollarse, sin que la oposición al otro conduzca a la supresión del otro, mediante la aniquilación o el silenciamiento. Si se parte de la necesidad de formar una mirada de sospecha y de actitud crítica (conciencia social) en los estudiantes de comunicación Social en la región, debemos entonces ubicarnos en la construcción de observadores críticos de medios

El genocidio y desconocimiento de las prácticas y dinámicas sociales de las minorías étnicas, han propiciado la "invisibilización" del "otro" al interior de una sociedad mayor que responde a lógicas instrumentales. Desde la Constitución de 1991, el reconocimiento de la diversidad cultural (artículo 7) y la jurisdicción especial indígena (artículo 246), contribuyó a la conformación de importantes redes de radios comunitarias, las cuales se han fortalecido en los últimos años, dentro de la apología del discurso y la historia oral. Sin embargo, las supuestas bondades de la constitución de 1991, contrastan con la agudización del conflicto en gran parte del territorio nacional, a partir de confrontaciones permanentes *"entre sistemas de representación simbólica y modos de ver el mundo, ocasionando conflictos multiculturales de gran intensidad. Es preciso entonces referirnos a esa exclusión e invisibilidad del otro, a partir del desconocimiento cultural que ofrecen los medios masivos de comunicación. En el caso de la región del Cauca, el rechazo a las prácticas de las minorías étnicas y a las dinámicas culturales extrañas, obedece a los vacíos de sentidos y significados que son desconocidos para el futuro pe-*

¹⁶D'abbraccio K. Guillermo: "Enseñanza y aprendizaje en las facultades de comunicación social en Colombia". En Revista *Páginas* N° 57. Universidad Católica popular de Risaralda. Pereira, junio de 2000, p. 17.

*riodista y comunicador en un país multiétnico y pluricultural*¹⁷.

Se trata en últimas de no reducir la comunicación a la presencia de los medios masivos de comunicación. Se requiere entonces reconceptualizar e interpretar el campo de la comunicación asumiendo y observando en ésta una posibilidad de constitución de sentidos y de intersubjetividades inmersas en dinámicas culturales heterogéneas. He aquí que el sentido de las prácticas requiere trascender a los movimientos sociales, a las mediaciones y prácticas sociales, tal como lo asumieron Jesús Martín Barbero, Néstor García Canclini y Martín Serrano en los años ochenta.

En una región como la descrita, ¿Cuál es el sentido de las representaciones de diversos sectores sociales (trabajadores asalariados, empresarios, campesinos, estudiantes, indígenas, profesionales y otros trabajadores independientes, pensionados, policías y militares retirados etc.) en los medios masivos de comunicación de la región?

Pese a su ubicación en una región con un proyecto de modernidad inacabado, la Universidad del Cauca no puede ser ajena a procesos de competitividad científica, marcados y atravesados por factores tales como la producción de conocimiento, el desarrollo tecnológico y la formulación, diseño y aplicación de proyectos de integración y cooperación. La pregunta por la enseñanza en una facultad de Comunicación Social y Periodismo inmersa en una región multiétnica y pluricultural, es el dilema central a resolver.

Las experiencias en la comunicación popular en los espacios radiales, por ejemplo, han ocupado en Latinoamérica un lugar estratégico, debido a que en el suroccidente la radio se constituyó durante gran parte del presente siglo en un medio socializador, creador de opinión pública y un espacio de reflexión y concientización social, así como una herramienta de distracción de amplias capas de la población. Un proyecto piloto en la experiencia colombiana fue el

realizado por Radio Sutatenza. Sectores de la Iglesia católica crearon la primera radioemisora al servicio de los campesinos de la región e implantaron con éxito la estrategia de las escuelas radiofónicas. Al cabo de cinco años, "este ejercicio precursor había llegado a conformar Acción Cultural Popular, acaso el emprendimiento de educación no formal de la masa rural más grande y complejo del mundo. Y esa influencia colombiana se extendería por toda la región al nacer la Asociación latinoamericana de educación radiofónica (ALER), que ahora tiene su sede en Quito"¹⁸.

Es una prioridad de este nuevo proyecto académico fomentar espacios de comunicación e interacción que permitan a los estudiantes y a los profesores del programa, analizar los ejes problemáticos de la disciplina comunicacional y su articulación a la investigación de las dinámicas locales, regionales, nacionales y globales. De este modo, se propicia la generación de ámbitos de reflexión para la discusión de casos que permitan comprender qué se está jugando la región y el país en estos procesos del declive de lo público, así como la reflexión de las prácticas de significación y representación de las culturas y de los saberes, a partir del conocimiento/reconocimiento del otro y de la diferencia.

En la formación de los comunicadores sociales, no se puede dejar por fuera la necesidad de crear en éstos una "conciencia social", es decir, "cuestionarse" y "pensarse a sí mismos y a la sociedad", elevando la capacidad crítica alrededor de problemáticas sociales, alejándose de la banalidad, la superficialidad y el sentido común. Por conciencia social, se entiende la formación y expresión de un pensamiento abierto, pluralista, heterogéneo, crítico, que pone todo en duda, en contraposición a la denominada "falsa conciencia", es decir, "aquel pensamiento único, uniforme y acrítico"¹⁹. (Romano: 1997; 48). Desde esa perspectiva, el futuro comunicador social y periodista de la región y el departamento debe ser, en sentido amplio, un intelectual. Sin embargo, debe

¹⁷D'abbraccio K. Guillermo: "El desconocimiento del otro en los medios masivos de comunicación". En Revista *Diálogos* de la comunicación N° 61. Felafacs. Lima, Perú, abril de 2001, p. 69.

¹⁸Beltrán, Luis Ramiro: "Comunicación democrática y realidad política en América Latina: perspectivas en la víspera del tercer milenio". En Varios autores. *Comunicación y espacios culturales en América Latina*. Cátedra Unesco de comunicación social. Bogotá, 1994.

¹⁹Romano, Vicente: "Medios de comunicación, pensamiento único y falsa conciencia". En Revista *El Viejo Topo*. Barcelona, julio de 1997, p 48.

distanciarse de los dogmas y los discursos acabados de las izquierdas y de las derechas, para llegar a estudiar, discutir, pensar, polemizar, debatir, reflexionar y cuestionar la realidad.

En una entrevista concedida al *Magazín dominical* del diario "El Espectador", Néstor García Canclini asumía al intelectual como un ciudadano empecinado a ver más allá del común de sus semejantes: *"El intelectual, en un sentido antropológico, es alguien que tiene que ver la propia sociedad como algo que podría ser de otra manera. Tiene la responsabilidad de ser la mala conciencia, el aguafiestas y el irreverente, ante las convenciones que las sociedades constantemente tienden a sacralizar"*²⁰.

Otro aspecto es el de la relación comunicación-educación. Debemos responder a la necesidad que demanda la región de formar profesionales que se interesen en la investigación, diseño y aplicación de estrategias comunicativas para diferentes ámbitos de la educación, asumiendo el espacio educativo no sólo en el ámbito escolar, sino también en la cotidianidad familiar, la recepción de medios de comunicación masivos y los grupos de socialización de los niños y adolescentes, entre otros, los cuales implican encuentros y desencuentros con la dinámica social, en una época de búsqueda permanente de las identidades y de resignificación y reacomodamiento de los desarrollos regionales.

Otro ámbito de estudio pertinente en la región, es el de las culturas juveniles y su relación con los medios masivos de comunicación. Comprender a los jóvenes y estudiar las sensibilidades y culturas juveniles, es una necesidad insoslayable. Los estudiantes del programa de comunicación social y periodismo de la Universidad del Cauca, son en su mayoría jóvenes mestizos, indígenas y afrocolombianos, con otras formas de significación discursiva y representación simbólica. Es pertinente indagar en las redes de sentido que los jóvenes de diferentes grupos étnicos minoritarios despliegan, tan alejados de los modos de explicar el mundo por parte de la sociedad mayor y los medios masivos de comunicación.

Es preciso asumir criterios que no se limiten al ámbito de lo local y lo provincial y que den cuenta de procesos comunicacionales y culturales más amplios. Sin embargo, la deuda inicial debe saldarse alrededor de conocer las dinámicas propias de la relación Comunicación, cultura y región. Hacen falta pistas que nos guíen en la reflexión acerca de problemáticas como la industria cultural en el departamento del Cauca, la relación entre educación multicultural y Comunicación, así como etnoeducación y consumo cultural, Comunicación y rediseños urbanos, medios masivos de comunicación en la región y políticas públicas y la relación entre lo público y lo privado en el Cauca y en el suroccidente colombiano. De igual modo, indagar en el mundo de las representaciones e intereses de las audiencias, producción y consumo de medios regionales, relación Comunicación y democracia, entre otros.

La formación de los comunicadores sociales y periodistas en el Cauca, se convierte en una herramienta válida para la apología de la democracia y la participación ciudadana. A pesar del proceso de reforma del Estado en Colombia y en América Latina, es preciso abrir espacios de reflexión acerca de la incidencia de la hegemonía del mercado como regulador de las reglas de juego en los circuitos de las industrias culturales y los grandes emporios periodísticos.

Desde esa perspectiva, es pertinente "pensar" la relación comunicación, cultura y región. Se entenderá por "regiones" aquellas *"fracciones del territorio nacional de cada uno de los países que, en algunos casos, corresponden a sus divisiones político-administrativas y que en otros, poseen complejidad estructural suficiente para catalogarlos como tal"*²¹. Es a partir de éstas dinámicas de la regionalización, desde donde se explica el contexto caucano y su especificidad atravesada por la multiculturalidad, la preeminencia de las culturas orales, la influencia dominante de los discursos étnicos -especialmente indígenas y afrocolombianos- y la polifonía y heterogeneidad de las representaciones simbólicas.

²⁰Cano Busquest, Marisol: "Cruces, arraigos y deslindes". Entrevista a Néstor García Canclini. *Magazín dominical de El Espectador*. Bogotá, abril de 1999, p. 25.

²¹Lira, Luis A.: "Regionalismo abierto y regionalismo virtual". En *Globalización y gestión del desarrollo regional*. En Medina, Javier y Varela, Edgar (compiladores). Editorial Universidad del Valle. Santiago de Cali, 1996, p. 21.

El departamento del Cauca requiere un comunicador Social y Periodista que comprenda qué se está jugando en el país y en la región en los procesos de rupturas y transformaciones sociales, económicas y políticas, ya sea en las privatizaciones de las empresas públicas o en la reconversión industrial y tecnológica. De igual modo, qué significado social presentan los altos índices de miseria y pobreza, inequidad y desempleo y la influencia de estos factores en la violencia que afecta al país. El futuro comunicador debe ser un investigador de las transformaciones, rupturas o continuidades sociales. Comunicador poseedor de conciencia social, educador e investigador permanente de la realidad.

Es necesario entonces apostarle a un proyecto académico que piense la región desde una perspectiva y mirada comunicacional, que se ubique más allá de los intereses políticos y económicos que predominan en el conflicto armado colombiano, pero que no se limite al encierro cómodo en la burbuja de la autonomía y el distanciamiento universitario.

Uno de los lugares claves explorados es la producción y consumo mediático como procesos de diferenciación étnica. Desde esta perspectiva, las comunidades indígenas Páez, Yanacona y Guambiana construyen y resemantizan espacios de resistencia mediáticas, más allá de las imposiciones y represiones realizados por los actores involucrados en el conflicto armado colombiano.

¿Cuáles deben ser las líneas de investigación pertinentes? Y en ese orden de ideas ¿A qué currículo y proyecto académico apostar? La idea de contribuir al fortalecimiento de un proceso pedagógico, donde las personas que en éste intervienen son los auténticos sujetos y protagonistas del mismo en las diferentes regiones del país. Los problemas estructurales de la región constituyen un ámbito ineludible de interés en la formulación del currículo. En cada región se debe tener en cuenta las condiciones particulares y la diversidad de sus componentes culturales, étnicos y sociales.

En las condiciones actuales de la región, el programa de comunicación social de la Universidad del Cauca debe contribuir al compromiso y esfuerzo por pensar los planes de desarrollo que están construyendo los gobiernos locales, para la construcción de sociedad en una perspectiva de corto, mediano y largo plazo. Detrás de este aspecto, las regiones se juegan la posibilidad de construir el interés colectivo, a partir de consultar con agentes, movimientos y asociaciones ciudadanas y políticas.

Asumir un programa de comunicación como lugar donde se piensen espacios democratizadores y solidarios, con el objetivo de servir de soporte a la sociedad civil y la autogestión social. Implica fomentar la formación de una densa trama de organizaciones sociales como instrumentos necesarios para el ejercicio cotidiano de la democracia. Las organizaciones sociales se conforman por identidad reivindicativa, de vecindad en un territorio o por objetivos e intereses compartidos.

Finalmente, no sobra recordar que el departamento del Cauca se enfrenta al reto de su reconstrucción como región. La asignatura pendiente desde el punto de vista político es la democracia y desde una perspectiva económica es la equidad, como requisito de transición al proceso de reconstrucción del tejido social.

En esa convocatoria se encuentra involucrada el programa y la facultad de comunicación social de la Universidad del Cauca. Proyecto ineludible que no puede dejarse al arbitrio del mercado.

Bibliografía

- Arango, Irma Piedad y Alvarez, Luis Evelio: "*Programa de pregrado en comunicación social*". Mimeo documento. Facultad de ciencias naturales, exactas y de la educación. Universidad del Cauca, Popayán, 1999.
- Beltrán, Luis Ramiro: *Comunicación democrática y realidad política en América Latina: perspectivas en la víspera del tercer milenio*. En Varios autores. *Comunicación y espacios culturales en América Latina*. Cátedra Unesco de comunicación social. Bogotá, 1994.

- Bernal, Jorge (coordinador): *Integración y equidad. Democracia, desarrollo y política social*. Corporación S.O.S y Viva la ciudadanía. Bogotá. 1994.
- Cano Busquest, Marisol: "Cruces, arraigos y deslindes". Entrevista a Néstor García Canclini. *Magazín dominical de El Espectador*. Bogotá, abril de 1999.
- Cubides, Fernando: *La violencia en el municipio colombiano*. Editorial Universidad Nacional de Colombia, Bogotá, 1998.
- D'abbraccio Kreutzer, Guillerme: "Enseñanza y aprendizaje en las facultades de comunicación social en Colombia". En *Revista Páginas*. Universidad católica popular de Risaralda. Pereira, junio de 2000.
- "El desconocimiento del otro en los medios masivos de comunicación". En *Revista Diálogos de la comunicación* N° 61. Felafacs. Lima, Perú, abril de 2001.
- Departamento Nacional de Planeación. "*La paz: el desafío para el desarrollo*". Bogotá, Septiembre de 1998.
- *El Tiempo*: "*La defensoría del pueblo confirma 37 muertos en la masacre paramilitar de Naya*", Bogotá, 17 abril 2001.
- FCSPP Fundación comité de solidaridad con los presos políticos y equipo Nizkor; Derechos Human Rights y Serpaj Europa "*Tras 15 días de haberse alertado de manera temprana sobre la inminencia de ataques contra los campesinos del Alto Naya, las Auc asesinan a 37 campesinos en el área de comando bajo el mando del brigadier general francisco René Pedraza*". Disponible en <http://www.fcspp.org/>. 17 de abril de 2001.
- Lira, Luis A.: *Regionalismo abierto y regionalismo virtual*. En *Globalización y gestión del desarrollo regional*. En Medina, Javier y Varela, Edgar (compiladores). Editorial Universidad del Valle. Santiago de Cali, 1996.
- Martín Barbero, Jesús: "Notas para una agenda de investigación". *Revista Comunicación* N° 99. Centro Gumilla, Caracas, 1998.
- Ramírez, Sergio: *Culturas, tecnologías y sensibilidades juveniles*. En *Revista Nómadas* N°4. Universidad Central, Bogotá, marzo de 1996.
- Romano, Vicente: *Medios de comunicación, pensamiento único y falsa conciencia*. En *Revista El Viejo Topo*. Barcelona, julio de 1997.
- Trujillo y Badel: "Costos económicos de la criminalidad y la violencia en Colombia: 1991 -1996" en *Planeación y Desarrollo*, Vol. 28, No 4, 1997.

La justicia en escena. Análisis de los escraches

Valeria Chervin, Luciano Debanne, María José Franco y Gabriela Suárez.

Universidad Nacional de Córdoba.

"El escrache es una herramienta para poder derribar el muro de impunidad, es informar lo que la historia oficial niega, es un grito que deja en agonía al silencio. El escrache es testimonio transformado en denuncia y movilización. Es el agite en la marcha, la murga y el canto. Es bronca transformada en creatividad".

Las siguientes reflexiones surgen a partir de nuestro interés acerca de la emergencia de actores y movimientos sociales que crean nuevas prácticas, formas de pensar y hacer política. Estos movimientos -frente a la crisis de las formas tradicionales de hacer política y la tendencia a la reconfiguración de las relaciones entre lo privado y público- oponen y fundan nuevas formas de participación directas vinculadas a lo cotidiano y lo territorial, emergiendo como nuevas culturas políticas.

En este sentido, dice Barbero, estos movimientos tienen "una nueva percepción del problema de la identidad (...) que aparece inscripta en el movimiento de profunda transformación de lo político (...) proyecto ligado estrechamente al *redescubrimiento de lo popular*, al nuevo sentido que esa noción cobra hoy: revalorización de las articulaciones y mediaciones de la sociedad civil, sentido social de los conflictos más allá de su formulación y sintetización política y reconocimiento de experiencias colectivas no encuadradas en formas partidarias"¹.

En particular, trabajaremos con la Red Nacional H.I.J.O.S. (Hijos por la Identidad y la Justicia contra el Olvido y el Silencio) -más específicamente con los escraches- que, inscribiéndose en estos movimientos sociales, propone nuevas prácticas políticas a partir del trabajo sobre las representaciones sociales de la memoria, la justicia y la participación. Asimismo, este

Notas

¹Martín Barbero, Jesús: *De los medios a las mediaciones*. Ed. G.G. Mass Media, México, 1991, Pág. 225-226.

ensayo surge de nuestro interés generacional por la producción de conocimiento vinculado al compromiso social por la construcción de la identidad colectiva.

Nos interesa rescatar particularmente aquello que caracteriza al escrache como una práctica política original y creativa. Y, en este sentido, remitirnos a algunos elementos estético-teatrales que conforman una dimensión constitutiva de esta nueva forma de condena social.

Desde este lugar, pretendemos indagar acerca de la fuerza político-cultural de los escraches. Más precisamente, nos interesa dar cuenta de lo que ocurre con la representación social de justicia y sus consecuencias sobre la nominación de los agentes.

No queremos dejar de mencionar, aunque no es objeto de este ensayo, una hipótesis complementaria que podría presentarse como una segunda fase de trabajo: el escrache, en el mismo momento en que impugna y condena, funda nuevas prácticas que resignifican formas de participación y prácticas cotidianas de los sujetos.

Escena 1: De la representación, los actores y la realidad

Pensamos la incidencia de los escraches en la representación social de la justicia desde la premisa general de que todo trabajo sobre las representaciones es un trabajo de política cultural; es decir, un trabajo de intervención en la realidad. Para ello consideramos pertinente trabajar desde la propuesta teórica de Pierre Bourdieu, alrededor de las nociones de representaciones sociales, lenguaje y poder simbólico. Su postura abre camino para trabajar estas representaciones desde una teoría del conflicto social atendiendo a la articulación entre estructuras objetivas y subjetivas como partes de una misma realidad social.

Entendemos, con Bourdieu, por representaciones *mentales* a los actos de percepción y de apreciación, de conocimiento y de reconocimiento en los que se ponen en juego los intereses y presupuestos de los

agentes sobre las representaciones *objetales* en forma de cosas o actos. Así, "(...) es necesario superar la oposición (...) entre la representación y la realidad, e incluir en lo real la representación de lo real, o más exactamente la lucha de las representaciones en el sentido de imágenes mentales, pero también de manifestaciones sociales destinadas a manipular esas manifestaciones mentales"².

En este marco conviene aclarar cuestiones ligadas a la etimología y usos del concepto de representación social. No lo pensamos como *re-presentación* en el sentido de volver a presentar algo ya existente, una realidad exterior al sujeto, aprehensible empíricamente. Tampoco se trata de una distinción ontológica entre realidades cualitativamente diversas: una base material objetiva, no significativa, y las producciones de sentido como representaciones superestructurales.

Las categorías con que percibimos y nombramos lo social se construyen en las luchas que constituyen la historia del mundo social. Según Bourdieu, la nominación, al estructurar la percepción de los agentes sobre el mundo social, contribuye a construir la estructura de ese mundo, tanto más, cuanto más reconocida y autorizada sea la voz de los actores. De esta forma, la nominación -ya sea consagración o estigmatización- como acto de institución o destitución, tiene una intención performativa o "mágica" en la lucha por imponer una cierta visión del mundo; es decir, una cierta "di-visión" del orden social. En esta lucha por el monopolio de la visión legítima es de fundamental importancia el capital simbólico que los agentes detentan (sobre la base de que existe una distribución desigual) como "poderes sociales" que se vinculan al habitus³ y a la posición de dichos agentes (más o menos favorecida) dentro del campo social.

La fuerza performativa no reside en el contenido del discurso sino "en las condiciones institucionales de su producción y su recepción"⁴. Es decir, la eficacia simbólica de un discurso es posible sólo en la medida

²Bourdieu, Pierre: *¿Qué significa hablar? Economía de los intercambios lingüísticos*. Ed. Akal, Madrid, 1985. Pág. 88.

³Dice Bourdieu, Pierre en *El sentido práctico*, Ed. Tarcus, Madrid, 1991. Habitus como: "sistema de disposiciones durables y transponibles, estructuras predispuestas a funcionar como estructuras estructurantes, es decir como principios generadores y organizadores de prácticas y representaciones".

⁴Bourdieu, Pierre: *¿Qué significa hablar?* Op cit, Pág. 71.

en que los sujetos que la experimentan reconocen en quien ejerce la palabra, autoridad para hacerlo⁵.

Entonces, para poder entender la fuerza performativa del escrache y su trabajo sobre las representaciones es necesario analizar en qué radica la pretensión de autoridad de H.I.J.O.S. La misma se construye a partir de una compleja combinación de elementos políticos, sociales e históricos en su proceso de disputa por legitimarse. Por un lado, se viene produciendo una revisión social de lo acontecido durante la última dictadura militar, así como se está consolidando un consenso más o menos generalizado acerca del valor universal de los Derechos Humanos. Por el otro, creemos con Levstein y Triquell que su legitimidad se construye en un particular cruce entre lo privado y lo público. La definición política de H.I.J.O.S. vincula la búsqueda de la identidad propia, en tanto hijos de las víctimas de la represión estatal, con la construcción de la memoria colectiva nacional.

Asimismo, esta legitimidad está también sustentada por el hecho de reivindicarse como herederos de otras organizaciones de Derechos Humanos. Dicen Levstein y Triquel: H.I.J.O.S. "completa las tres generaciones (...) estableciendo precisamente la posibilidad de leer en estas agrupaciones una genealogía. En sus siglas, H.I.J.O.S. (Hijos por la Identidad y la Justicia contra el Olvido y el Silencio) engloba los reclamos anteriores (de las Madres por justicia, de las Abuelas por verdad e identidad), y al mismo tiempo agrega un nuevo elemento que los resignifica: la memoria"⁶.

En este cruce cobra, además, importancia la construcción de legitimidad a partir de la capacidad de hacer público su discurso, certificando ciertos saberes con respecto a aquello que denuncia y haciendo posible el ser reconocido colectivamente.

Escena 2: Justicia hereje

Para analizar el trabajo del escrache sobre las representaciones sociales es necesario conceptualizar

la idea de justicia moderna. Siguiendo a M. Foucault⁷, ésta surge con "la desaparición del espectáculo punitivo", estableciendo como castigo "una economía de los derechos suspendidos"⁸, en el sentido de que si se interviene sobre el cuerpo "es para privar al individuo de una libertad considerada a la vez como un derecho y un bien. El cuerpo, según esta penalidad, queda prendido en un sistema de coacción y de privación, de obligaciones y de prohibiciones"⁹.

Esta concepción establece como "límite" que quienes están presos en la cárcel son culpables, y quienes pueden vivir libres, en pleno ejercicio de sus derechos, son inocentes. Asimismo, sólo los agentes que conforman el Poder Judicial son los actores legítimos para denominar y privar de libertad a un sujeto considerado culpable.

Ahora bien, las operaciones sociales de nominación, de producción del sentido común, se cumplen a través de "ritos de institución" en los cuales se da la lucha propiamente política por la imposición de la visión legítima de ciertas clasificaciones del mundo. La eficacia simbólica de estos ritos reside en el hecho de que al actuar sobre la representación de lo real, lo hacen sobre lo real; es decir, intervienen en la realidad.

Dice Bourdieu: "La acción propiamente política (...) pretende producir e imponer representaciones (mentales, verbales, gráficas o teatrales) del mundo social capaces de actuar sobre él actuando sobre la representación que de él se hacen los agentes. O, más concretamente, pretende hacer o deshacer los grupos -y, al mismo tiempo, las acciones colectivas que esos grupos puedan emprender para transformar el mundo social de acuerdo con sus intereses-, produciendo, reproduciendo o destruyendo las representaciones que corporeizan esos grupos y les hacen visibles para los demás"¹⁰.

Es importante, siguiendo a Bourdieu, atender en el ritual no tanto al paso por el cual se separa a quienes sufren de quienes todavía no han sufrido el rito; sino más bien al acto de institución, por el cual se traza la frontera entre a quienes concierne y a

⁵Cabe aclarar que no estamos haciendo referencia al "fetichismo político" propio del funcionamiento de los actuales sistemas democráticos de representación política sino a la relación que fundamenta la legitimidad del "portavoz autorizado". Este concepto es utilizado por Bourdieu para diferenciar la representación política en el sentido de delegación, de la representación en sentido de usurpación. En Bourdieu, Pierre: *Cosas Dichas*. Ed. Gedisa, Bs. As., 1988. Pág. 158 a 162.

⁶Levstein, Ana y Triquell, Ximena: "Abuelas, Madres e Hijos: Identidad, Duelo, Memoria" ponencia presentada en las *Jornadas de Construcción de identidades*, C.E.A., U.N.C. ⁷Foucault, Michel: *Vigilar y Castigar. Nacimiento de la prisión*. Ed. Siglo XXI, Argentina, 1989.

⁸Si bien esta nueva penalidad actúa sobre el cuerpo, el castigo sobre el alma es el objeto fundamental. Dice Foucault, Michel en *Vigilar y Castigar*. Op cit., Pág. 24: "un castigo que actúe en profundidad sobre el corazón, el pensamiento, la voluntad, las disposiciones". ⁹Foucault, Michel: *Vigilar y Castigar*. Op cit, Pág.18.

¹⁰Bourdieu, Pierre: *¿Qué significa hablar?* Op cit, Pág. 96.

quienes nunca podrá concernir el rito. En palabras del autor: "Hablar de rito de institución, es indicar que cualquier rito tiende a consagrar o a legitimar, es decir, a hacer desestimar en tanto que arbitrario o reconocer en tanto que legítimo, natural, un *límite arbitrario*; (...) Al marcar solemnemente el paso de una línea que instaura una división fundamental del orden social, el rito atrae la atención del observador hacia el hecho del paso (...), cuando lo importante en realidad es la línea"¹¹.

A partir de estas ideas, consideramos al escrache como un "discurso herético"; es decir, como un proceso en el que se despliega un ritual que pretende desestimar el límite arbitrario constitutivo de la representación hegemónica - "ortodoxa" - de la Justicia, naturalizada en el sentido común. Intentando, en ese mismo momento, producir un nuevo sentido desde la legitimidad que le da la publicidad de su discurso y el reconocimiento colectivo, tratando de instituir así una nueva concepción de justicia.

Los escraches cuestionan la clasificación según la cual quienes están presos en la cárcel, son culpables, y quienes pueden vivir libres en pleno ejercicio de sus derechos son inocentes. De esta manera, corren la frontera al hacer público que hay sujetos que, viviendo en su casa como hombres libres y gozando de todos sus derechos, son culpables. Así, este límite diferencia y excluye al represor, sacándolo del anonimato de las leyes de impunidad (Obediencia Debida, Punto Final e Indultos).

Así, el discurso herético de H.I.J.O.S., deslegitima la representación hegemónica de justicia y propone como política cultural al escrache, basado en la condena social que en el mismo momento que enuncia, denuncia, prescribe y, efectivamente, produce un tipo de justicia alternativa basada en nuevos criterios de diferenciación social. Como versa la siguiente canción: "Olé, olé / olé, olé, olá / venga señora / venga a escrachar / si no hay justicia hay escrache popular"¹².

Esta transformación modifica el estatuto civil del vecino escrachado, imponiéndole una identidad,

significándole una subjetividad, un ser, al señalarlo como genocida. Además hace visible a H.I.J.O.S. como un nuevo actor social que se instituye como estigmatizador legítimo. Así lo manifiestan las letras de sus canciones:

"Alerta / alerta / alerta a los vecinos / al lado de su casa está viviendo un asesino"

"Por este barrio camina un genocida / por este barrio camina un represor / y entra en el kiosco y en la carnicería / y aunque nadie lo diga es un torturador. / gobierne Menem o gobierne la Alianza / la impunidad avanza y nos sigue matando. / Por eso yo vengo a escrachar / milico torturador / y grito con los vecinos: / No hay Olvido ni Perdón"¹³.

Escena 3: La infame condena del estigma

Intentaremos conceptualizar la práctica de condena social del escrache a partir de la noción de estigma trabajada por Erving Goffman. Asimismo tomaremos los aportes de Pierre Bourdieu sobre formas de nominación y aludiremos al Modelo Punitivo de la Infamia de Michel Foucault.

La palabra "escrache" que proviene del italiano, es retomada por el lunfardo y significa "hacer caer la máscara", "revelar el verdadero rostro"¹⁴. Entonces, escrachar se refiere a delatar, desenmascarar. H.I.J.O.S. lleva a cabo este proceso a través de lo que Goffman denomina estigma.

Según este autor, los griegos "crearon el término *stigma* para referirse a signos corporales con los cuales se intentaba exhibir algo malo y poco habitual en el status moral de quien los presentaba (...)" Las marcas en el cuerpo advertían que quien las portaba era "(...) una persona corrupta, ritualmente deshonrada, a quien debía evitarse especialmente en lugares públicos"¹⁵.

Al respecto, dice Liliana Sinsi, la estigmatización es la asignación de "un atributo altamente desacreditador, construido en relación a determinados estereotipos y marcas de las cuales son supuestamen-

¹¹Bourdieu, Pierre: *¿Qué significa hablar?* Op cit, Pág. 79.

¹²Datos extraídos de la participación en la experiencia de los escraches.

¹³Idem anterior.

¹⁴Revista Don Quichotte, Nro. 1, Francia, febrero 2000, Pág. 69.

¹⁵Goffman, Erving: *Estigma*. Ed. Amorrortu, S/d, 1989, Pág. 11.

te "portadores" algunos sujetos y que significan posicionamientos desde quien los construye"¹⁶. En función de este trabajo, rescatamos la carga negativa del estigma como condena social pero nos interesa diferenciarlo de aquellos sentidos que lo vinculan con prejuicios como las diferencias raciales, religiosas, etc.

Así, podemos relacionar la desacreditación, la injuria, con la fuerza performativa del poder de nominación que detentan ciertos actores; es decir, la capacidad de trabajo sobre las representaciones sociales de justicia que contribuyen a crear una determinada "di-visión" del orden social. Entonces, el escrache aparece como una práctica de nominación profundamente desacreditadora basada en el juicio de que todo sujeto culpable de crímenes de lesa humanidad debe ser juzgado y castigado.

Si como estrategia desde el poder, en la reapertura democrática, se propuso, en cuanto a las víctimas, la "biografización" de lo público; es decir, relatar en clave personal la historia de las víctimas de la dictadura del '76. La estrategia de H.I.J.O.S., respecto al represor, es la publicación de lo privado. El ritual del escrache se realiza a través de la denuncia, gráfica y oral, de la participación de un sujeto en el terrorismo de Estado. Frente a la estrategia globalizante de las leyes de impunidad que eliminaron las individualidades de los genocidas, H.I.J.O.S. escracha a cada uno de los sujetos por separado.

Este desenmascaramiento se lleva a cabo en el lugar donde el sujeto realiza sus prácticas cotidianas, es decir en el espacio donde se desarrollan las relaciones intersubjetivas en las que adquiere especial relevancia la *imagen pública* del sujeto¹⁷. Aquí es importante destacar la apelación directa a la sociedad civil. En palabras de una integrante de H.I.J.O.S.: "(...) el escrache tiene la finalidad de recuperar la calle y la movilización, la acción política directa desde la gente"¹⁸. En este sentido, la organización nombra y significa a los sujetos no como sujetos particulares sino como *vecinos*, término que adquiere sentido sólo en un marco relacional que vincula a los habitantes de un mismo barrio.

Los días anteriores al escrache, los H.I.J.O.S. dialogan con los vecinos y durante el desarrollo del ritual¹⁹ se marcan huellas sobre las calles que se dirigen hacia la casa del escrachado, se pintan graffittis con los datos personales del genocida y los slogans de la organización; se tiran bombitas rojas que al estallar simulan sangre; se reparten volantes a vecinos y espectadores en los que se detallan los crímenes cometidos por el sujeto y se publica una foto con su cara; un integrante de la organización con un megáfono lee un documento; hay murgas, obras teatrales o lectura de poemas; también la composición de cánticos conforma un elemento esencial de esta forma de condena. Además, la participación de los medios masivos de comunicación cubriendo la puesta en escena, contribuye a su espectacularización.

La fuerza policial se encuentra impidiendo que los escrachadores se acerquen a la casa del genocida, graficando una clara línea divisoria en la escena del escrache entre quienes están condenando (H.I.J.O.S., Abuelas de Plaza de Mayo, vecinos, integrantes de la Mesa de Trabajo, allegados, etc.) y quienes defienden al genocida; siendo los policías también señalados como continuadores de la represión y la impunidad:

"Yo sabía / yo sabía / que a los asesinos / los cuida la policía".

"Olé, olé, / olé, olé, ola / por una pizza reprimís a tu mamá"²⁰.

Todos estos elementos forman parte del acto de nominación del escrache que como "rito de institución", potencian el "Conviértete en el que eres"²¹, fórmula performativa que veníamos desarrollando a partir de Bourdieu. Este proceso por el cual un vecino es señalado como un sujeto infame podría relacionarse con la emergencia de algunas características de las técnicas del Modelo Punitivo de la Infamia (exponer a la vista pública, marcar con signos, señalar, imponer un designio de modo visible, apropiarse de los espacios personales del sujeto, etc.) que aparece ante la imposibilidad de encierro -principal táctica

¹⁶Sinsi, Liliana: "La relación nosotros - otros en espacios escolares "multiculturales". Estigma, estereotipo y radicalización" en Neufeld y Thisted (comps), Ed. Eudeba, 1999, Pág. 210.

¹⁷Sin por esto negar los cambios culturales tendientes a la privatización de la vida pública.

¹⁸L.C. en BASSOLA, Adrián: "El 'escrache', un nuevo rostro de la protesta social" en *La Voz del Interior*, Córdoba, 21/03/99. Pág. 9 A.

¹⁹Aunque no es objeto de este trabajo sería interesante analizar el ritual del escrache desde la perspectiva de las políticas del humor y sus elementos carnavalescos.

²⁰Datos extraídos de la participación en la experiencia de los escarches.

²¹Bourdieu, Pierre: *¿Qué significa hablar?* Op cit, Pág. 82.

ca punitiva de las "civilizaciones de la vigilancia" - a los sujetos autores de crímenes contra los Derechos Humanos.

La Infamia era una forma de castigo propia de las sociedades occidentales a finales de la Edad Media. Según Foucault, se trataba de "civilizaciones del espectáculo (civilizaciones del sacrificio y del ritual, en las que se trataba de proporcionar a todos el espectáculo de un acontecimiento único y en las que la forma arquitectónica privilegiada era el teatro)"²². En las ceremonias infamantes el personaje principal es la opinión pública; es, por lo tanto, "una pena que se ajusta al crimen sin necesidad de un código, sin tener que ser aplicada por un tribunal, sin riesgo de ser instrumentalizada por un poder público"²³. En este sentido, los escraches buscan la condena social a través de la participación directa y la movilización, lo que implica que los participantes se responsabilizan públicamente por esta práctica, comprometiendo hasta el cuerpo. Es decir, hay una redistribución de la topografía social del poder que ya no se basa en un poder piramidal y jerárquico.

Foucault marca el paso de la sociedad del espectáculo a la de la vigilancia a partir del cambio de objeto sobre el que se castiga: en la Edad Media se castigaba al cuerpo, mientras que en la Edad Moderna el disciplinamiento se realiza sobre éste pero para actuar sobre el alma. Se trata de una tecnología del poder que inserta en la práctica judicial todo un saber científico - "un tratamiento médico-judicial" - destinado a la recuperación del alma a través del encierro como humanización del castigo. En el escrache se produce un cruce particular que se manifiesta en los slogans que concluyen el rito: "No olvidamos. No perdonamos. No nos reconciamos. Juicio y castigo a los genocidas y sus cómplices. Desaparecidos: Presentes!". Así, H.I.J.O.S. sostiene la necesidad de que la justicia formal juzgue y castigue a los genocidas; sin embargo, no acepta la posibilidad de que estos sujetos sean recuperados y reincorporados a la sociedad, más allá de la posibilidad de que cumplieran su

condena. Es decir, no olvidan ni perdonan. Esta aparente contradicción entre el pedido de justicia formal y su propuesta de una nueva forma de condena social no es tal si se piensa al discurso de H.I.J.O.S. desde las disputas por los sentidos y su posición contrahegemónica. De ahí, su apelación primera al poder institucional: "Si no hay justicia, hay escrache".

Entonces, el escrache es una *puesta en escena* que, con la intención de modificar la representación social de justicia (y sus efectos sobre la nominación social de los actores), interviene deliberadamente en la realidad intentando instituir la condena social como una nueva práctica político-judicial.

"Por eso, el escrache ha sido y es un tiro para el lado de la justicia. Una justicia fundada en la certeza de que la verdadera justicia no caerá desde las alturas del poder, como una fruta podrida. Una justicia que entiende que cuando el delito se organiza desde el Estado, es la sociedad que debe identificar a los criminales, juzgarlos, condenarlos, perseguirlos hasta en sus sueños. Una justicia de los sectores populares que no olvidan ni perdonan el terrorismo de Estado, los campos de concentración, las torturas, los vuelos de la muerte, los chicos apropiados, aunque algunos sigan hablando de reconciliación"²⁴.

Bibliografía

- Baczko, Bronislaw: *Los imaginarios sociales. Memorias y esperanzas colectivas*. Ed. Nueva Visión, Bs. As., 1999.
- Bassola, Adrián: "El 'escrache', un nuevo rostro de la protesta social" en *La Voz del Interior*, Córdoba, 21/03/99.
- Bourdieu, Pierre: *Cosas Dichas*. Ed. Gedisa, Bs. As., 1988.
- Bourdieu, Pierre: *El sentido práctico*. Ed. Taurus, Madrid, 1991.
- Bourdieu, Pierre: *¿Qué significa hablar? Economía de los intercambios lingüísticos*. Ed. Akal, Madrid, 1985.
- Dalmaroni, Miguel y Merbilhaá Margarita: *Memoria Social e impunidad: los límites de la democracia*. S/D.
- Derrida Jacques: "El teatro de la crueldad y la clausura de la representación" en *Dos ensayos*. Ed. Anagrama, 1967.
- Foucault, Michel: *La vida de los hombres infames*. Ed. Altamira, La Plata, S/D.

²²Foucault, Michel: *La vida de los hombres infames*. Ed. Altamira, La Plata, s/d, Pág. 42.

²³Ídem anterior.

²⁴"Discurso de H.I.J.O.S. en el escrache a Weber" en *Revista Situaciones*, N° 1, Ediciones De mano en mano, Bs. As., Octubre de 2000.

- Foucault, Michel: *Vigilar y Castigar. Nacimiento de la prisión*. Ed. Siglo XXI, Argentina, 1989.
- Goffman, Erving: *Estigma*. Ed. Amorrortu, S/D, 1989.
- Le Goff, Jacques: *El orden de la memoria. El tiempo como imaginario*. Ed. Paidós, Bs. As., 1977.
- Levstein, Ana: "Deconstruyendo Identidades: Abuelas, Madres, H.I.J.O.S." en Dalmaso M. T. y Boria A. (comp.): *El discurso social argentino. Memoria 70/90*. Topografía Proyecto Editorial, Córdoba, 1999.
- Levstein, Ana y Triquell, Ximena. "Abuelas, Madres e Hijos: Identidad, Duelo, Memoria" ponencia presentada en las *Jornadas de Construcción de identidades*. C.E.A., U.N.C., S/D.
- Martín Barbero, Jesús: *De los medios a las mediaciones*. Ed. G.G. Mass Media, México, 1991.
- Reguillo Cruz, Rossana: "Las culturas emergentes en las ciencias sociales" en Reguillo Cruz y Fuentes Navarro (coord.): *Pensar las ciencias sociales. Reflexiones de la cultura*. Ed. ITESO, México, 1999.
- Revista *Don Quichotte*, N° 1, Francia, febrero 2000.
- Revista *H.I.J.O.S.*, Año I, N° 2, Córdoba, Invierno de 1997.
- Revista *H.I.J.O.S.* Por la identidad. Año IV, N° 5, Córdoba, Otoño de 2000.
- Revista *H.I.J.O.S.* Si no hay justicia hay escrache. Año 3, N° 4, Córdoba, Primavera de 1998.
- Revista *Situaciones*, N°1, Ediciones De mano en mano, Bs. As., octubre de 2000.
- Sínsi, Liliana: "La relación nosotros - otros en espacios escolares "multiculturales". Estigma, estereotipo y racialización" en Neufeld y Thisted (comps): S/D. Ed. Eudeba, 1999.
- Vezzetti, Hugo: *Activismos de la memoria: el escrache*. S/D.

Artículos

Artículos

Desarrollo local y competitividad: el desafío de la innovación tecnológica

Por Arnoldo Oscar Delgado

Arquitecto (UNLP, 1980), con estudios de posgrado en Política y Gestión de la Ciencia y la Tecnología (CEA/UBA) y en Control y Gestión de Políticas Públicas (FLACSO/INAP). Se ha desempeñado como Asistente Técnico a la Coordinación Internacional de la Red Iberoamericana de Indicadores de Ciencia y Tecnología (RICYT/CYTED) y como Secretario Técnico de la Maestría en Ciencia, Tecnología y Sociedad de la Universidad Nacional de Quilmes. Desde 1999, integra el programa "Planificación y Gestión Estratégica Urbana y Territorial" de la Comisión de Investigaciones Científicas de la Provincia de Buenos Aires.

Las profundas transformaciones operadas mundialmente en las últimas dos décadas, contextualizan otro fenómeno igualmente extendido: la revalorización de los espacios locales y su consecuente impacto sobre las posibilidades y exigencias planteadas a los gobiernos subnacionales con potestad sobre ellos. Objeto de interpretaciones diversas, a veces complementarias y otras antagónicas, el proceso de reivindicación de "lo local" está hoy en el centro de una vastísima producción en la literatura especializada del derecho, de la economía, de la política y de la cultura. Entendido que sea como justa restitución de derechos y autonomías alguna vez enajenados al gobierno local por provincias y naciones, como salida a la crisis de representatividad y legitimidad de los actores políticos vía una mayor participación de la sociedad en el más reducido espacio de la comunidad cotidiana, como expresión reactiva ante el avance uniformador de la cultura global vía (re)construcción de la identidad, o como derivado simple de las reformas estructurales que "achican" los Estados nacionales y transfieren sin más el ajuste económico a niveles subnacionales, lo cierto es que ya nada será lo que fue, según parece, para el tradicional modelo de gestión municipal. Su fuerte sesgo administrativista, su carácter autárquico, la operatoria política clientelar o caudillista, todo absolutamente lo que conformara por décadas el perfil

habitual de los gobiernos locales -en los hechos, una suerte de mera administración de la ciudad sobre el ABL (alumbrado, barrido y limpieza)- se agrieta ante los embates combinados de la nueva escena global y de la reforma estructural del Estado. El cambio empieza a producirse, básicamente, en tres áreas: *la organizativa/político-institucional*, por pasaje del modelo administrativo al político-gubernativo; *la social*, transicionando del modelo residual a la gerencia social; y *la económica*, caracterizada por el abandono del rol pasivo convencionalmente asumido en aras de un mayor compromiso con el **desarrollo económico local** (D. García Delgado, 1997).

En un contexto caracterizado por la globalización de las actividades económicas, la expansión de las corrientes de comercio, capitales y tecnología, la interconexión e interdependencia de los distintos espacios nacionales y la creciente transnacionalización de los agentes económicos, los gobiernos locales enfrentan así el doble desafío de asistir a las empresas de su comunidad en sus esfuerzos por alcanzar una posición competitiva (cada vez más fuertemente ligada a la capacidad de innovación que puedan exhibir y sostener) y de reforzar la atraktividad de sus territorios para la radicación del capital mediante la dotación de servicios avanzados (finanzas, seguros, inmobiliaria, consultoría, servicios legales, publicidad, diseño, mercadotecnia, relaciones públicas, seguridad, reunión de información y gestión de los sistemas de información, *pero también las capacidades de investigación y desarrollo*, ya que todos ellos se hallan en el centro de los procesos económicos, sea en la fabricación, la agricultura, la energía o en los servicios de diferentes clases).

El presente trabajo se concentra en la cuestión de la producción y difusión de innovación tecnológica al interior del tejido productivo local, intentando una aproximación al papel de los gobiernos locales para promoverla y facilitarla mediante la consolidación del "ambiente innovador". La primera sección plantea la interrelación "desarrollo local, competitividad e

innovación tecnológica"; la segunda, la importancia otorgada a la base territorial en los estudios referidos al tema; la tercera, indaga en el rol jugado por los gobiernos locales y las organizaciones comunitarias en los distritos industriales de especialización flexible; la cuarta sección, finalmente, plantea la necesidad de implementar acciones según la racionalidad del proceso innovativo que se desea estimular, enmarcándolas en la noción de **sistema de innovación**.

1. Desarrollo local, competitividad e innovación tecnológica

Parece generalmente aceptado que el concepto de desarrollo económico local intenta responder a la pregunta *¿cómo puede vivir mejor la gente de mi comuna?* y, en este sentido, "trata de potenciar las fuentes de riqueza del territorio, a partir de los recursos de que dispone" (E. Domínguez, 1998: 63). En esta línea, D. García Delgado (1997) señala que los esfuerzos de los gobiernos locales se centran, inicialmente, en comprometer a productores, empresarios y organizaciones sociales en la búsqueda de alternativas de organización económica que amplíen y diversifiquen el *portafolio* de negocios, racionalicen el uso de los recursos financieros e intensifiquen la utilización productiva de los recursos disponibles. Ello va evidenciando la necesidad de un nuevo modo de articulación entre el municipio y los diversos actores sociales para (re)definir el perfil y la capacidad productiva de una ciudad o micro-región, coordinando e integrando los esfuerzos focalizados en un territorio de actuación, de tal suerte que las políticas públicas no sean sólo diseñadas y realizadas por las administraciones centrales sino también por los gobiernos locales, en un marco de consenso que configure nuevas áreas de solidaridad basadas en lo territorial, económico y cultural.

La exigencia de incorporar a la gestión pública una mayor reflexividad sobre la estructura productiva local y sus posibilidades de desarrollo sostenido y equi-

tativo, conjuntamente a la de asociar y comprometer a la comunidad con los objetivos de crecimiento, ha instalado fuertemente la **planificación y gestión estratégicas para el desarrollo urbano y territorial** como instrumento clave y tópico insoslayable de la nueva agenda municipal. Tal como lo recoge buena parte de la producción teórica sobre el tema, es vista como un modo de expansión de la tradicional esfera de actuación de los gobiernos municipales mediante el diseño e implementación de estrategias para asistir a la competitividad empresarial local. A modo de ejemplo, puede citarse lo siguiente: "[...] los conceptos de planificación y gestión estratégicas, de liderazgo político y cooperación público-privado y de reposicionamiento regional a partir de ventajas competitivas, se configuran en la alternativa necesaria para ser diseñadas e implementadas en términos locales, con las particularidades y desde la perspectiva de cada lugar. El enfoque desde lo local [...] posibilita vincular mejor: desarrollo competitivo como prioridad económica, desarrollo equitativo como premisa social y desarrollo sostenible como aspiración comunitaria" (O. Madoery, 1997:129-130).

Esta cuasi-funcionalidad del instrumento, cuanto de los gobiernos mismos, a las necesidades competitivas de la empresa asentada en su territorio solapa con la conceptualización del rol que parece asignársele al Estado "deseable" o "necesario" a principios de este nuevo siglo. Pensando "desde una perspectiva que busque no tanto *profundizar* el modelo sino superarlo, y no sólo tratar de hacer más transparente y prolija su gestión sino reconstruir capacidades estatales y hacer confluir equidad con eficiencia", surgiría la trinidad de roles "regulador" (centrado en la defensa del consumidor), "solidario" (dedicado a la defensa de los más débiles y de la integración social) y "estratégico": "para delinear un perfil productivo y de sociedad futura que maximice la demanda de empleo en cantidad y calidad" y "para mejorar la competitividad de carácter sistémico", entendiendo que "no son competitivas sólo las empresas sino que,

¹Por cierto, no se trata del único factor en juego. La posición competitiva de los agentes económicos y de los espacios territoriales en que se hallan localizados es fuertemente dependiente de otros elementos cuya existencia resulta igualmente crítica: (a) *el acceso a un mercado grande, integrado y rico*, así como la continua posibilidad de acceder a otros con las menores restricciones posibles; (b) *el diferencial entre los costes de producción en el lugar de producción y los precios en el mercado de destino* (entendiendo por "costes" no sólo los laborales sino, también, los del suelo, los impuestos, la reglamentación medioambiental). Sin embargo, este factor cuenta si se dan los dos precedentes: el beneficio potencial de menores costes de producción sólo puede realizarse si existe acceso a un mercado grande y rico, y se posee capacidad tecnológica (a la que de ningún modo sustituyen). Esta observación es crucial para los países en desarrollo porque descarta la posibilidad de competir basándose en sus bajos costes, si al mismo tiempo no son capaces de adaptar su sistema de producción a los requerimientos del nuevo paradigma tecnológico; (c) *la capacidad política de las instituciones nacionales y supranacionales para encauzar la estrategia de crecimiento de los países o las zonas bajo su jurisdicción*, incluida la creación de ventajas mundialmente competitivas para las firmas que sirven a los intereses de la población de sus territorios por generar puestos de trabajo y salarios. El gobierno gestiona el comercio, pero también respalda el

para ello, es necesario un entorno vinculado a infraestructuras, educación, calidad ambiental, y que esto sólo puede ser incorporado mediante el activismo estatal" (D. García Delgado, 1998:62-69).

Introducida de este modo, la asistencia a la competitividad empresarial como acción estratégica de los gobiernos locales implica correlativamente el compromiso de promover y facilitar el proceso de generación y difusión de **innovación tecnológica** al interior del tejido productivo y de sus insumos básicos de conocimiento científico y tecnológico, ya que la una no parece posible sin la otra. La exigencia de competitividad aparece, en efecto, cada vez más fuertemente ligada a la capacidad de innovación, en el marco de una *sociedad basada en el conocimiento* que se organiza en torno de la producción, distribución y uso de conocimiento e información y en la que la inversión en activos intangibles (I+D, patentes, licencias, entrenamiento y capacitación, información, etcétera) se hace más significativa y crece a ritmos más rápidos que la inversión física. Hace ya una década, por ejemplo, M. Porter (1991) remarcaba que la importancia dada a la ciencia y a la tecnología es valor constante en los países que han alcanzado una posición competitiva, conjugando política, tecnología e industria y otorgando énfasis especial a la tecnología que tiene importancia comercial (que no otra cosa es "la innovación") y a la investigación. Más recientemente, M. Castells ubica de modo similar a la *capacidad tecnológica* como primera entre los factores que, a su juicio, moldean la dinámica de la competencia en el sistema económico "informacional y global" gestado a partir de 1980. "Dentro de esta noción debe incluirse la base científica de la producción y el proceso de gestión, la importancia de la investigación y el desarrollo tecnológico, los recursos humanos necesarios para la innovación tecnológica, la utilización adecuada de las nuevas tecnologías y su grado de difusión en el conjunto de la red de interacción económica" (1997:130)¹.

II. La importancia del territorio en los procesos de generación y difusión de innovación tecnológica

El convencimiento de que los gobiernos locales están llamados a cumplir un papel decisivo en la materia deviene, en buena medida, de la comprobación de que el dinamismo mostrado por diferentes territorios y sistemas productivos en los países desarrollados y en algunos semi-industrializados a lo largo de las últimas dos décadas, se ha debido en buena medida a procesos de desarrollo autoimpulsados desde los mismos escenarios locales, basándose en el conjunto de dependencias existentes entre los diferentes actores en el territorio. Ello supone crear redes de cooperación e intercambio inter-empresarial e inter-institucional para fomentar la formación de un entorno apropiado que les permita beneficiarse de las externalidades positivas, facilitar el proceso de innovación tecnológica y, en definitiva, reestructurar el tejido productivo y empresarial local (E. Domínguez, op. Cit.).

De hecho, para Porter (op. Cit.), mejorar la industria es uno de los desafíos en que el rol de las administraciones regionales y locales es potencialmente mayor o, por lo menos, tan grande como el del Estado nacional, y ello va de la mano con el reconocimiento de que los sectores de la economía que consiguen éxito internacional casi siempre se concentran en una ciudad o región, y las bases de la ventaja son, por lo general, marcadamente locales. En su visión, la concentración geográfica es importante para la génesis de la ventaja competitiva y potencia las fuerzas que la mejoran y sustentan. Los debates sobre medidas políticas para fomentar la competitividad se preocupan excesivamente por el papel del gobierno nacional: tanta o más atención se debe prestar a los ámbitos regionales y locales, en áreas como educación universitaria, infraestructura, reglamentaciones locales, iniciativas locales de investigación e información. En consecuencia:

- la mejor política regional es la que identifica núcleos de fortaleza sectorial ya existentes² y los amplía

y refuerza para fomentar agrupamientos concentrados geográficamente; en consonancia, la mejor política del gobierno central es la que fomenta y apoya muchos proyectos locales más bien que unos pocos elegidos centralizadamente;

- alentar el desarrollo a *partir de agrupamientos* supone invertir para la creación de factores especializados que operen como elementos de atracción (universidades, institutos técnicos universitarios, centros de formación, bases de datos, infraestructura especializada o dotaciones de trabajadores cualificados, etcétera), mucho más eficaces que las tradicionales subvenciones utilizadas para inducir el establecimiento de empresas en una región determinada;

- a su vez, la medida en que estos factores mejoran en cantidad y calidad aumenta su atractividad al capital, ya que, para conseguir una alta productividad en el actual contexto, las empresas deben tener acceso a una dotación de recursos humanos avanzados y especializados, de conocimiento científico y tecnológico, de información económica, de infraestructura y de otros factores de producción en constante perfeccionamiento;

- no obstante la conveniencia de los agrupamientos existentes, la creación de factores ha sido también política activa para promover deliberadamente agrupamientos nuevos alrededor de una concentración de experiencia práctica especializada, proporcionando infraestructura y centros técnicos para atraer a diversas empresas cuya proximidad geográfica sirva de refuerzo autoinducido.

En sintonía con lo anterior, Castells rescata la decisiva importancia de lo que da en llamar "medio de innovación", al que considera un elemento clave para el modelo de localización propio de las industrias de la tecnología de la información que lideran la globalización. Por tal entiende "un conjunto específico de relaciones de producción y gestión, basado en una organización social que, en general, comparte una cultura industrial y unas metas instrumentales encaminadas a generar nuevo conocimiento, nuevos

procesos y nuevos productos" (M. Castells, 1997:423). Aunque en su visión el concepto de "medio" no incluye per se una dimensión espacial, sostiene que en el caso de estas industrias, y al menos en este siglo, la proximidad espacial es una condición material necesaria debido a la naturaleza interactiva del proceso de innovación. Lo que define la especificidad de un medio de innovación es su capacidad para generar sinergia, esto es: el valor añadido que no resulta del efecto acumulativo de los elementos presentes en él, sino de su interacción: "Sean cuales fueren las condiciones que determinaron ese agrupamiento, la lección clave que debe retenerse es que *la innovación tecnológica no es un acontecimiento aislado*. Refleja: (a) un estado determinado de conocimiento; (b) un entorno institucional e industrial particular; (c) una cierta disponibilidad de aptitudes para definir un problema técnico y resolverlo; (d) una mentalidad económica para hacer que esa aplicación sea rentable; y (e) una red de productores y usuarios que puedan comunicar sus experiencias de forma acumulativa, aprendiendo al utilizar y crear: las élites aprenden creando, con lo que modifican las aplicaciones de la tecnología, mientras que la mayoría de la gente aprende utilizando, con lo que permanece dentro de las limitaciones de los formatos de la tecnología" (M. Castells, 1997:63).

Uno de los casos más interesantes para analizar la incidencia de la base territorial y de las organizaciones locales sobre la dinámica del proceso innovativo es el de aquellos distritos industriales conformados por redes de empresas manufactureras caracterizadas por su compleja tecnología y extraordinaria adaptabilidad, cuya estrategia de producción se basa justamente en la innovación permanente, en la adaptación a los incesantes cambios en lugar del intento de controlarlos (M. Piore y Ch. Sabel, 1994). Esencialmente, la *especialización flexible* combina un equipo polivalente, trabajadores cualificados y creación, por medio de la política y mecanismos reguladores, de una comunidad industrial que sólo permite las clases

desarrollo tecnológico y la formación de los recursos humanos (bases fundamentales para que funcione la economía informacional), mediante subsidios, créditos blandos, etcétera (M. Castells, 1997:130-133).

²Las políticas gubernamentales estarán más cerca del éxito -dice Porter- si tratan de reforzar un agrupamiento sectorial ya establecido -o uno que está surgiendo- que si tratan de promover uno completamente nuevo, por tentador que pueda resultar para el prestigio nacional: obsesionarse por los *nuevos* sectores, además, oscurece el hecho de que los agrupamientos casi siempre son una combinación de sectores tradicionales y nuevos (incluso en sectores *maduros* se usan nuevas tecnologías: tal el caso del sector de procesado de alimentos, en el que tienen presencia determinante muchos nuevos campos conexos, desde la biotecnología hasta la instrumentación de procesos).

de competencia que favorecen la innovación. Podría decirse que funciona violando el supuesto clásico de que la economía está disociada de la sociedad: por el contrario, en este caso es difícil saber dónde termina la sociedad y dónde comienza la organización económica. De allí que, en tanto resurgimiento de la producción artesanal, plantea la ironía de que su dinamismo tecnológico depende de revitalizar afiliaciones relacionadas con el pasado pre-industrial. Tanto en su versión más antigua como en sus variadas formas actuales, esta estrategia de producción ilumina algunas cuestiones fundamentales para la conceptualización del papel que los gobiernos e instituciones comunitarias locales llegan a cumplir en este contexto.

III. Ayer y hoy de la especialización flexible

La especialización flexible equivale, como dijimos, a un resurgimiento de las formas artesanales que quedaron marginadas por la irrupción de la *producción en serie* y que caracterizaron a buena parte de los distritos industriales más famosos del siglo XIX, tanto en Europa como en EE.UU.. Estos distritos poseían tres características, mutuamente dependientes, fuente de un extraordinario dinamismo tecnológico que incluía, por igual, a grandes y pequeñas empresas:

- *relación con el mercado*: producían una amplia variedad de productos para mercados regionales sumamente diferenciados (nacionales o extranjeros) y los modificaban constantemente, como respuesta a los cambios de los gustos o con el fin de abrir nuevos mercados;
- *empleo flexible de una tecnología cada vez más productiva y de amplia aplicación* para poder pasar de manera rápida y barata de un producto a otro dentro de una familia de bienes y expandir constantemente la gama de materiales trabajados y de operaciones realizadas, con el fin de facilitar la transición de toda una familia de productos a otra;
- *y la creación de instituciones regionales que equilibraban la cooperación y la competencia entre*

las empresas, con el fin de fomentar la innovación permanente. Se necesitaba un entorno en el que las calificaciones y el equipo de capital pudieran combinarse constantemente para producir una variedad de bienes que pudiera modificarse rápidamente y para ello, como condición previa para lograrlo, se disuadía a las empresas de competir reduciendo los salarios y los precios, por oposición a competir innovando los productos y los procesos.

El marco institucional que hizo posible tal grado de flexibilidad variaba según las peculiaridades de cada industria, pero siempre con el objetivo de fomentar la innovación permanente por medio de la reorganización de los recursos. Uno de los modos institucionales predominantes fue el *municipalismo*, que predominó cuando las unidades productivas eran pequeñas y el capital necesario, modesto. Respondía a un tipo de producción territorialmente dispersa pero asentada en un centro urbano y coordinada por él. Los municipios jugaron un gran papel en la estabilización de la industria, ya que podían: a) proteger a las empresas de las perturbaciones del mercado; b) facilitar el acceso a las calificaciones y conocimientos de que carecieran; c) controlar la competencia; d) participar en las complejas relaciones entre todos los actores involucrados. Actualmente, esta forma institucional se refleja, de algún modo, en los *conglomerados regionales* (similares a los distritos que inspiraron el municipalismo) que también permiten apreciar la importancia de instituciones que faciliten la recombinación de las empresas productivas (cámaras de comercio, sindicatos, gremios y cooperativas para comprar materiales, comercializar los productos regionales, conseguir créditos favorables para sus miembros y suministrar productos semiacabados cuya fabricación permite obtener economías de escala), aunque ninguna institución aglutine formalmente a las unidades productivas como grupo. La cohesión de la industria se basa en un sentido más fundamental de comunidad, expresada en distintas formas de cooperación -entre ellas, la creación de

instituciones formadoras de recursos humanos útiles a toda la industria.

No menos interesantes resultan las otras formas institucionales:

(a) el *capitalismo de bienestar o paternalismo*, que ofreció muchas de las mismas instituciones que los pequeños productores ofertaban a través del gobierno municipal, con el objetivo de convertir la *ciudad-empresa* en una comunidad en la que se regeneraran y mejoraran continuamente las calificaciones artesanales, los conocimientos científicos y la imaginación artística. Su símil contemporánea son *las empresas "solares" y las fábricas-taller*, que tratan a los proveedores externos como colaboradores y no como subordinados: los subcontratistas conservan una gran autonomía y contribuyen fuertemente a resolver los problemas de diseño y producción. Aunque son suficientemente grandes y centrales en sus respectivas industrias como para suministrar internamente muchos de los servicios que, en un conglomerado regional hubieran sido suministrados por la comunidad, a menudo cooperan con instituciones comunitarias de investigación, enseñanza y asistencia social.

(b) el *familiarismo*, que utilizó empresarialmente las relaciones de parentesco. Surgió normalmente en casos intermedios, en los que la producción no estaba tan concentrada como en el caso del *paternalismo*, ni tan dispersa como en el *municipalismo*. La producción exigía una alianza, vaga pero fiable, entre las pequeñas y medianas empresas que se especializaban en la producción de piezas: esta lealtad común a la familia, dejaba libres a las empresas para hacer los reajustes que dictaban los cambios de la moda, al tiempo que las protegía de las fluctuaciones extremas de la demanda de determinados procesos y daba la necesaria confianza para mantener un sistema de reservas financieras, comercialización y compra comunes. Actualmente, podrían asociarse con las *empresas federadas* que expresan también una asociación desde el punto de vista económico (pues entrelazan acuerdos de personal y financieros)

y social (ya que depende de la familia, ahora entendida como principio organizativo más que como entidad biológica).

En su variedad de formas organizativas, la especialización flexible permite apreciar hasta qué punto la innovación es sensible al marco institucional, ya que su micro regulación depende precisamente de hallar respuestas institucionales compatibles a los problemas de fomentarla y coordinarla: el tipo incorrecto de competencia socava la coordinación necesaria; la coordinación mal encaminada, socava la competencia. El problema consiste, en suma, en un doble dilema que tiene una única solución: la primera parte es la conciliación de la competencia y la cooperación; la segunda, es la regeneración de los recursos que necesita la colectividad, pero que no son producidos por las unidades de que está compuesta. La solución común es la fusión de la actividad productiva, en el sentido estricto, y la vida de la comunidad, entendida en un sentido más amplio.

Un aspecto especialmente importante es la *prohibición del tipo de competencia que aleja de la innovación permanente*. Todas las formas organizativas actuales, cuando exitosas, limitan la competencia que sólo reduce los costos de los factores (especialmente, la competencia por salarios y condiciones de trabajo). Los límites de la empresa para explotar el trabajo son importantes también para mantener la cohesión organizativa que exige la flexibilidad: si no se impidiera que los costes del reajuste recaigan en los grupos más débiles (los trabajadores de nivel más bajo), el sentido de comunidad de trabajadores y patronos se vería amenazado y sería improbable la colaboración vital entre los diferentes niveles de cada jerarquía. Por lo tanto, los mecanismos para garantizar el empleo y crear confianza pueden ser tan importantes para fomentar la innovación como los sistemas salariales. Por cierto, algunos tipos de seguridad de empleo tienden a fomentar la innovación de los procesos más que otros: las garantías del empleo y el reparto del trabajo aplicados con carácter univer-

sal, junto con las clasificaciones amplias de los puestos de trabajo, favorecen la introducción de nuevas técnicas (caso contrario sucede cuando los puestos de trabajo tienen una clasificación estricta).

La experiencia de estos distritos industriales de extraordinario dinamismo arroja, pues, algunas enseñanzas muy importantes que cabe aquí resumir:

- que la innovación no interesa como evento ocasional y aislado protagonizado por algunos pocos iluminados sino como *cultura de la innovación*, extendida y compartida por la comunidad de que se trate;
- que el dinamismo tecnológico del cual depende y al que expresa, requiere de una regulación microeconómica que no deja librada al juego del mercado la asignación y generación de ciertos recursos que le son esenciales;
- relacionado con lo anterior, que el papel de las políticas consiste en armonizar el delicado equilibrio entre competencia y cooperación;
- finalmente, que las instituciones comunitarias y los gobiernos locales tienen en este sentido un destacado papel por cumplir.

IV. La racionalidad básica del ambiente innovador

Este reconocimiento de que los *microclimas* locales con espíritu emprendedor juegan un papel esencial en la producción de innovaciones ha estimulado, por lo pronto, una cantidad de medidas para regionalizar la investigación y desarrollo tecnológicos: de hecho, en algunos casos, la regionalización se ha convertido en pieza fundamental de las políticas nacionales de innovación e I+D. La OCDE (1992b) coincidía, ya hace casi una década, en la importancia de crear laboratorios de investigación tecnológica, centros de transferencia de tecnología, de asistencia técnica y comercial, centros de información y bases de datos, fondos de capital de riesgo, parques científicos y tecnópolis e infraestructura especializada (o, más modestamente, "incubadoras" en las que los empresarios son provistos de espacio y cierto número

de facilidades comunes para ayudarlos en sus inicios). Las medidas implementadas en algunos Estados miembro de U.E. han ido más allá: no sólo crean centros, redes y parques o campus tecnológicos sino que llegan a la promoción y financiamiento de la investigación, en algunos casos con importantes contribuciones porcentuales respecto de los esfuerzos nacionales en la materia.

Similarmente, acciones pro-innovación han sido encaradas en el nivel estrictamente local. Según la Asociación Mundial de las Grandes Metrópolis (1993), la estimulación de la economía constituye la prioridad más importante y el mayor reto que un gobierno central, regional, metropolitano o local enfrenta en el contexto actual y mediato: se trata de promover el crecimiento y crear empleos en un nuevo escenario. Los países y metrópolis que tienen éxito son los que crean ventajas competitivas por sus estrategias, efectuando innovaciones en los métodos de producción, utilizando nuevos datos e invirtiendo en nuevas tecnologías. Consecuentemente, las ciudades comienzan a considerar conveniente contar con sus propios incentivos de desarrollo. En el año 1992, por ejemplo, se censaron seis mil agencias de captación de empresas y de promoción funcionando a través del mundo: piden a los que ejercen el poder de decisión que instalen las unidades de producción o sedes sociales en su territorio y ofrecen numerosos servicios a través de sus *delegados industriales municipales*, especializados en sectores de desarrollo considerados estratégicos. Los delegados auxilian a las empresas a ponerse en marcha, a relocalizarse en los parques industriales o bien a modernizarse; verifican la admisibilidad de las empresas en los numerosos programas vigentes de ayuda financiera y les asisten en sus trámites. Las municipalidades ofrecen servicios sobre programas de apoyo (incluso financiero); la implantación y desarrollo de empresas; los reglamentos y permisos que rigen las actividades económicas; el apoyo a la modernización de los medios de producción y capacitación de la mano de obra especializa-

da; la asistencia para la localización y compra de terrenos y edificios industriales, así como la venta y alquiler de parques y edificios industriales. Estas acciones, lógicamente, se inscriben en estrategias metropolitanas que procuran modernizar la estructura económica, pasando de los sectores industriales a los sectores de alto valor agregado, basado en las industrias más avanzadas fundadas en nuevas tecnologías. Entre las acciones principales llevadas a cabo por la mayoría de las metrópolis censadas, *existe una política de innovación y transferencia de tecnología*.

No es de extrañar, en este contexto, que en nuestro medio comience a señalarse la urgencia de que las agendas de los gobiernos locales incluyan, junto a la planificación estratégica para el desarrollo, tópicos específicos -del tipo "modernización tecnológica", "desarrollo científico y tecnológico" - para promover el proceso de innovación en las empresas localizadas en sus territorios. Conscientes de las limitadas capacidades existentes en este nivel de la administración pública, además se recomienda la instalación de una agenda paralela de modernización de la gestión municipal: particularmente, se apunta a una radical transformación de las competencias directivas tradicionales en "competencias gerenciales", una de la cuales sería la de "gestionar la frontera tecnológica" (G. Schweinheim, 1998). Sin embargo, la complejidad del proceso de generación y difusión de innovación tecnológica parece requerir, más bien que el tratamiento de tópicos puntuales, la implementación sostenida en el tiempo de un conjunto de acciones ordenadas y coherentes según la racionalidad propia del proceso que se desea estimular.

Ante todo, debe comprenderse que si la competitividad es resultante de la interacción de factores diversos, lo mismo vale para la propia tríada "ciencia, tecnología e innovación" respecto de otras cuestiones, ya que no opera en el vacío: por el contrario, la generación y difusión de la innovación es un proceso social e interactivamente construido, resultante de un denso entramado de interrelaciones que requiere considerar elementos y acciones aparentemente

lejanos de la ciencia y la tecnología. De allí que su análisis haya requerido apelar a categorías y variables cada vez más amplias, como la actualmente predominante de **sistema de innovación** -en su origen referida a los espacios nacionales pero que comienza ya a estimular la idea de réplicas *locales o regionales*.

Obvio resulta entonces que la creación de infraestructura, con su importancia, aún no es todo lo necesario para la innovación. Es la suma total de firmas en una industria, la estructura de actividades económicas y sociales en una región o aun en una sociedad como un todo, lo que contribuye a la consolidación y funcionamiento de tales sistemas: la calidad del sistema educativo; el marco regulatorio, legislativo y fiscal; el entorno competitivo y los socios de las firmas; la legislación sobre patentes y propiedad intelectual; la infraestructura pública para investigación y servicios de apoyo a la innovación, todos son ejemplos de factores que pueden impedirla o promoverla. Adicionalmente, puertas adentro de la empresa se verifica que los insumos tradicionalmente considerados más directos -investigación, desarrollo y uso de nuevas tecnologías- son elementos claves de la innovación, pero ya no los únicos: para incorporarlos, la firma debe realizar también un esfuerzo organizacional que adapte sus métodos de producción, gestión y distribución, y para ello debe capacitar de manera continua a sus recursos humanos; aún más, como otro factor decisivo, debe involucrarlos en los cambios tecnológicos, en medida creciente y desde el mismo inicio.

V. La noción de sistemas locales de innovación

En nuestro país, la noción de Sistema Nacional de Innovación quedó oficialmente incorporada a partir de la formulación de los Planes Nacionales Plurianuales de Ciencia y Tecnología, elaborados por el Gabinete Científico Tecnológico (GACTEC) a partir de 1997; en su última versión (para el bienio 2000-2002), el desarrollo y fortalecimiento del Sistema Nacional

de Ciencia, Tecnología e Innovación es ratificado como "objetivo central" del Plan. Entre sus objetivos particulares se cita el de "fomentar las interacciones y sinergías positivas entre las instituciones de Ciencia y Tecnología, las universidades y las empresas e instituciones innovadoras proveedoras de bienes y servicios que participan en los sistemas locales, regionales y nacionales de innovación".

Resulta interesante la justificación dada a la incorporación de la dimensión local de la innovación: "En Argentina, como en la mayor parte de los países en desarrollo, no solamente son relativamente escasos los recursos asignados a investigación y desarrollo (I+D) e innovación (principalmente, por parte del sector privado) sino que, además, buena parte de las firmas innovadoras interactúan mucho más con proveedores tecnológicos del exterior que con firmas o instituciones locales. Ello se ha acentuado en el contexto actual de fuerte crecimiento de la inversión extranjera directa (IED) y de apertura al comercio internacional; además, como en general los costos de transmisión de la información y de transporte se reducen cada vez más, los flujos externos de conocimientos tecnológicos adquieren creciente relevancia.

Aunque la importación de tecnología intangible y la IED contribuyen a la modernización del aparato productivo local y facilitan la vinculación de los agentes productivos al proceso de globalización, de por sí no alcanzan para dinamizar el proceso innovativo en el país. La actividad innovativa tiene un fuerte contenido idiosincrásico y está muy condicionada por factores locales como la disponibilidad de recursos humanos calificados e instituciones científicas y tecnológicas, las relaciones entre firmas, el acceso al financiamiento y a los mercados, etcétera. Los procesos de difusión y generación de conocimientos y de innovaciones no sólo son interactivos sino que están también localizados en territorios y "ambientes" definidos donde pesan tanto la geografía como la historia previa. En este sentido puede decirse que el desarrollo de capacidades tecnológicas endógenas

en el ámbito nacional y local son imprescindibles, como mínimo, para poder absorber en forma eficiente lo que viene de afuera y, obviamente, para poder adaptar, modificar y generar nuevos conocimientos.

En la medida que buena parte del esfuerzo innovativo y las interacciones que lo incentivan se localizan en determinados espacios geográficos, el SNI se basa y se nutre de los denominados Sistemas Locales de Innovación, cuya dinámica y potencialidad está cada vez más reconocida por los actores políticos y sociales. El conocimiento tecnológico depende fuertemente de las capacidades acumuladas en el nivel local porque las firmas no innovan aisladamente, sino que establecen distintas clases de relaciones con otros agentes -competidores, proveedores, firmas de consultoría, cámaras empresariales, institutos científicos y tecnológicos, universidades, etcétera- y es a través de ese aprendizaje interactivo que las innovaciones se gestan y difunden. Esto parece haberse reforzado contemporáneamente, ya que a medida que se torna más decisivo el acceso a los nuevos saberes y a componentes tecnológicos claves, las firmas tienden a buscar activos complementarios y a compartir los riesgos y costos asociados con los procesos de innovación. Esos vínculos no se dan exclusivamente a nivel territorial, pero las redes locales -formales o informales- en que participan las firmas condicionan crecientemente su desempeño competitivo e innovativo.

Aunque la globalización afecta el funcionamiento de los sistemas locales, no elimina la relevancia de los contextos sociales e institucionales particulares en cuanto al tipo de capacidades subyacentes y las actividades que pueden prosperar y la forma en que se implementan. Como el proceso colectivo de aprendizaje involucra un cuadro institucional específico, diferentes contextos locales y estructuras institucionales tendrán procesos y desempeños innovativos cualitativamente diversos. El funcionamiento positivo del espacio local puede dar lugar a procesos de eficiencia colectiva que suministren a las capacida-

des faltantes a los agentes individuales, potencien los procesos de aprendizaje y favorezcan el desarrollo de estrategias innovadoras. Además los sistemas locales dotados de mayor flexibilidad adaptativa, es decir con mejores y más rápidas respuestas ante cambios en la demanda y en las condiciones de mercado, tendrán mayores posibilidades de aprovechar las oportunidades que se derivan del proceso de globalización y minimizar los riesgos implícitos en el mismo" (GACTEC, 1999:19-20).

Las dificultades para avanzar hacia la articulación y consolidación de sistemas locales de innovación no son pocas por cierto, más aún en países en desarrollo donde no suelen verificarse ciertos requisitos que el concepto de sistema "nacional" presume existentes: por ejemplo, la presencia de todos los actores críticos al sistema o el desarrollo de hábitos y prácticas conducentes a la innovación por parte de las firmas o de los otros actores con quienes debería tener lugar el aprendizaje interactivo. A pesar de estas limitaciones, el enfoque tiene el potencial de convertirse en una herramienta poderosa para el diseño de políticas locales: provee un modo nuevo de organizar el conocimiento como insumo del diseño de políticas, un medio para analizar las estructuras y políticas necesarias para la innovación y un marco para situar lo local en el contexto de procesos dinámicos de cambio en el nivel global.

Por cierto, y aunque redundante siempre es bueno recordarlo en nuestro medio, este enfoque también alerta sobre la necesidad de una coherencia política. La política de innovación no puede tratarse en forma aislada de otras políticas que afectan la presencia de actores críticos, sus hábitos y prácticas, su base de conocimiento y la naturaleza e intensidad de sus interacciones; en este sentido, una de las fortalezas de la perspectiva sistémica es, justamente, su utilidad para identificar la interrelación de políticas diversas con injerencia en el campo.

Dada la insistencia sobre el carácter idiosincrásico de los procesos de innovación, sumada a la reconoci-

da diversidad de realidades locales y regionales, no anima al presente trabajo la idea de prescribir acciones apropiadas a modo de receta. Por otra parte, cada una de las medidas posibles de ser adaptadas e implementadas exige una profundización que escapa a nuestro cometido inicial. Sin embargo, a título ilustrativo, señalamos cuatro grandes grupos de acciones: extrapolando la terminología de A. Vázquez Barquero (1996), orientadas al *orgware* (facilitar la sinergia del ambiente innovador), al *software* (alentar la capacidad emprendedora), al *hardware* (dotar de infraestructura tecnológica) y al *humanware* (formar los recursos humanos para la innovación).

Cuatro orientaciones para la política local pro-innovación

Orientación	Meta	Tipo de acción
<i>Orgware</i>	Sinergia del ambiente innovador	<ul style="list-style-type: none"> • Promover el asociacionismo • Formar redes
<i>Software</i>	Capacidad emprendedora	<ul style="list-style-type: none"> • Adaptar el papel y modalidades de la acción pública con miras a la innovación • Inducir y promover mejor direccionamiento de la investigación hacia la innovación en los ámbitos regional y local • Mejorar las condiciones para el financiamiento de la innovación • Reforzar un entorno legal y regulatorio favorable a la innovación
<i>Hardware</i>	Infraestructura tecnológica	<ul style="list-style-type: none"> • Proporcionar infraestructura tecnológica, primero de tipo "básica o sectorial" y luego, "avanzada". • Construir un "mercado" para la I. Tecnológica.
<i>Humanware</i>	RR. HH.	<ul style="list-style-type: none"> • Alentar la incorporación de una cultura de la innovación; el desarrollo de la capacitación formal e informal y de la capacitación en las empresas, especialmente en las PyMES; el reconocimiento de habilidades adquiridas "en el trabajo"; los vínculos más estrechos entre las instituciones de educación y las empresas.

Bibliografía

- Asociación Mundial de las Grandes Metrópolis: *Grupos de Trabajo, Resúmenes, Metrópolis 93*. Montreal, 1993.
- Castells, Manuel: *La era de la Información: Economía, Sociedad y Cultura*. Vol. I: *La sociedad red*. Alianza Editorial S.A., Madrid, 1997.
- Delgado, Arnoldo Oscar: *Planificación y gestión estratégicas para el desarrollo local. Algunas reflexiones sobre las condiciones de posibilidad en el contexto del Estado post-reforma*. Premio Anual de Investigación y Teoría, Categoría Ensayos Teóricos, Colegio de Arquitectos de la Provincia de Buenos Aires, La Plata, 2000 (en prensa).
- Domínguez, Elida: *Introducción al concepto de Desarrollo Económico Local*. En: *Primer Congreso Anual de Municipios*, Fundación de Estudios Municipales (FEMS). Ed. Corregidor, Buenos Aires, 1998.
- García Delgado, Daniel: *Nuevos escenarios locales. El cambio del modelo de gestión*. Introducción. En: García Delgado, Daniel (comp.): *Hacia un nuevo modelo de gestión local. Municipio y Sociedad Civil en Argentina*. Oficina de Publicaciones del CBC, UBA, noviembre de 1997.
- *Estado-Nación y globalización. Fortalezas y debilidades en el umbral del tercer milenio*. Editorial Ariel, Buenos Aires, 1998.
- Madoery, Oscar: *Capacidades territoriales para el desarrollo*. Fundación Instituto de Desarrollo Regional de Rosario, Rosario, Santa Fe, 1998.
- Mytelka, Lynn K.: *Local Systems of innovation in a globalized world economy*. Documento presentado al seminario *Políticas para fortalecer el Sistema Nacional de Ciencia, Tecnología e Innovación: La experiencia internacional y el camino emprendido por la Argentina*. Secretaría de Ciencia y Tecnología, Buenos Aires, 6 y 7 de setiembre de 1999.
- OCDE, *Technology and Economy: The key relationships*. París, 1992a.
- *Science and Technology Policy: Review and outlook 1991*. París, 1992b.
- Piore, Michael y Sabel, Charles: *La segunda ruptura industrial*. Alianza Estudio, Alianza Editorial, Madrid, 1994.
- Poder Ejecutivo Nacional, Gabinete Científico Tecnológico (GACTEC): *Plan Nacional Plurianual de Ciencia y Tecnología 2000-2002*. Buenos Aires, noviembre de 1999.
- Porter, Michael: *La ventaja competitiva de las naciones*. J. Vergara Editor S.A., Buenos Aires, 1991.
- Schweinheim, Guillermo: *Competitividad, agendas locales, gestión Municipal y competencias gerenciales*

públicas en contextos de modernización. En: *Políticas públicas y desarrollo local*. Fundación Instituto de Desarrollo Regional de Rosario, Rosario, Santa Fe, 1998.

- Vázquez Barquero, Antonio: *Modelo de análisis y gestión estratégica*. Documento presentado al *Seminario Internacional de Gobierno: Planificación estratégica urbana y territorial*. Provincia de Buenos Aires, Ministerio de Gobierno y Justicia, Subsecretaría de Asuntos Municipales e Institucionales. La Plata, septiembre de 1996.

La investigación "La cultura audiovisual en el nuevo escenario mediático argentino. Análisis del discurso estético en la crítica cinematográfica (1996-1997). Categorías, estructura y tipología" se centró en el estudio de las críticas cinematográficas referidas a películas argentinas estrenadas en el período, exhibidas en salas comerciales y publicadas en medios específicos (*El Amante, La Maga*) y en medios no específicos (*La Nación, Clarín, Página 12*)¹. Esta línea de investigación continúa en la actualidad en el marco del proyecto "Cine argentino 1996-1999: un estudio intertextual". El recorte temporal obedece a que a partir de ese momento comienza a producirse una situación inédita en el cine local: notable incremento en el número de estrenos, alta concurrencia del público a las salas² y desembarco de los multimedios en la producción. Al mismo tiempo, el cine en general comenzaba a sufrir una mutación que se refleja en la crisis de la narratividad, en la explosión de la imagen digital y en la dilución de las fronteras entre documental y ficción³.

En este caso, como en cualquier estudio a este respecto y tal como señala Pierre Sorlin, debe tenerse en cuenta una definición correcta, y desde el inicio, del contexto en el que se trabajará. Y este contexto incluye tres aspectos: la *producción* (en la más extensa acepción del término, en el más global de los sentidos), la *competencia* (en la Francia de Sorlin y en nuestro país, la del cine de los EE.UU.) y el *público*⁴. Estamos entonces implicando el papel preponderante de la crítica. Sabido es que los films, si los consideramos como textos, nunca pueden decir toda su verdad. Traspolando la afirmación de Tzvetan Todorov acerca de la literatura, la crítica es el doble necesario del cine y el comportamiento interpretativo es más común que la propia crítica⁵. Por lo tanto, el interés de esta actividad consiste en "profesionalizar" este comportamiento. Y profesionalizar puede ser considerado como sinónimo de "convertirla en una ciencia"⁶. Esto es posible si consideramos que la ciencia no tiene un objeto fijo, que cualquier problema

Hacia una tipología del discurso crítico cinematográfico

puede ser abordado científicamente con tal que involucre conocimiento. Lo que define a la ciencia no es una esfera de objetos sino un método. En este sentido, establecer una tipología de la crítica en un período dado resulta útil como punto de partida a los efectos de establecer un orden allí donde no parece haber otra cosa que azar e intuición.

La metodología de análisis giró en torno a cinco ejes que funcionaron como distintos modos de abordaje al discurso crítico siendo, a la vez, interrelacionables.

1) Tipos de crítica vigentes

a- descriptiva: destina generalmente, de su extensión total, un espacio importante al desarrollo del argumento del film y/o a las características y situaciones por las que atraviesan los personajes. Prioriza en el análisis los detalles de la historia, la anécdota, y posterga referencias a la construcción y funcionamiento del film.

b- normativa: subyace a este tipo de crítica el "deber ser" de la obra cinematográfica. Explícita o implícitamente se juzga la obra de acuerdo al grado de correspondencia entre el film analizado y el cuerpo de reglas que cualquier film debe respetar en su realización "Disimular es siempre malo: casi inevitable en la propaganda y letal en una película"⁷, "El buen

Por Carlos Vallina, Mariel Ciafardo y Ricardo Moretti

Notas

¹En el año 1996 se estrenaron 35 películas y 28 en 1997. De la totalidad de las críticas se seleccionaron aquellas cuyos autores hubieran publicado con regularidad y se descartaron las ocasionales.

²En 1996 había 499 salas abiertas, un 16,9 % más que el año anterior. En 1997 eran 589 y en 1998 llegaban a 830, para terminar el año 1999 con 920 en todo el país. En cuanto a cantidad de espectadores para el cine nacional la progresión fue la siguiente: en 1996, 1.653.460; en 1997, 5.229.674; en 1998, 4.179.479 y en 1999 la cantidad de 5.501.795 de localidades vendidas.

³El Dr. Eduardo A. Russo, integrante de este equipo ha planteado en su artículo "Formas de la crisálida" (*El Amante*, Nro.59, Enero 1997, p.17) que había ya en ese momento "un reacomodamiento permanente de la relación entre ficción(es) y realidad(es)". También que había "una revolución silenciosa en la

condición misma de la imagen, que de cinematográfica pasa a digital", para referirse, por último, a la puesta en crisis de la función narrativa del medio, "algo que hace a la definición misma del cine durante su primer siglo de vida". Posteriormente, el mismo Russo expone en las 2das. Jornadas de Historia, Teoría y Estética cinematográfica (UBA-October 1998) su trabajo "Proposiciones estéticas ante un cine en mutación" donde sostiene que "algunos datos para tomar en cuenta en esta metamorfosis son: el paso del registro de imagen y sonido a partir de fenómenos perceptivos en el mundo real, a la simulación virtual de esos fenómenos; relativización de la cámara tomavistas, colocándola en un lugar contingente ante el avance de la CGI (*Computer Generated Imagery*); pérdida de la indicialidad que opera como arjé de la imagen fotográfica; desplazamiento del efecto de real y de la impresión de realidad fundantes de la recepción cinematográfica y replanteo de las bases mismas de la cuestión de la iconicidad, al producirse una suerte de *hiperrealismo artificial* en las imágenes."

⁴Dice Pierre Sorlin (1996, p. 19): "El contexto es como un campo magnético en el que interactúan distintas corrientes opuestas o consonantes: la resultante de estas fuerzas entretreídas es un movimiento constante, y uno de los deberes de los historiadores consiste en definir la cambiante configuración del contexto."

⁵En *Crítica de la crítica*, pág. 9.

⁶Ibid, citando a Northrop Frye, pág. 87.

⁷Gustavo Noriega: sobre el film *Historias clandestinas en La*

cine es el que lograría simultáneamente no manipular sus imágenes y tampoco registrarlas pasivamente"⁸, "A toda obra de arte le hace falta un enigma que no lo pueda resolver ella misma"⁹.

c- valorativa: el análisis se realiza en función de la obra en sí misma, orientada a evaluar sus distintos aspectos (calidad de la tarea del director, de las actuaciones, del guión, etc.). Abunda en calificaciones del tipo: "Las imágenes y los personajes son horribles"¹⁰, "El doblaje es vergonzoso"¹¹, "El guión es de una riqueza infrecuente"¹², "Al corazón se escucha a la perfección debido a un trabajo impresionante con el sonido"¹³.

d- Impresionista: se refiere al tipo de discurso centrado en la figura del crítico con un privilegio de la escritura en 1ra persona del singular: "Dejo para el final lo que para mí es el peor momento de la película"¹⁴, "Todavía no entiendo a este personaje"¹⁵.

Como se advierte en algunas de las citas, estos tipos no siempre se presentan "puros"; admiten combinaciones de modo que es posible que una crítica reúna características del tipo normativa-valorativa o descriptiva-impresionista, aunque parece menos probable una combinación del tipo normativa-impresionista cuyos fundamentos se oponen esencialmente.

2) *Autoconstrucciones de la figura de crítico*

a- irónico: el crítico irónico es aquel que apela a comentarios teñidos de doble sentido. Detrás de sus afirmaciones subyace la burla disimulada o la intención ridiculizadora. Expresiones como "La película es un cambalache sin Discépolo"¹⁶ o "El film es una nueva versión -en los años 90- de las aventuras de Tiburón, Delfín y Mojarrita"¹⁷ ejemplifican este estilo en el que el crítico se permite la licencia de "bromear" apelando a la complicidad del lector.

b- malevolente: este tipo de crítico usa el film como pretexto para realizar comentarios extrafílmicos, los que no colaboran en enriquecer la comprensión del

film. Arremete contra él desde apreciaciones personales, con un afán destructor, no siempre justificadas desde argumentaciones crítico-analíticas. Se asemeja al estilo irónico en tanto emplea giros burlones, pero se distingue en que aquí estos se tornan mordaces y sarcásticos. Asimismo, la broma cede paso a la agresividad: "Cuando se imita a la industria, se elige el camino más cómodo y torpe. Uno de los realizadores argentinos que con más tenacidad y patetismo se aferra a esa idea del cine es Marcelo Piñeyro. Sus dos primeras películas mostraron a un simple director publicitario desesperado por convocar a las masas. Pocos tan condescendientes y efectistas con el público como él. Cenizas del paraíso es un intento por subir de categoría. Por creerse un director de cine 'maduro' (como Piñeyro resaltó en algún reportaje). La realidad es un poco más dura. Este es su peor film (si esto es posible en una filmografía breve pero lamentable). En la propia ambición de Piñeyro está el ruido (ensordecidor) de su caída"¹⁸.

c- consejero: el crítico asume, explícitamente, el rol de intermediario entre la obra y el público. Desde el lugar de "concedor" asesora al lector sobre la conveniencia o no de asistir al cine: "No vaya", "Vale la pena verla", "Nadie la vio y está bien que haya sido así"¹⁹, "No puede perdersela". En tanto que garante, su función es promover / despromover el film.

d- erudito: el erudito es el crítico que intenta fundamentar su análisis, eliminando vestigios de "subjetividad". Con estilo académico justifica su posición recurriendo, por ejemplo, a la comparación con otros films del mismo director o del mismo género, con otros modelos culturales (la novela de la que surge o la obra de teatro) o con otras artes. Su función es argumentativa. "Uno de los propósitos de las películas con corresponsales de guerra como protagonistas es que sus responsables crean en la historia que están contando. Ejemplos disímiles entre sí como El ocaso de un pueblo (Volker Schlöndorff), Bajo fuego (Roger Spottiswoode) y El año que vivimos en peligro (Peter Weir) sirven para plantear una serie de

interrogantes. ¿Cuál es la mirada de los corresponsales de guerra sobre un conflicto ajeno? ¿De qué manera puede expresarse en una película? ¿Hasta dónde puede destacarse una historia de amor por encima del contexto? Los tres casos citados -cada uno de ellos con distintos tratamientos sobre el tema- eligieron los caminos que más les convenían: una mirada de izquierda (El ocaso de un pueblo), una relectura sobre el género de aventuras (Bajo fuego) y una excusa argumental para mostrar el enfrentamiento de culturas (El año que vivimos en peligro). El problema más grave de Territorio comanche es que no elige ninguno de esos caminos ni otro posible".²⁰

3) Categoría de valor²¹

a- morfológica: análisis crítico que basa su desarrollo en abordaje de los aspectos formales del film. El juicio formal puede admitir un valor positivo al que se denomina "conforme", es decir, armonioso, proporcionado, equilibrado en sus partes constitutivas, o un valor negativo o "deforme", esto es, desproporcionado, irregular, informe, por exceso o por defecto. Por ejemplo: "En Rapado, todo (las reacciones de los personajes, las pausas y tonos de los diálogos, la duración y tamaño de los planos, los lugares y modos de corte) es fruto de la deliberación, nada está librado al azar. De allí la infrecuente sensación de homogeneidad que transmite la película"²², "El problema de este film es la forma de exponer el material (...) Por ejemplo, ciertos paralelos desde la voz en off suman más información que las mismas imágenes"²³.

b- ética: señala los aspectos del film vinculados a los valores y conductas morales, espirituales e ideológicos. Los valores positivos y negativos del juicio ético se corresponden con lo "bueno" y lo "malo" respectivamente y pueden ejemplificarse con las siguientes citas: "Cuando Florencia decide suicidarse, después de algunos intentos fallidos, no encuentra mejor idea que dirigirse a él para recordarle su pasa-

do de represor. Tocar semejante tema como si fuera uno más y expresarlo de manera tan obscena y perversa es pura responsabilidad del director y de los guionistas"²⁴; "La idea de que no hay diferencias esenciales entre uno y otro género -idea que el film demuestra- está ligada a cierta concepción de la honestidad del trabajo cinematográfico"²⁵.

c- estética: la categoría estética permite realizar un acercamiento al film por medio del gusto, señalando sus aspectos "bellos" -valor positivo- y "feos" -valor negativo-: "Estos bellos fragmentos son los que justifican ese particular y tan arriesgado plano final de la película"²⁶; "²⁷Hay algo horrible en esta película que se supone que toma temas de todos los días".

d- tímica: las críticas que centran el análisis en la categoría tímica son aquellas que privilegian las pasiones, el efecto emocional del film, de tal modo que gana importancia el momento de la recepción. El valor positivo del juicio sobre la pasión se liga al estado "eufórico" (sensación de bienestar, satisfacción, placer) y el negativo al "disfórico" (sensación de desaliento, malestar, extenuación, aburrimiento). Ejemplos de este modo de abordaje son las siguientes afirmaciones: "Como si los realizadores no se hubieran dado cuenta del horror en el que sumergen a los espectadores"²⁸; "La escena de la playa es uno de los momentos más intensos y emocionantes de la película"²⁹.

4) Niveles de análisis:

a- formal: análisis que se ocupa fundamentalmente de los componentes visuales y sonoros propios del lenguaje cinematográfico: campo, planos, angulaciones, iluminación, movimientos de cámara, montaje, voces, ruidos, música, etc. Este nivel, como es obvio, está ligado a la categoría de valor morfológica, aunque no necesariamente un análisis formal presenta evaluaciones sobre el carácter conforme o deforme del film. "Incalcaterra huye del reportaje pe-

Habana, en *El Amante* Nro 63, abril 1997, p. 9.

⁸Quintín: "Los malvados duermen bien", sobre el film *Tierra de Avellaneda*, en *El Amante* Nro 56, octubre 1996, p. 16.

⁹Sergio Eisen y Silvia Schwarzböck: "El fin de la aventura", sobre el film *Martin (Hache)*, en *El Amante* Nro 54, junio 1997, p. 25.

¹⁰Gustavo Castagna: sobre el film *Unicornio*, el jardín de las frutas, en *El Amante* Nro 58, septiembre 1996, p. 8.

¹¹Ibid.

¹²Quintín: "Femenino-masculino", sobre el film *Eva Perón*, en *El Amante* Nro 56, octubre 1996, p. 2.

¹³Gustavo Castagna: "Más cortes que quebradas", sobre el film *Al corazón*, en *El Amante* Nro 52, junio 1996, p. 5.

¹⁴Quintín: "De eso se puede hablar", sobre el film *Di mi barrio con amor*, en *El Amante* Nro 52, junio 1996, p. 6.

¹⁵Gustavo Castagna: sobre el film *La revelación*, en *El Amante* Nro 54, agosto 1996, p. 13.

¹⁶Gustavo Castagna: sobre el film *El día que Maradona conoció a Gardel*, en *El Amante* Nro 56, octubre 1996, p. 19.

¹⁷Gustavo Castagna: sobre el film *El Che*, en *El Amante* Nro 63, mayo 1997, p. 10.

¹⁸Guido Gabucci: "Yo, el peor de todos", sobre el film *Cenizas del paraíso*, en *La vereda de enfrente* Nro 10, agosto 1997, p. 25.

¹⁹Gustavo Castagna: sobre el film *El secuestro*, en *El Amante* Nro 63, mayo 1997, p. 8.

²⁰Gustavo Castagna: sobre el film *Territorio comanche*, en *El Amante* Nro 64, junio 1997, p. 16.

²¹Esta categorización está basada en el esquema propuesto por Oscar Calabrese en *La era neobarroca*

para el análisis de los fenómenos culturales de nuestro tiempo, pp. 38-43. El autor señala que las épocas más estables relacionan lo conforme con lo bello, lo bueno y lo eufórico, mientras que lo disforme se asocia a lo feo, lo malo y los disfóricos. Sin embargo, las épocas más inestables, como la actual por ejemplo, admiten otras relaciones. Algo disforme puede ser considerado bello, etc.

²²Horacio Bernades: "Cine mudo", sobre el film *Rapado*, en *El Amante* Nro 53, julio 1996, p. 13.

²³Gustavo Castagna: sobre el film *Hundan al Belgrano*, en *El Amante* Nro 51, mayo 1996, p. 18.

²⁴Gustavo Castagna: sobre el film *El mundo contra mí*, en *El Amante* Nro 55, septiembre 1996, p. 14.

²⁵Quintín: "Los malvados duermen bien", op. Cit.

²⁶Gustavo Castagna: sobre el film *Graciadió*, en *El Amante* Nro 66, agosto 1997, p. 11.

²⁷Gustavo Noriega: sobre el film *El verso*, en *El Amante* Nro 48, febrero 1996, p. 14.

²⁸Ibid.

²⁹Gustavo Noriega: sobre el film *Martin (Hache)*, en *El Amante* Nro 62, junio 1997, p. 3-4.

³⁰Quintín: "Los malvados duermen bien", op. cit.

³¹Gustavo Castagna: sobre el film *Graciadió*, en *El Amante* Nro 66, agosto 1997, p. 11.

³²Horacio Bernades: "Cine mudo", op. cit.

³³Cfr. Gustavo Castagna sobre los films: *Lola Mora*, en *El Amante* Nro 47, enero 1996, p. 3; *Juego limpio*, en *El Amante* Nro 51, mayo 1996, p. 17; *Unicornio, el jardín de las frutas*, en *El Amante* Nro 58, diciembre 1996, p. 8.

³⁴Cfr. Gustavo Noriega sobre los films: *El verso*, en *El Amante* Nro

riodístico, del collage de imágenes, del subrayado y del sensacionalismo. No hay voz en off ni presencia del realizador ante las cámaras, aunque no hay duda de que está estableciendo un diálogo continuo con los personajes"³⁰; "Las imágenes muestran las influencias del director. Las nubes que surcan el cielo, los personajes filmados con cámara fija que se regocija en raras angulaciones y la inteligente decisión de valerse de los tiempos muertos"³¹.

b- temático: interesa al análisis orientado hacia el nivel temático el desarrollo de la idea, historia, argumento del film. Por este motivo este aspecto gana en importancia, generalmente, en el tipo de crítica descriptiva.

c- de contenido: el análisis apunta a la interpretación de los aspectos implícitos o sintomáticos del film (en términos de Bordwell). Intenta profundizar en aquellos significados velados, ocultos o involuntarios.

d- integrado: el análisis considera al film como una totalidad. La forma, el tema y el contenido constituyen un sistema integral en el cual los niveles no se dan aislados sino que se determinan recíprocamente. "Y esta presencia no hace más que desnudar otra contradicción: en una película en la que el sexo está radicalmente ausente, la cámara se pasea debajo de la pollera de la nena con sorprendente morbosidad, dado que ella no es lo suficientemente chica como para declarar inocente esa mirada. No quiero insinuar con esto una perversión secreta, sino sugerir que esta ambigüedad inesperada con la chica, así como su repentino abandono, así como el juguete que tiene en sus manos, así como su huida de la casa materna, son elementos absolutamente irrelevantes"³².

5) *Enfoque estético-conceptual*:

a- con acento en el artista: dedica la mayor parte de la extensión de la crítica a señalar aspectos vinculados, preferentemente, a la labor del director, de los actores y/o del guionista. Con menor frecuencia se

advierten referencias al resto del equipo de trabajo (montajistas, escenógrafos, iluminadores, sonidistas, etc.)³³.

b- con acento en la obra: centra el análisis en los dispositivos técnicos, los procedimientos específicos y los materiales expresivos que funcionan en el film. Intercala referencias sobre el argumento, los personajes, los diálogos, las características visuales y sonoras, etc.³⁴

c- con acento en el público: crece la importancia del público como parte del fenómeno cinematográfico. Adopta diversas modalidades de expresión que van desde la 1ra persona del singular (representa al crítico, en su rol de público especializado), el impersonal (público, espectador), hasta la 3ra persona del plural. En las dos últimas, la mayoría de las veces aparece vinculada a la categoría tímica³⁵.

d- atiende al proceso comunicativo: trasciende los aspectos puramente estéticos y utiliza la obra como excusa para referirse al contexto más amplio en que se inscribe, esto es, la institución cinematográfica en sus aspectos políticos, ideológicos, jurídicos, económicos, en lo que tienen de circunstanciales, por ejemplo, referencias a: la organización del Festival de Cine de Mar del Plata, la aplicación de la Ley de Cine, la adjudicación de créditos por parte del INCAA, los estrenos en el Complejo Tita Merello, la aparición del Festival de Cine Independiente, etc.³⁶

Este intento taxonómico acerca de los discursos de la crítica cinematográfica argentina, se reitera, se ha convertido en carril ordenador hacia el conocimiento del cine nacional, aquel que tomó contacto con el público en salas comerciales, objeto del proyecto en el que este equipo de investigación se halla abocado actualmente.

Más allá de esta utilidad, existe la certeza del valor que esta clasificación puede tener en el estudio de la actividad crítica referida a otras disciplinas artísticas. Esta metacrítica, incipiente en el caso del cine, debe establecer a la crítica "como objeto específico, como discurso social, como superficie significativa

sujeta a condiciones de producción restringidas y constituida a través de operaciones discursivas que compartirá con otros textos de rol social análogo³⁷.

Bibliografía

- Calabrese, Omar (1987): *La era neobarroca*. Cátedra, Madrid, 1994.
- Sorlin, Pierre (1985): *Cines europeos, sociedades europeas 1939-1990*. Paidós, Barcelona, 1996.
- Todorov, Tzvetan (1984): *Crítica de la crítica*. Paidós, Barcelona, 1991.
- Traversa, Oscar. *Cine: el significante negado*. Hachette, Buenos Aires, 1984.

48, febrero 1996, p. 14; *Historias clandestinas en La Habana*, en *El Amante* Nro 63, mayo 1996, p. 9.

³⁵Cfr. Gustavo Castagna sobre los films: *La revelación*, en *El Amante* Nro 54, agosto 1996, p. 13; *El secuestro*, en *El Amante* Nro 63, mayo 1997, p. 8.

³⁶Cfr. Gustavo Noriega sobre los films: *Otra esperanza*, en *El Amante* Nro 49, marzo 1996, p. 22; *Adiós abuelo*, en *El Amante* Nro 55, septiembre 1996, p. 13; *El impostor*, en *El Amante* Nro 63, mayo 1997, p. 6; *La furia*, en *El Amante* Nro 64, junio 1997, p. 11; *Cenizas del paraíso*, en *El Amante* Nro 66, agosto 1997, p. 2.

³⁷Oscar Traversa, p. 66.

Gestionar desde la comunicación-gestionar procesos comunicacionales

Por Washington Uranga

Docente-investigador de la Facultad de Periodismo y Comunicación Social de la Universidad Nacional de La Plata y Director de la Maestría en Planificación y Gestión de Procesos Comunicacionales que se dicta en la misma unidad académica.

El pragmatismo neoconservador contemporáneo, que ha pretendido acabar con los paradigmas que le dieron sentido a muchos sueños de humanidad y con los sueños mismos, no ha logrado su objetivo. Por el contrario, ha instalado un desafío que nos obliga a todos a nuevas preguntas, algunas de las cuales resultaban impensadas o no hubieran sido posibles en otro contexto. Se exige repensar todo y quienes estamos involucrados en la construcción de alternativas desde las prácticas sociales y, por extensión, quienes trabajamos en el campo de la investigación científica, nos hemos sentido desafiados a hacerlo y a resignificar -en el contexto de escenarios y prácticas sociales diferentes- algunos conceptos que antes fueron vistos como certezas, incertidumbres que comienzan a alumbrar como perspectivas y a retomar preguntas que, quizás, se habían abandonado.

Todo este movimiento resulta una aventura apasionante, para el conocimiento y para el sentido mismo de la vida.

Asumir que hay nuevas preguntas, que existen otras preguntas, aceptar que los conceptos tienen otro significado, así eso conlleve la aceptación de limitaciones o errores cometidos, es una demostración de vitalidad, de capacidad creativa y de voluntad de cambio.

En medio de este proceso se nos exige también repensar y resituar a la misma comunicación.

Particularmente en el imaginario social, pero también en los espacios académicos, la comunicación ha quedado demasiado reducida a la problemática de los medios en sus diversas expresiones (gráficos, radio, televisión, etc.). La mirada reduccionista que limita la comunicación a los medios nos ha hecho perder de vista gran parte de la experiencia comunicacional que trasciende los medios y las técnicas y que nos habla de los modos de relacionamiento entre las personas y entre los actores sociales. Pero sobre todo nos ha impedido un reconocimiento más claro y directo de lo comunicacional que se constituye en el espacio de las prácticas sociales y de las organizaciones. Esta falta de reconocimiento ha traído aparejado, como consecuencia insoslayable, que lo comunicacional así entendido se perdió o no se tuvo en cuenta como objeto de estudio en relación a las mismas prácticas.

Entendemos la comunicación como todo proceso social de producción de formas simbólicas, considerando tales procesos como fase constitutiva del ser práctico del hombre y del conocimiento práctico que supone este modo de ser. Esta definición de comunicación comprende y trasciende la mera reproducción selectiva y especializada del manejo técnico de ciertos elementos discursivos de un orden socialmente establecido. Es decir, se ubica más allá del manejo técnico instrumental de los medios de comunicación.

Esto es lo que nos permite afirmar que en todos los sentidos posibles y en el marco de la transdisciplinariedad, la comunicación resulta hoy imprescindible para comprender y desentrañar la complejidad de las prácticas que se dan en la realidad social y en las organizaciones.

En otras palabras. Creemos que no es posible analizar hoy las prácticas sociales y de las organizaciones sin contar con el aporte de la comunicación. Pero simultáneamente es imprescindible advertir sobre el riesgo en el que caen otros: interpretar todo desde la comunicación reduciendo la necesaria transdisciplinariedad que exige la mirada y la interpretación de realidades complejas.

Esta perspectiva de abordaje de los procesos sociales desde la comunicación implica situar su estudio en el terreno de la cultura. *Pensar los procesos de comunicación desde ahí, desde la cultura, significa dejar de pensarlos desde las disciplinas y desde los medios. Significa romper con la seguridad que proporcionaba la reducción de la problemática de comunicación a la de tecnologías*¹.

El sujeto es hablado por la cultura de su tiempo, de su historia, de su espacio: sujeto expresado a través de una puesta en escena en la vida social. Los sujetos involucrados en dichas prácticas aparecerán entonces atravesados por dimensiones contextuales culturales, históricas, económicas, sociales y jurídicas.

Con Jorge González, entendemos que *la cultura es un modo de organizar el movimiento constante de la vida concreta, mundana y cotidianamente. La cultura es un principio organizador de la experiencia, mediante ella ordenamos y "estructuramos" nuestro presente a partir del sitio que ocupamos en las redes sociales. Es, en rigor, nuestro sentido práctico de la vida*².

La importancia de abordar el estudio de las prácticas sociales desde la cultura reside en que ella encarna la ligazón con el tiempo y el espacio. Lejos de constituirse en un mero organizador de la experiencia presente, la cultura nos habla también de los sueños y la fantasía, de las utopías; también es *ligadura y raíz con nuestro pasado, recuerdo de los sucesos y acciones que nos fueron constituyendo a lo largo de la historia. La cultura es, pues, memoria de lo que hemos sido; igualmente, constituye el registro imaginario y sedimentado de lo que alguna vez pudimos ser y hacer. Es, en perspectiva, lo que da espesor al presente y factibilidad al porvenir. Asimismo, la cultura es la que nos permite definir nuestra situación dentro de la vida social y colectiva*³.

En esta línea, es posible pensar en los sujetos inmersos en procesos comunicacionales que se desarrollan en su contexto más cercano, de los mitos y

ritos que los constituyen, de los discursos en los que la cultura cobra materialidad, cualquiera sea su soporte. Los sujetos se constituyen individual y colectivamente enmarcados en un determinado *universo simbólico*⁴, una trama discursiva en la que ciertos sentidos institucionalizados aparecen operando en la forma del ser y actuar social. Por tanto, se hace preciso adoptar una concepción del sujeto en relación con los discursos que lo construyen: un sujeto sujeto en el lenguaje.

En este punto, es sugerente un breve relato del escritor uruguayo Eduardo Galeano:

Un hombre de las viñas habló, en agonía, al oído de Marcela. Antes de morir, le reveló su secreto.

- La uva -le susurró- está hecha de vino.

*Marcela Pérez Silva me lo contó y yo pensé: si la uva está hecha de vino, quizás nosotros somos las palabras que cuentan lo que somos*⁵.

El lenguaje se constituye en el soporte de la cultura, en tanto y en cuanto es un vínculo para expresarse y ser ante los demás. Desarrollamos de esta manera una serie de costumbres perceptuales que se convierten en un proceso de aprendizaje y que nos permiten vencer la complejidad del contexto, sentirnos más seguros, disipar las incertidumbres.

Sin embargo, al decir esto hay que asumir la mirada compleja de esta perspectiva, totalmente alejada de la idea simplista del lenguaje como "espejo" de la realidad, sino más bien proyectarnos hacia lo que Denise Najmanovich llama *una concepción en red multidimensional de los fenómenos lingüísticos*⁶.

La cultura, las culturas, a través de esta *red multidimensional de los fenómenos lingüísticos* son la manifestación evidente de las prácticas sociales. Esto es lo que nos permite, desde la perspectiva de la comunicación, constituir a estas prácticas en objeto de nuestro análisis.

Fernando Flores dirá que *utilizamos la palabra organización para distinguir algo organizado de algo*

Notas

¹Martín Barbero, Jesús: *De los medios a las mediaciones*. Ed. G. Gilli, Barcelona, 1987, pág. 227.

²González, Jorge: *Más (+) Cultura(s). Ensayos sobre realidades plurales*, Colección Pensar la Cultura, CNCA, México, 1994, pag.57.

³Idem, págs. 57 y 58. Los destacados son del autor.

⁴Entendiendo que el universo simbólico es "la matriz de todos los significados objetivados socialmente y subjetivamente reales". Berger, P. y Luckmann, T: *La construcción social de la realidad*, Amorrortu, decimocuarta reimpresión, Buenos Aires, 1997, pág. 125 y siguientes.

⁵Galeano, Eduardo: *El libro de los abrazos*, Edit. Catálogos, Buenos Aires, 1989.

⁶Ver Najmanovich, Denise: "El lenguaje de los vínculos. De la independencia absoluta a la autonomía relativa", en Dabas, Elina y Najmanovich, Denise (compiladoras): *Redes. El lenguaje de los vínculos*, Paidós, Buenos Aires, 1995, págs. 33 a 76.

que no está organizado; algo a lo que se le ha dado una estructura para conseguir algún resultado específico, en comparación con algo que carece de una estructura de acción unificada⁷.

Desde el pensamiento de Flores se define la organización como el lugar donde se producen las conversaciones y éstas se entienden como fenómenos sociales en los cuales se realiza el trabajo, esto es, se toman acciones, se hacen juicios y se abren y cierran posibilidades⁸.

Nos referimos aquí a formas sociales establecidas, es decir, a procesos por los cuales la sociedad se organiza y que pueden leerse como institución. Puede identificarse institución con lo instituido, sin embargo, esto no quiere decir que la institución permanezca inmutable, sin variantes. *La institución no se considera como un dato construido, sino como un **proceso dialéctico**⁹, resultado de la tensión permanente entre lo 'instituido' y lo 'instituyente': las formas instituidas son sin cesar corroídas, subvertidas, desestructuradas, por la presión de las fuerzas instituyentes, traduciendo así la superación temporal y precaria de la situación inicial (institucionalización)*¹⁰.

Esto significa que no se puede comprender la institución como una totalidad coherente y acabada, tampoco estable. Se trata de un todo en permanente proceso de transformación. No se trata de un objeto, de una cosa, sino de una práctica que sólo se puede definir en el movimiento continuo de la interacción entre los actores sociales que genera, a su vez, una dinámica de desestructuración/reconstrucción de las formas sociales.

La institución, entendida como práctica social, es el lugar de producción de las **significaciones sociales**, porque es la institución la que genera las significaciones centrales a través de las cuales los actores percibirán el mundo, las cosas y los individuos. Es también el lugar de las **relaciones sociales**, entendido como el lugar donde se generan las decisiones consideradas legítimas por una colectividad o un grupo social.

En este marco es que comprendemos y reconocemos la comunicación. Ese es el espacio de nuestro análisis, nuestro "objeto" es un "no objeto" en movimiento.

Gestión de procesos comunicacionales

Aquí se sitúa también la dificultad para determinar con claridad la especificidad del campo de acción de los profesionales de la comunicación. ¿Qué comunicador no ha atravesado por aquella situación en la que, después de explicar con esfuerzo en qué consiste su oficio, su interlocutor resumió: "¡Ah! ¿Periodista?".

Seguramente en esta percepción social mucho ha influido el impacto que las nuevas tecnologías han tenido en la construcción del imaginario colectivo a lo largo del siglo XX. Es evidente que esta asociación no es del todo errónea: aquello que se reconoce como parte de fenómeno de la comunicación se refiere a tecnologías que han sido expresamente creadas para ello. Con esto no queremos reducir el impacto mediático a la cuestión técnica, a su existencia en tanto artefactos de comunicación, ya que es evidente que su lugar en la estructura social es mucho más trascendente.

Aún así, creemos que una perspectiva que sitúe el límite de los estudios de la comunicación en la cuestión de los medios es reductora e insuficiente. Sencillamente porque estamos convencidos de que, más allá de la presencia o ausencia de estas tecnologías de la comunicación, toda práctica social puede ser analizada desde la comunicación.

De eso estamos hablando cuando decimos **procesos comunicacionales**: de prácticas sociales atravesadas por experiencias de comunicación. Prácticas sociales factibles de ser reconocidas como espacios de interacción entre sujetos en los que se verifican procesos de producción de sentido, de creación y recreación de significados, generando relaciones en las que esos mismos sujetos se constituyen individual y

⁷Flores, Fernando: *Creando organizaciones para el futuro*, Dolmen Ediciones, Santiago, 1994
⁸Idem., pág. 15.

⁹El subrayado es de los autores.

¹⁰Restrepo, Mariluz y Rubio Angulo, Jaime: *Intervenir en la organización*. Significantes de Papel Ediciones, 2da. Edición, Bogotá 1994, pág. 25.

colectivamente. Prácticas en las que intervienen los medios, como un componente fundamental de las prácticas sociales hoy, como parte indiscutible del proceso de construcción de la realidad, pero nunca como única variable.

En la génesis misma del debate sobre el oficio del comunicador y en la delimitación del campo disciplinar queda de manifiesto de por sí la dificultad existente para delimitar el área específica de incumbencia de la comunicación, es decir, lo que podría llamarse su objeto de estudio. Aún cuando la consulta se haga de la manera más desprevenida, es normal suponer que cualquier estudiante universitario podría dar fácilmente cuenta de los campos de competencia de disciplinas de larga tradición científica como las ciencias naturales, la ingeniería y la medicina. Frente a ellas la comunicación se presenta como un terreno indefinido e híbrido de difícil delimitación.

La raíz de esta dificultad radica en la concepción misma del conocimiento científico aplicado a las ciencias humanas. Para la física o para la astronomía existe un objeto claramente determinado y este no se modifica a partir de fines humanos. En cambio, el objeto de las ciencias sociales es siempre un *objeto histórico*, es decir, que *el propio conocimiento a que aspiramos, el conocimiento científico, es una realidad material (una práctica humana) que se modifica y cambia por la propia actividad de los que, produciéndola, hacen ciencia*. De esta manera el conocimiento (...) *es una realidad efectiva por la que los sujetos que lo aplican renuevan sus prácticas, repitiéndolas y, a la vez, innovándolas (reproducción), y el conocimiento se hace colectivo por el intercambio comunicativo (dialéctica) y por la experiencia de transformación del entorno, etc.*¹¹.

Entendemos que toda perspectiva científica implica un ejercicio de problematización de determinadas prácticas sociales. Esto supone la existencia de presupuestos teóricos que sirven de apoyatura a las técnicas que permiten luego el reconocimiento de la realidad expresada en las prácticas sociales y hacen

posible la intervención en las mismas. En el caso de la comunicación (también en la psicología y en la sociología, para mencionar otros campos) es necesario hablar de "ciencias en proceso de desarrollo" (a diferencia de la "ciencia consolidada").

Esto quiere decir que si bien existe un objeto formal de análisis, que podemos ubicar en nuestro caso como la producción social de sentidos, no hay (y quizás no lo haya tampoco en el futuro) un objeto delimitado. Hay, en cambio, técnicas que desarrolla el profesional de la comunicación (sea el periodista, el publicista o el planificador de la comunicación) que se apoyan en la "ciencia consolidada" (por ejemplo la lingüística, la teoría de los signos, etc.). Es decir que las técnicas de la comunicación se sirven y aprovechan de la ciencia consolidada para lograr sus propios fines. No sobra decir que no se trata de una sola ciencia, sino de una multiplicidad de elementos que reafirman el sentido de la transdisciplinariedad de la práctica de los comunicadores.

La comunicación no podría ser entendida como ciencia, al menos en el sentido tradicional positivista. No lo es por lo menos en los términos en los que se conoce la *ciencia consolidada* en las ciencias duras. Su objeto no es *su objeto*. Las prácticas sociales no se presentan ante el investigador como algo finiquitado, *peinaditas para la foto*¹². También porque las prácticas sociales constituyen una realidad que cambia por la propia praxis humana, es decir, dialécticamente (a través de un conocimiento compartido entre los interlocutores a través del diálogo y el intercambio) y no aleatoriamente.

Desde esta perspectiva, la realidad no puede ser vista como algo *estructurado*, objeto cerrado. Por el contrario, es una materia prima *estructurable*, a la cual hay que darle forma, construirla, a partir de la elección de presupuestos teóricos y de los métodos y técnicas más adecuados para acceder a la información que permita responder a las preguntas y demandas que surgen de las prácticas en las organizaciones y en los espacios sociales.

¹¹Piñuel Raigada, José L.: *Teoría de la comunicación y gestión de las organizaciones*, Edit. Síntesis, Madrid, 1997, pág. 14.

¹²La expresión corresponde al comunicador mexicano Jorge González y ha sido tomada de apuntes de clase del Seminario "Frentes culturales y construcción de objetos de estudio: estrategias, objeto y método", dictado en la Facultad de Periodismo y Comunicación Social de la Universidad Nacional de La Plata, del 27 de setiembre al 1 de octubre de 1999.

Se parte, en consecuencia, de comprender la comunicación como una perspectiva de abordaje factible de ser aplicada a cualquier práctica social, una forma de posicionarse, en primer lugar, para el análisis, pero también de construir un modo de intervención que tiene como fin último el cambio. Este modo de intervención, encaminado hacia un horizonte, supone planificación de la acción y, al mismo tiempo, políticas y estrategias para llevarla a cabo, es decir, gestión.

Estrategias

Planificar es preparar-prepararnos, organizar-organizarnos para el cambio. *Es una forma de cálculo que precede y preside a la acción*, sostiene Carlos Matus.

*Si el hombre, un gobierno, o una institución renuncian a conducir y se dejan conducir, renuncian a arrastrar y son arrastrados por los hechos, entonces renuncian a la principal libertad humana, que es intentar decidir por nosotros y para nosotros a dónde queremos llegar y cómo luchar para alcanzar esos objetivos. La planificación es, así, una herramienta de las luchas permanentes que tiene el hombre desde los albores de la humanidad para conquistar grados crecientes de libertad*¹³.

La planificación es una herramienta experimentada en la que, sin embargo, no se puede depositar la certeza de alcanzar los objetivos. La planificación es un método y una herramienta, pero nunca una garantía de éxito.

Así entendida la planificación presenta una dimensión práctica, una científica y otra política, pues propone un conjunto de acciones, inspiradas en un tipo de pensamiento sistemático y con el propósito de alcanzar determinados objetivos. Cada una de estas dimensiones está atravesada, a su vez, por perspectivas epistemológicas y científicas que representan la toma de posición y se expresan en el modo de ser y actuar de los protagonistas del proceso.

La planificación nos ayuda a conjugar la utopía con la realidad, a armonizar lo que es y lo que debie-

ra ser, a analizar donde estamos y hacia lo que se tiende, sostiene Gloria Pérez Serrano¹⁴.

Si nos referimos al escenario social podemos afirmar que la planificación puede ser entendida y utilizada por actores sociales con voluntad de cambio como una herramienta eficaz para armonizar propósitos que se apoyen en objetivos políticos y sociales de transformación, tomando en cuenta todos los elementos del escenario en el que los mismos deben concretarse y desarrollando la manera de implementarlos de manera eficaz para generar alternativas positivas. Lo contrario, renunciar por completo a cualquier tipo de planificación social, significaría el abandono de nuestros sueños, atarse a la resignación que manifiesta la incapacidad de torcer el rumbo de los acontecimientos.

Es evidente que esta posición implica concebir a la planificación directamente vinculada con el ejercicio de la libertad de las personas y de los grupos sociales. Es válido entonces preguntarse ¿cuándo se considera que el hombre es más libre?: ¿cuándo planifica o cuando el azar determina su vida?

Esta acción de intervención, que implica la planificación y el diseño de la gestión mediante estrategias para la acción, es necesariamente transdisciplinaria dada la complejidad que revisten las prácticas y los procesos sociales. En ese marco, y tal como se señalaba antes, la comunicación, como producción social de sentidos y como técnicas desarrolladas por los comunicadores, resulta imprescindible tanto para el diagnóstico, como para la planificación y la gestión, es decir, para el desarrollo de estrategias de acción en función del cambio.

Dentro de esa lógica la planificación debe ser entendida como parte integral de la gestión de la comunicación, que se inicia con el diagnóstico realizado desde la comunicación o desde una perspectiva comunicacional, continúa con la planificación misma y culmina con el diseño de la gestión.

Son tres momentos de un mismo proceso de conocimiento y de intervención. Conocer la realidad,

¹³Matus, Carlos: Planificación, libertad y conflicto. Ponencia presentada ante el Ministerio de Sanidad y Asistencia Social de Venezuela, en Caracas, el 8 de agosto de 1984.

¹⁴Ver Pérez Serrano, Gloria: Elaboración de proyecto sociales. Casos prácticos. Narcea S.A. de Ediciones, Madrid, 1993.

discernir acerca de ella, imaginar el cambio y diseñar las estrategias para generar ese cambio.

Son tres pasos de un mismo proceso metodológico, que supone reconocer que los comunicadores sociales tienen, desde sus habilidades específicas y como parte de una labor interdisciplinar, la capacidad de intervenir en las prácticas sociales. *¿Qué he aprendido en estos casi veinte años de alternar la práctica de la capacitación con el trabajo directo en distintas organizaciones?*, se pregunta Daniel Prieto Castillo en un trabajo reciente. *En primer lugar, el valor del esquema ya clásico (diagnóstico-planificación-gestión). Si coloco los guiones es porque aludo con ellos a una totalidad imposible (al menos idealmente) de fragmentar en acciones aisladas. Un diagnóstico sin consecuencias para la planificación carece de sentido, una planificación sin diagnóstico es pura improvisación y una gestión, sin los pasos anteriores, un camino orientado a resolverlo todo sobre la marcha, como si el día fuera suficiente para conocer y resolver situaciones complejas de más en más*¹⁵.

Las relaciones, aún antes que los medios y sin excluir a estos, constituyen hoy el objeto de atención profesional de quienes trabajan en comunicación. De esta manera el término comunicador debería usarse para nombrar a quienes, haciendo uso de las ciencias y las técnicas de la comunicación, actúan de manera sistemática (intervienen) sobre las prácticas sociales¹⁶.

El comunicador así entendido es aquel científico social que, asumiendo que lo comunicacional es parte integrante e inseparable de las prácticas sociales contemporáneas, pone sus habilidades al servicio de la gestión, desarrollando estrategias comunicacionales (o de comunicación), que abarcan tanto el nivel de las relaciones (que incluyen acuerdos y tensiones en función de los objetivos¹⁷), como de los medios y las producciones.

La gestión implica una concepción y una práctica respecto del poder, de la administración del mismo y

*de la forma de construir consensos y hegemonías dentro de una determinada organización, sostienen C. Villamayor y E. Lamas, refiriéndose a la radio comunitaria y ciudadana. Y agregan que la acción de gestionar atraviesa toda la institución, en sus relaciones inmediatas, en la coordinación interna, en las maneras de establecer o de frustrar lazos de trabajo, en la selección de determinados medios, en el conjunto de opciones que se adoptan a la hora de interactuar con otras instituciones*¹⁸.

No se diagnostica sino para poder planificar mejor. No se planifica sino en función de diseñar de la manera más adecuada una gestión de estrategias comunicacionales orientadas a mejorar la manera de llevar adelante la tarea de una organización, de una institución, de una empresa o de un grupo social.

Y la gestión se traduce necesariamente en un juego de consensos y disensos, también de transformaciones, en el interior de la organización misma y en la multiplicidad de relaciones que esta opera con su entorno.

Comunicacionalmente hablando *la gestión no se restringe a una mirada interna de la organización, sino que resulta también del análisis de las relaciones que se constituyen entre la misma organización (como tal) y su contexto, por una parte, y de las relaciones que cada uno de sus miembros genera en el entorno, por otra*¹⁹.

Preferimos utilizar el concepto de **procesos comunicacionales**, en lugar de hablar lisa y llanamente de la comunicación para guardar coherencia con una concepción de la comunicación que se apoya sobre todo en las relaciones y en las interacciones entre los sujetos que son actores de la misma.

En concreto nos estamos refiriendo a las prácticas específicas de comunicación que se verifican y pueden ser reconocidas en el contexto de las prácticas sociales. En otras palabras: a situaciones de comunicación protagonizadas por actores, individuales o colectivos, en permanente dinamismo y situados en proyectos, en organizaciones o instituciones.

¹⁵Prieto Castillo, Daniel: *En torno al sentido de la totalidad diagnóstico-planificación-gestión*. Mimeo, Mendoza, abril del 2000.

¹⁶Uranga, Washington: *Sobre el oficio del comunicador*, mimeo, Buenos Aires, abril de 2000.

¹⁷"... es imposible para una organización tomar iniciativas si no se tiene algún modo de gestión de sus tensiones. No se habla aquí de conflictos, sino de tensiones que oponen objetivos, normas, intercambios y equilibrio interno. Esta interdependencia de la capacidad de iniciativa y de la gestión de las tensiones está en el corazón mismo de las organizaciones, porque esto marca su doble naturaleza: son unidades particulares de acción y pertenecen a un campo de historicidad y a una sociedad política. Son a la vez sistema y unidad de acción". Restrepo J., Mariluz y Rubio Angulo, Jaime: *Intervenir en la organización*, Significantes de Papel Ediciones, Bogotá, 1994, 2da. Edición, pág. 37.

¹⁸Villamayor, Claudia y Lamas, Ernesto: *Gestión de la radio comunitaria y ciudadana*. FES-AMARC, Quito, 1998, pág. 29.

¹⁹Idem, pág. 30

En todo caso los procesos comunicacionales hacen referencia a los actores, a espacios de necesidades y demandas comunicacionales vinculadas con las prácticas que se verifican en la sociedad.

Al ubicar estos procesos comunicacionales como centro de nuestra preocupación y objeto de estudio estaremos dirigiendo nuestro análisis a las situaciones de comunicación, a reconocer en ellas sus interdeterminaciones fundamentales y a proponer, a modo de estrategias, las soluciones que consideremos adecuadas.

No tenemos entre manos un método o un instrumento infalible. Usamos un recurso de las ciencias sociales para alcanzar un objetivo de cambio. Pero lo más importante son los seres humanos. Cada persona encierra en sí misma un valor único e irrepetible.

El cambio es entendido como desarrollo y a la inversa. *El desarrollo es esencialmente cambio: no simplemente cualquier cambio, sino una mejora definitiva y un cambio para mejor. Al mismo tiempo, el desarrollo es también continuidad, puesto que el sí el cambio ha de echar raíces, ha de tener algo en común con la comunidad o la sociedad en cuestión. Debe tener sentido para las personas y estar en línea con sus valores y capacidades. El desarrollo, por lo tanto, debe ser apropiado desde el punto de vista cultural, social, económico, tecnológico y medioambiental*²⁰.

La comunicación en la sociedad

En Argentina se ha carecido y se carece de políticas públicas que, a través de los años y los distintos gobiernos hayan contribuido al desarrollo y a la consolidación de las organizaciones sociales denominadas también del "tercer sector". No obstante, este tipo de organizaciones han crecido, en muchos de los casos a partir del trabajo voluntario de grupos que se han consolidado sobre la base de un ideal o de una propuesta central que obra como motivador y como coherencia de sentido.

Sin embargo, las dificultades de tipo financiero y organizativo, en primer lugar, han puesto en tela de juicio la eficiencia de este tipo de organizaciones.

*El debate respecto del nivel de eficiencia de las organizaciones del "tercer sector" involucra posturas valorativas diferentes respecto del papel que cumplen las ONGs en el fortalecimiento de la sociedad civil y los medios a través de los cuales evaluar sus programas. De todos modos, las dificultades de las organizaciones en este eje parecen estar vinculadas con el debate sobre el propio concepto de "eficiencia", las perspectivas de continuidad de los programas encarados y la capacidad de gerenciamiento interna, sostiene Daniel Filmus en un trabajo sobre el tema*²¹.

Puestas en tela de juicio, sin embargo estas organizaciones de la sociedad civil, han ido a la vez que acumulando mayores tareas y responsabilidades, adquiriendo mayor relevancia en el contexto social, político y cultural del país, debido a que el "retiro" del Estado de una serie de campos (salud, educación, asistencia social, entre otros), las han impulsado a cubrir demandas que antes eran atendidas por el mismo Estado.

Podemos decir que la irrupción de las organizaciones intermedias se ha dado de manera simultánea con la crisis del Estado, entendido en algún momento, como el lugar excluyente de lo público. Asistimos hoy a un nuevo recorte entre lo público y lo privado, donde el último espacio está totalmente absorbido por las empresas de tipo capitalista, cuyo propósito fundamental es el lucro.

En esta situación, demandadas cada vez más como agentes de desarrollo, en medio de dificultades financieras y de gerenciamiento, la crisis de gestión de organizaciones intermedias y no lucrativas se ha hecho más evidente.

Se trata de una problemática que exige respuestas transdisciplinarias, que involucren directamente el campo propio de la organización institucional tanto como los aspectos o temáticas específicas que aborda cada organización específica (educación, cultura,

²⁰Slim, Hugo: "¿Qué es el desarrollo?", en *Desarrollo y diversidad social*, Anderson, Mary (presentadora). CIP. Madrid, 1998, pág. 65.

²¹Filmus, Daniel (coord.): *El perfil de las ONGs en la Argentina*, FLACSO-Banco Mundial, Buenos Aires, 1997, pág. 105.

etc.). Sin embargo, todo esto irrumpe en el preciso momento en que la comunicación pasa a ser reconocida como un dato constitutivo de las prácticas sociales y organizacionales y, por lo tanto, un factor a ser tenido en cuenta dentro de la problemática que estamos planteando.

Por lo antes señalado, resulta imposible pensar hoy en la gestión de organizaciones sociales volcadas hacia el desarrollo, pero también del resto del espacio público y de las empresas, sin considerar allí a la comunicación como un dato a ser tenido en cuenta necesariamente.

En este marco problemático el desarrollo de un área de trabajo específicamente dedicada a la planificación de la comunicación ha venido creciendo en nuestras facultades y centros de estudio, y al mismo tiempo, se ha desarrollado también como campo laboral. Sin embargo, sobre este ámbito específico sentimos que no existe todavía una mirada sistemática destinada a ofrecer elementos que permitan revisar las experiencias, enfrentarlas con las conceptualizaciones y brindar de manera organizada estrategias de comunicación que contribuyan a un mejor desarrollo de la gestión tanto en las organizaciones no lucrativas, como en el espacio público y en los sectores productivos.

Gestionar desde la comunicación en las prácticas sociales, gestionar procesos comunicacionales, es un desafío que se nos plantea a los comunicadores, a los profesionales de la comunicación, como científicos pero también como actores de la vida social, para preguntarnos acerca de nuestro aporte específico a la sociedad, en complementariedad con otros aportes en el marco de la transdisciplina.

Bibliografía

- Anderson, Mary (presentadora): *Desarrollo y diversidad social*. CIP, Madrid, 1998.
- Dabas, Elina y Najmanovich, Denise (compiladoras): *Redes. El lenguaje de los vínculos*. Paidós, Buenos Aires, 1995.

- Díaz, Esther (edit): *Metodología de las ciencias sociales*. Edit. Biblos, Buenos Aires, 1998.
- Filmus, Daniel (coordinador): *El perfil de las ONGs en la Argentina*. FLACSO-Banco Mundial, Buenos Aires, 1997.
- Flores, Fernando: *Inventado la empresa del siglo XXI*. Dolmen-Granica, 10ª. edic., Santiago, 1997.
- Martín Barbero, Jesús: *De los medios a las mediaciones*. Ed. G. Gilli, Barcelona, 1987.
- Matus, Carlos: *Planificación, libertad y conflicto*. Ponencia presentada ante el Ministerio de Sanidad y Asistencia Social de Venezuela, en Caracas el 8 de agosto de 1984.
- Ortiz, Renato: *Los artífices de una cultura mediatizada*. Fundación Social-Siglo del Hombre Editores, Santafé de Bogotá, 1998.
- Pérez Serrano, Gloria: *Elaboración de proyectos sociales. Casos prácticos*. Narcea S.A. de Ediciones, Madrid, 1993.
- Piñuel Raigada, José L.: *Teoría de la comunicación y gestión de las organizaciones*. Edit. Síntesis, Madrid, 1974.
- Prieto Castillo, Daniel: *Diagnóstico de la comunicación*. CIESPAL, Quito, 1990.
- Prieto Castillo, Daniel: *La comunicación en la educación*. CICCUS-La Crujía, Buenos Aires, 1999.
- Restrepo, Mariluz y Rubio Angulo, Jaime: *Intervenir en la organización*. Significantes de Papel Ediciones, Bogotá, 1994, 2da. edición.
- Uraga, Washington: *Introducción a la planificación de procesos comunicacionales*. Fac. de Periodismo y Comunicación Social, UNLP, mimeo, 1999.
- Villasante, Tomás: *Del desarrollo local a las redes para mejor-vivir 1*. Lumen-Humanitas, Buenos Aires, 1998.
- Villasante, Tomás: *Del desarrollo local a las redes para mejor-vivir 2*. Lumen-Humanitas, Buenos Aires, 1998.
- Villamayor, Claudia y Lamas, Ernesto: *Gestión de la radio comunitaria y ciudadana*. FES-AMARC, Quito, 1998.

El cine argentino como un "conjunto borroso" (Fuzzy Set) Para un boceto exploratorio de un objeto inasible.

Este trabajo es parte del Proyecto de Investigación Cine argentino 1996-1999: un estudio intertextual, que dirige el Lic. Carlos Vallina, radicado en la Facultad de Bellas Artes, UNLP.

Por Mariel Ciafardo (Profesora en Historia de las Artes Visuales. Docente-investigadora en el Programa de Incentivos.JTP de Análisis y Crítica I-II, FBA, UNLP.) y Ricardo A. Moretti Licenciado en Cinematografía. Docente-Investigador en el Programa de Incentivos. Titular de Análisis y Crítica I-II, Adjunto de Teoría del Lenguaje Audiovisual y de Teoría de la Crítica. JTP Realización Cine-TV. FBA,UNLP.

La teoría de los conjuntos borrosos es, de hecho, un paso hacia un acercamiento entre la precisión de las matemáticas clásicas y la sutil imprecisión del mundo real, un acercamiento nacido de la incesante búsqueda humana por lograr una mejor comprensión de los procesos mentales y del conocimiento.

Lotfi A. Zadeh

Un objeto de estudio como el propuesto en el proyecto "Cine argentino 1996-1999: un estudio intertextual", no puede dejar de ser, como todo el mundo que nos rodea, y sobre todo el ambiente social, esencialmente desconocido e impreciso. Encarar una investigación al respecto implica la búsqueda de precisión, pero en este caso debemos descartar la posibilidad de establecer, mucho menos de ajustar, un modelo matemático rígido y abstracto. Quizás podamos entonces, y por cierto con más entusiasmo metafórico que rigurosidad prosaica, como presas de la divulgación científica más que como idóneos discípulos de Lotfi A. Zadeh¹, considerar nuestro asunto de estudio desde una perspectiva flexible para describir y formalizar su realidad, empleando algo que parece haber logrado sus frutos en varios campos de aplicación científica. La idea es evitar que el avance sobre un objeto (sistema) tan complejo nos haga llegar a ese punto donde la precisión choca con lo significativo. Tal como planteaba Zadeh: a más precisión menos significatividad.

Con el atrevimiento de tomar en préstamo, lo que nos proponemos es intentar romper la vieja dicotomía "pertenece - no pertenece" de la teoría de conjuntos clásica, a la que el concepto de conjunto borroso incluye como caso particular. Cambiando lo que haya que cambiar, creemos que es posible manipular datos inciertos o vagos, para los cuales la correspondencia a un conjunto tiene grados. También entendemos que es posible convocar un gran espectro de esas referencias a hallar en todo el entramado social. Puede ser que nuestros predicados resulten vagos, pero no los haremos nítidos a costa de forzar el discurso con el efecto de pérdida de rigor conceptual. Sería una suerte de "crítica y análisis fuzzy". Trataremos, decisivamente, de describir la realidad de nuestro cine durante los años del período acotado, a través de metodologías flexibles que expliquen con propiedad las leyes, si existen, del proceder de la institución cinematográfica argentina. El crítico Amílcar Moretti habla de la "rutina de confrontar"² (algo así como buenos vs. malos, de nuevo pertenece-no pertenece) cuando se refiere a las ópticas más usuales en el intento de saber que queda del cine argentino "después de la tormenta". No es nuestro caso.

En este marco debe inscribirse la idea de estudio intertextual que guía nuestros propósitos. Dicen Robert Stam y Cia.: "La intertextualidad es un valioso concepto teórico en la medida en que principalmente conecta el texto individual con otros sistemas de representación, más que con un "contexto" amorfo unguado con el dudoso estatus y la autoridad de "lo real" o "la realidad". Incluso para discutir la relación de una obra con sus circunstancias históricas, estamos obligados a situar el texto en el interior de su intertexto y después relacionar a ambos, texto e intertexto, con los otros "sistemas" y "series" que forman su contexto"³.

Se pretende incorporar, entre otros, los aportes que desde el acercamiento semiótico han realizado autores⁴ como Julia Kristeva (*intertextualidad*), Mikhail Bakhtin (*dialogismo*) y Umberto Eco (*marcos intertext-*

tuales). También lo que Gérard Genette determinaba, de manera más abarcativa, como transtextualidad. Como podrá apreciarse no hay, en un principio, ningún reparo en solicitar la ayuda de estos conceptos, con su traslado y adaptación necesarios, para comenzar a entender qué es el cine argentino y cuáles serían las posibles respuestas. No habrá, seguramente, contestaciones unívocas. Quizás, aproximaciones. Un equipo interdisciplinario como el que trabaja en el presente proyecto puede componer una red más apretada que extensa. Se supone que debemos atrapar lo más posible, como indicaría una primera acepción del término, pero también entrelazar muchas ramificaciones entre sí. Incluso podría entenderse esta red en un sentido informático: muchos ordenadores distantes unidos entre ellos permanentemente.

No podemos encontrar en este período (aunque hay una cierta inclinación periodística a postularlo) una escuela, ni un movimiento, mucho menos una estética común. Lo que podemos ver es que hay juventud, con algo de adolescencia⁵. Y por lo tanto esperanza. Que hay ánimo de ruptura con lo que caracterizó siempre a nuestro cine: una suerte de fatal prosaísmo, militante además. Hoy hay más poesía, dentro de un registro digno del mejor documentalismo. Como si lo indicial ocupara el terreno de lo ramplón, de lo que se pretendía simbólico. Y con una iconicidad elaborada pero identificable. Hay incluso una tendencia a solventar más nuestra "epistefilia" que nuestra "escopofilia", para usar los términos de Bill Nichols⁶, cuando se refiere a las diferencias entre documental y ficción. Y existe un lirismo manifiesto para pintar las contingencias de nuestra supervivencia⁷, sus modos, tan particularmente argentinos en estos tiempos de globalización, para usar de forma laxa una expresión poco clara o muy ambigua. No hay nada más que ver films como *Sotto voce* (1996), *Cazadores de utopías* (1996), *Pizza, birra y faso* (1998), *Picado fino* (1998), *Mundo grúa* (1999), *Silvia Prieto* (1999), *Felicidades* (2000), *Nueve Reinas* (2000), *El asadito* (2000) y especialmente, nuestro *Barro fundal* (1999)⁸.

El tema es amplio, y está en nuestras intenciones, no evadir el desafío. Si, al decir de Jean Braudillard⁹, globalización se opone a lo universal, aún cuando se trabaje sobre la información, el mercado y la tecnología que constituyen a la primera, trataremos de llegar a los valores que definen a lo otro. Frente al pensamiento "único" se opondrá el intento de pensar el cine buscando esa trascendencia que nos amplíe el conocimiento de lo general, en un trayecto de doble vía: comprender el cine nacional es imposible sin considerar el planetario, y no meditar este último impide reflexionar sobre lo nativo. Este esbozo ofrece una manera de relacionar lo más íntimamente cercano, nuestro sendero particular a través del mundo, con lo más global, las peculiaridades de nuestro mundo político. Como sugiere Fredric Jameson, cualquier película denunciará fatalmente su ubicación en la distribución global del poder cultural. Lo decíamos: se trata (también) de estudiar la *institución*. En el aquí y ahora, como parte del todo y la historia.

En este trayecto son varias las deudas que vamos a sumar, dado que el término institución aplicado al cine tiene varios antecedentes. En primer lugar Edgar Morin, quien remite con esta denominación al cine como producción, consumo, costumbres, creatividad, bienes económicos, relaciones sociales, comportamientos concretos, actitudes mentales, reunidos en una estructura industrial que hace que sus componentes funcionen, según reglas más o menos normalizadas, en forma sintónica. También los estudios de Ian Jarvie serán convocados. Sus ya clásicas preguntas: ¿Quién hace cine?; ¿Quién va al cine?; ¿Qué se ve?; ¿Quién evalúa un film? y ¿Por qué y cómo se lleva cabo todo eso?, serán repetidas una y otra vez. Por supuesto Christian Metz, quien se refiere a la triple maquinaria del cine: la industrial que realiza, la mental que trabaja en la capacidad del espectador para gozar del film y la de los (meta) discursos críticos, históricos y teóricos que se dedican a perpetuar la obras. Y por último en este aspecto, Roger Odin, el que se refiere a la institución como aquel dispositi-

vo social que permite interactuar al emisor y al receptor, que regula tanto la forma en que se construye un film como la forma en que se lee.

En consonancia con estos enfoques que estamos esbozando, creemos oportuno hablar de los aportes de Kristin Thompson cuando señalaba que "si un film llama nuestra atención, lo analizamos en orden de explicar en términos formales e históricos, lo que opera en la obra y requiere una respuesta". Y denomina *abordaje* a lo que entiende como algo más amplio que un *método* de análisis. Como ella, entendemos por *abordaje*, al "conjunto de presunciones sobre trazas compartidas por diferentes obras de arte, sobre procedimientos que el espectador atraviesa al entender esas obras artísticas, y sobre las maneras en que esas obras se relacionan con la sociedad. Esas presunciones son pasibles de ser generalizadas y, por lo tanto constituyen al menos un esbozo de teoría del arte. Este enfoque ayuda así al analista a ser consistente en el estudio de más de una obra de arte. Consideraré como *método* algo más específico: un conjunto de procedimientos empleados en el proceso analítico concreto"¹⁰.

Nos centraremos entonces en el *abordaje* (en el planteo puede decirse) y no en el "método" de arriba a las películas. No pecaremos de utilizar los films para demostrar el enfoque o el método, cualquiera sea éste. Confiaremos más en una *estrategia* amplia que en las *tácticas* contingentes. Por lo tanto, no seleccionaremos los objetos a analizar por la medida de su encaje en el despliegue de un método. Utilizaremos una proposición fundamental, el *abordaje*, que consistirá en plantearnos cuáles de los interrogantes que nos proponga cada film, serán los más provechosos y fascinantes. Entonces buscaremos el método apropiado. Confiamos en que esto será más estimulante que la utilización de uno único y determinado, auto-confirmativo, de aquellos que son tan del gusto académico en uso, y que convierten a todas las películas en una misma cosa. El método de la sociología, por ejemplo (y esto vale para la semiótica o

la psicología), está construido lejos del cine, nos recuerda Francesco Casetti. Y éste tiene su propia tradición de estudios, ha constituido su propio campo de investigación. Con seguridad que las coincidencias son posibles. Pero se trata de evitar cualquier tipo de insatisfacción mutua, para lograr algún resultado (síntesis, producto?) entre lo que se involucra en términos de autor/obra frente a fenómenos colectivos/estructura industrial, o arte contra procesos sociales/mundo del mercado. La controversia "cine-entretenimiento" vs. "cine-arte", la discusión "arte/industria" y diferencia entre "alta" y "baja" cultura son cosas del pasado. Eduardo Grüner *ensaya* una hipótesis: el cine (argentino, agregamos nosotros) es "un espacio privilegiado de *cruce* de los campos de batalla político-discursivos que han querido dar cuenta de *-rendir y ajustar* cuentas con- los modos de pensar el mundo-de-vida de lo que se suele nombrar como la Modernidad"¹¹. Adherimos a su "*pasión* por las preguntas, junto a la incertidumbre de las respuestas".

"El cine es un hecho humano, cuya unidad y realidad profunda sólo pueden comprenderse y explicarse gracias a la convergencia de la atención de todas las disciplinas que se ocupan del hombre"

G.Friedman y E. Morin¹²

Institución, aspectos socioeconómicos, industria cultural y representación social son campos afines en esta investigación. La historia, la teoría, la estética y la crítica se suman en el origen del proyecto, son convocadas en este travelling-panorámica, para que en un movimiento de tijera, se proyecte sobre las sombras que llamamos imaginario, representaciones, afectividad colectiva y mundo de los sueños.

Perseguir al cine, a cada film, pensando que se puede encontrar allí un SIGNO (para estudiarlo como tal) de la realidad desde la que nos alcanza. Cine (películas) que, con su dimensión colectiva, su resultado de un grupo de trabajo, se hace un excelente testimonio social. Cine como consumo difundido (quizás

hoy más que nunca)¹³ que se convierte, se puede suponer, en satisfacción de deseos existentes en las multitudes. No las multitudes mensurables solamente. La popularidad de ciertas películas no importa tanto como la de sus motivos plásticos y narrativos¹⁴. Teórico o historiador tienen en el cine un declarante perfecto y un manantial precioso. Un documento esencial para comprender que cada cultura se representa a sí misma, sus opciones y su fortuna.

El cine puede declarar sobre la sociedad de varias maneras: sus contenidos, sus estilos, a través de su actuación sobre ella y también por medio de la lectura que se haga de él. Pero ese testimonio no será tanto reflejo como indicador de sus *agujeros negros*¹⁵, quizás de allí la fascinación de las películas, como de su estudio. La sociedad y los procesos mentales, las posibles dinámicas y las respuestas mayoritarias. Pierre Sorlin hace referencia a los films como confesando más lo *visible* de una sociedad que su estado de situación. Lo *visible* como aquello que los fabricantes de imágenes tratan de captar para transmitirlo y lo que los espectadores aceptamos sin estupor. Más que un modelo mimético tenemos delante, representado, lo que la sociedad considera representable en cada momento y lugar. Como que sólo se puede *espíar* la sociedad a través de las especificaciones y de las actuaciones de lo *visible*. Sería encontrar en la pantalla lo *visible* y percibir en el infinito espacio exterior, fuera de ella, la perturbación de los *agujeros negros*. Eduardo Grüner intentando un acercamiento ampliamente filosófico habla de *dialéctica negativa* (término adorniano) que resulta así, puesto que "ni el Concepto puede dar cuenta acabadamente de la Obra, ni la Obra puede reducirse al Concepto que la genera, pero tampoco puede decirse que ambas se complementan, se "completan" mutuamente"... entre lo "ininteligible" y lo "sensible", hay un mutuo *desborde*, que arroja restos indecibles -y a veces indecibles- y que abre un espacio de indeterminación y de conflicto, un campo de fuerzas y tensiones *silenciosas*"¹⁶.

"El cine puede ser imagen de una sociedad preci-

samente porque pertenece a ésta, en un IR y VENIR de sí mismo al mundo, que es quizás el rango más radical de su destino".

Francesco Casetti

El sociólogo Pierre Sorlin sostiene que siempre deberíamos definir correctamente y desde el comienzo el contexto en el que debemos trabajar, y distingue tres subcontextos: el de la **producción** (en la más extensa acepción del término, en el más global de los sentidos); el de la **competencia** (entre nosotros, la del cine de EE.UU) y el del **público**.

Hablar de público implica el papel preponderante de la crítica (público especializado si se quiere). Sabido es que los films, los textos, nunca pueden decir toda su verdad. Como indica Tveztan Todorov para la literatura, la crítica es el doble necesario, en este caso, del cine. Por otra parte, el comportamiento interpretativo es infinitamente más común que la propia crítica. Todos hablamos de cine, y no sólo en Hollywood, donde se dice que la de crítico es la segunda *profesión* de todo el mundo. En la opinión de Eduardo Russo, a todos nos gusta el cine, a pocos les interesa. Por esta razón el beneficio de la crítica consiste, de alguna manera, en *profesionalizar* este comportamiento, en poner en evidencia lo que no es más que una práctica inconsciente. Incluso, profesionalizar puede ser sinónimo de convertirla en una ciencia (Northrop Frye). Cosa posible si consideramos que, según Mario Bunge, la ciencia no tiene objeto fijo: cualquier problema puede abordarse científicamente con tal que involucre conocimiento. Lo que caracteriza a la ciencia no es una esfera de objetos sino un método, una actitud.

El citado Frye, a través de Todorov, nos dice que nos ponemos fácilmente de acuerdo en esto, en que el objetivo de este tipo de estudios es el mejor conocimiento de las obras, por lo tanto no hay que hacer una crítica (ni teoría o historia, sus discursos son hermanos) como si se hiciera una obra sino intentar hacer sus conceptos unívocos y sus premisas explícitas,

que es preciso practicar la hipótesis y la verificación. Esto es evidente si juzgamos, como Todorov con humor agríndice, la fuente habitual de ingresos de nosotros mismos y en algunos casos, la aridez del estilo que hace inaccesible las obras a los no iniciados¹⁷. Esta ciencia debe ser, se puede concluir, sistemática e interna.

La introducción de la ciencia hace que el orden aparezca en lugar del caos, el sistema allí donde no había sino azar e intuición; protege al mismo tiempo la integridad de ese campo frente a las invasiones externas.

Northrop Frye

Interna en el sentido de estudiar obra por obra, pero sin perder el sentido de los conjuntos (borrosos) más amplios a los que pertenecen las obras, los géneros, el cine, el mundo, ni el de los principios estructurales que actúan en más de una película. Se trata de buscar, como en cualquier ciencia humana, regularidades estructurales. En el otro frente algo que debe repetirse: ya no se trata de métodos sino de objetos, alejarnos de los enfoques externos, desde cualquier disciplina, que descuiden la especificidad del cine, y de su crítica. Como texto todo film es un palimpsesto, puede decirse. El acercamiento interno sitúa la obra en el contexto, y este debe ser el sincrónico y el diacrónico. El contexto también es la historia.

Y en este propósito, en lo sincrónico, hay que agregar a la crítica de las **obras**, conservando la necesaria distinción, la crítica de los **media**. Y a esto hacerle corresponder "una unidad deontológica centrada en torno al tema de la responsabilidad"¹⁸, tal como propone Lino Micciché.

Cuando vemos una película, vemos (leemos) siempre mucho más que una obra: estamos comunicados con la memoria cinematográfica (aunque parezca que el público cada vez la ejerce menos en esta época de consumo)¹⁹, nuestra propia memoria, la del autor/es, la de la obra misma, las obras que ya hemos visto, y hasta las otras, están presentes en nuestra visión

(audiovisión sería más apropiado) y todo texto, entonces, es un palimpsesto. Por ello debemos combinar el acercamiento interno y la actitud sistemática. Hasta es posible pensar en una poética de nuestro cine, pero una que diga **como son** las cosas y **no como deben ser**. Una poética histórica, propone(mos con) David Bordwell. Un análisis no normativo que no descuide la atención a lo recurrente y a lo que aparece como inédito.

Cada nueva película existía en un vacío estético, aun cuando continuara compitiendo con la taquilla de sus predecesoras. Públicos que esperaban poco, eran cautivados por lo poco que conseguían. Y tenían incluso menos puntos de referencia con que comparar.

Quien nunca ha visto Intolerancia, Amanecer, El ciudadano, Más corazón que odio, o Vértigo, difícilmente pueda esperar algo mejor que Batman vuelve.

John Belton²⁰

El cine argentino 1996-1999 puede ser tratado, entonces, como un **conjunto ideológico-temático-documental**. Y este conjunto debería ser puesto en presencia del conjunto de los acontecimientos del período. Habida cuenta de nuestra teoría (la de Lotfi Zadeh en todo caso) sobre lo poco clara que resulta la imagen de esos objetos-conjuntos, cualquiera sea la óptica que empleemos, debemos intentar el enfoque desde varios ángulos y distancias. Algo así como un montaje, o mejor, un *découpage*. Después de todo estamos hablando de cine. Y el cine clásico no hacía otra cosa que armar un *puzzle*. Descomponer la continuidad del espacio-tiempo para rearmarlo con ayuda de los *raccords*. Por supuesto, hoy estamos en otra época: la de los medios, la de la televisión. Y ya no hay, como dijo Serge Daney, que proponer rompecabezas para armar. La televisión, la realidad toda agregamos nosotros, es un rompecabezas. Si esto es así, no debemos preocuparnos excesivamente por los *raccords*, y comenzar a pensar como en el cine moderno, en las inserciones. Inventar el término *inserage*

(crítico) para reemplazar a *découpage* (analítico), como proponía el citado Daney.

Esto puede traer problemas de heterogeneidad en el resultado. Intentar unir la reseña de problemas estéticos, lingüísticos y teóricos de la representación en el cine argentino con cuestiones más de índole sociológica o ideológica relacionadas con ella puede ser difícil. Se pretende conservar el equilibrio a costa de lo preciso, en beneficio de lo significativo. Ha sido el problema de todos los estudios que nos preceden referidos a corpus más o menos amplios. Si bien es posible pensar que alguna vez, y citamos a Jacques Aumont y Michel Marie, se establezca "una lista, aunque sea incompleta, de los principales códigos específicos del cine, es inútil pensar que se pueda en modo alguno dominar la lista de sus códigos culturales, que siempre serán infinitos, y cuya definición quedará siempre al cuidado del historiador, del sociólogo o del antropólogo, más que del analista fílmico o del semiólogo"²¹.

Pero lo cierto es que este tipo de convenciones a estudiar son las que hacen que la sociedad (esta) pueda existir como tal, que produzca films de cierta clase y que tenga un público que se identifique con la institución cinematográfica (también esta). Vale la pena asomarse a estos fenómenos imposibles de medir e intentar ampliar nuestro conocimiento. Sólo se trata de no extraviar el hilo y, sobre todo, no ser mecánicos. El cine puede ser más un dispositivo que una máquina.

No podemos dejar de insistir. Encarar el estudio del cine es sostener en interrelación sus tres características (también limitaciones) de base: es **narrativo** (su dedicación principal es narrar); es una **industria** (se concreta industrialmente, en pequeñas o grandes dimensiones) y es **representativo** (acata las reglas de la representación). Sin convertir esto en una complicación, marcando de manera simple un hecho, viene a agregarse a lo anterior la circunstancia de que cada film puede ser tomado como un texto, en el sentido de lugar de una *escritura*, un juego do-

minado por las tensiones y los conflictos que persigue y que precede al mero acto de dotarse de sentido. De nuevo lo institucional, siempre lo particular.

*Es ciertamente una tarea ardua, entre otras cosas porque los grandes sistemas de persuasión masiva ya poseen una fuerza y un poder inmensos; pero no hay más alternativas en esta batalla (que es la misma de siempre, **mutatis mutandis**, aunque saber **mutar** es de suma importancia en este caso) por lograr que la Verdad no sea una dogmática Revelación sino una continua investigación.*

Lino Micciché

Bibliografía

- Aumont, J. y Marie, M.: Análisis del film. Paidós, Barcelona, 1990.
- Baudrillard, Jean: "El pensamiento único triunfa sobre el pensamiento universal", en La Nación, Pág.20, 08.12.00. Reportaje de Juana Libedinsky.
- Bordwell, David: El significado del film. Paidós, Barcelona, 1995.
- Casetti, Francesco: Teorías del cine. Cátedra, Madrid, 1994.
- Daney, Serge: "Como todas las viejas parejas, el cine y la televisión han terminado por parecerse", en Libération, París, 18.01.82. Extraído de <otrocampo.com>, 1999-2001. trad. de Fernando La Valle.
- Grüner, Eduardo: El sitio de la mirada. Norma, Buenos Aires, 2001.
- Jameson, Fredric: La estética geopolítica. Paidós, Barcelona, 1995.
- Jarvie, I.C.: Sociología del cine. Guadarrama, Madrid, 1974.
- López, Fernando: "Nuestro Cine tiende a renovarse", en La Nación, 07.01.01.
- Metz, Christian: Lenguaje y cine. Planeta, Barcelona, 1973.
- Micciché, Lino: "El cine cambia...¿y la crítica?". AA.VV. Cine literatura, sociedad, Letras Cubanas, La Habana, 1982.
- Moretti, Amílcar H.: "Lo que quedó después de la tormenta", en Espacio Progresista, Año 1, N° 2, pag 23, Buenos Aires, Julio 2000.
- Nichols, Bill: La representación de la realidad. Paidós, Barcelona, 1997.
- Russo, Eduardo: "Proposiciones estéticas ante un cine en mutación", ponencia presentada en las 2das. Jornadas de Historia, Teoría y Estética cinematográfica. UBA, Octubre, 1998.
- Sorlin, Pierre: Sociología del cine. FCE, México, D.F., 1977.

- Stam, R., Burgoyne, R. y Flitterman-Lewis, S.: Nuevos conceptos de la teoría del cine. Paidós, Barcelona, 1999.
- Thompson, Kristin: "El análisis neoformalista del film: un abordaje, muchos métodos", en *Breaking the Glass Armor - Neoformalist Film Analysis*, Princeton, Princeton University, 1988. (Trad. de E. Russo para circulación interna de la Cátedra de Teoría de la Crítica, FBA, UNLP).
- Todorov, Tzvetan: *Crítica de la crítica*. Paidós, Barcelona, 1991.

Notas

¹En rigor, hemos conocido a Lotfi Zadeh, quien por 1965 era Director del Departamento de Ingeniería Eléctrica de la Universidad de California, Berkeley, a través de un artículo de Luisa Lazzari aparecido en *La Gaceta de Económicas*, suplemento del diario *Página 12*, pág. 3, del 26-11-00, bajo el título "Incertidumbre y conjuntos borrosos". La Profesora Lazzari es Directora del Centro de Estudios en Metodologías Borrosas aplicadas a la Gestión y Economía, de la Facultad de Ciencias Económicas de la UBA. En este trabajo asegura que elementos de la teoría de los conjuntos borrosos vienen siendo aplicados para describir y resolver problemas de gestión, economía, medicina, biología, ciencias políticas y lingüística, además de su aplicación en tareas que han dado lugar a complejos desarrollos matemáticos aplicados a la ingeniería, la lógica y la computación.

²Moretti, Amílcar H.: "Lo que quedó después de la tormenta", en *Espacio Progresista*, Año 1, N° 2, Pág.23, Buenos Aires, Julio 2000. De allí hemos extraído: "En la Argentina cierta óptica de izquierda cae de modo recurrente en la tentación de establecer polarizaciones en el espacio de la cultura: Florida vs. Boedo, en literatura, es el ejemplo más conocido y tradicional. Se trata de una especie de ejercicio conjetural confrontativo como si no pudiese concebirse el país como un todo, como una conformación integral que incluye contradicciones y tensiones. En el caso del cine, cíclicamente, se repite la fórmula. Hoy sería algo así como oponer películas personales y de expresión al estilo de *Mundo grúa* a producciones de consumo del tipo *Papá es un ídolo*. La rutina de confrontar, en este caso, se acerca a la simplificación, a la necesidad de establecer un orden intelectual tranquilizador dentro del cual cada producto cultural sea ubicable en un estante previamente clasificado. Pero la cultura y el cine son más complejos que esta especie de congelamiento, desborda los dogmas de archivo y funciona de manera espontánea e imprevisible, aún más en un país como la Argentina, que desde su situación periférica sobrelleva hoy como pocas veces una situación vulnerable de extrema permeabilidad ante circunstancias internacionales sobre las que poco o nada se puede incidir desde aquí".

³Stam, R., Burgoyne R. y Flitterman-Lewis, S.: Nuevos conceptos de la teoría del cine. Paidós, Barcelona, 1999, pág. 233.

⁴Los citados Stam y Cía en el libro indicado en la nota precedente, desarrollan una exhaustiva panorámica sobre los autores a los que nos referimos, en su Capítulo 5. Desde el realismo a la intertextualidad, págs. 211-250. Allí remitimos a quienes deseen tener una actualizada perspectiva sobre el estado actual de las investigaciones al respecto.

⁵Escribe Manuel Antín (en *Clarín Espectáculos*, 16.02.01, pág. 6): "Fenómeno extraordinario, casi fantástico", para titular una colaboración en la que destaca la juventud, un promedio de edad que no supera los 30, de la delegación argentina al festival de Berlín. Y se pregunta qué país será factible: uno "que sueña todavía, y a pesar de todo, con un futuro posible e infinitamente mejor, o el que se inmoviliza en la quietud de la desesperanza?".

⁶Nichols, Bill (1991): *La representación de la realidad*. Paidós, Barcelona, 1997, pág. 232.

⁷En el Suplemento *Espectáculos* del diario *Clarín* del 11.02.01, pág.7, podemos leer el siguiente título: "La crisis argentina aplaudida en Berlín", en referencia al impacto producido en el Festival de esa ciudad por los films *Sólo por hoy* (Ariel Rotter) y *Toca para mí* (Rodrigo Fürth). Diego Lerer, el autor, habla de protagonistas quienes "más que vivir sobreviven dándose constantes cabezazos con la realidad".

Otro artículo titulado "La cultura del bajón", de Renata Rocco-Cuzzi, transcribe a un "mordaz" David Viñas, quien expresa: "Hoy no hay un equivalente a Los siete locos ni a Radiografía de la Pampa. Entonces el paradigma de la ficción era (durante la crisis de los años 30) *Erdsain*, un contrahéroe simbólico, hoy lo es el obrero desconcertado o descerebrado de *Mundo grúa*". En *Clarín*, Suplemento Zona, Pág.8, del 19-11-00.

⁸Se trata de un film realizado por Diego Dorado, como parte de sus prácticas en la Cátedra de Realización de Cine-TV (4º Año) de la Carrera de Comunicación Audiovisual, FBA.UNLP. Esta obra ha merecido cálidos elogios en cada una de las oportunidades en que fue presentada y revela una sintonía muy afinada con relación a los films que hemos señalado.

⁹Baudrillard, Jean: "El pensamiento único triunfa sobre el pensamiento universal", en *La Nación*, pág. 20, del 08-12-00. Reportaje de Juana Libedinsky.

¹⁰Thompson, Kristin. *El análisis neoformalista del film: un abordaje, Muchos métodos*, en *Breaking the Glass Armor - Neoformalist Film Analysis*, Princeton, Princeton University, 1988. (Trad. de E. Russo para circulación interna de la Cátedra de Teoría de la Crítica, FBA, UNLP, 1999).

¹¹Grüner, Eduardo: *El sitio de la mirada*. Norma, Buenos Aires, 2001, pág. 98.

¹²Citado en Casetti, Franceso: *Teorías del cine*. Cátedra, Madrid,

1994, pág. 128.

¹³Durante los años que comprende el estudio la cantidad de salas abiertas y la del público para películas argentinas y en general, fue en constante aumento para todo el país. Según el Departamento de Estudios e Investigación del Sindicato de la Industria Cinematográfica Argentina (DEISICA), estos son los datos, en una relación: Años/Salas abiertas/Localidades Cine Argentino/Localidades Total.

1996 / 499 / 1.653.460 / 21.348.249

1997 / 589 / 5.229.674 / 25.630.000

1998 / 830 / 4.179.479 / 32.431.388

1999 / 920 / 5.501.795 / 31.873.444

2000 / 8.044.491 (Sólo primer trimestre)

Como dato complementario, que nos impide hacer presunciones equivocadas por optimistas, encuestas oficiales encaradas por las Secretarías de Cultura y Comunicación de la Nación y de Cultura de la Ciudad de Bs.As., indican que el 59,9% de la población de todo el país no va nunca al cine y que el 10,5 de los que van no lo hizo en los últimos tres meses. En Clarín, pág. 45, del 24-12-00.

Más recientemente, en los Estados Unidos, "Hollywood vuelve a ser un negocio de película" según titula Clarín, Suplemento Económico, pág.15, del 25.03.01. Allí se indica que con respecto a 1999 la concurrencia a los cines aumentó un 25% y la cantidad de salas pasó de 26.500 a casi 38.000. "El público está retornando al cine en forma masiva" dice su autor, Christopher Parker.

¹⁴El criterio de elección de las obras que compondrán el corpus de nuestro estudio, de hecho, se ha organizado sobre dos ejes principales: las más taquilleras (algo ha de significar que gran número de espectadores se vuelquen hacia algunos films y no otros, más allá de su calidad) y las que han encontrado un consenso más favorable ante la crítica (más acá de su popularidad) por sus méritos artísticos.

¹⁵Más próximo de lo terrestre que de lo cósmico, esta expresión también es usada en otras disciplinas: cuando se está ante un "horizonte de sucesos" encontramos "agujeros negros" que pueden hacernos pasar a otra dimensión, o más simple y menos metafórico, obligarnos a tomar otra perspectiva y hacer nuevas preguntas. Cualquier libro de introducción al conocimiento del universo, al explicar el fenómeno, nos dice que los agujeros negros (los reales) son invisibles, pero que los astrónomos pueden detectarlos debido a las perturbaciones que producen a su alrededor y por la fuerza de atracción de la que nada puede escapar.

¹⁶Grüner, op.Cit., pág.114.

¹⁷Dice George Steiner (filósofo judío-franco-norteamericano): "Tuve oportunidad de vivir en la Universidad de Princeton y en la de Cambridge, rodeado de príncipes de las altas ciencias. En

las letras engañamos de la mañana a la noche. En ciencias, nada de engaños: si alguien finge está acabado. Comparada con la anatema del mundo científico, la excomunión medieval no era nada. Creo que en las ciencias se puede encontrar una moral de la verdad, una poética del mañana, un sentido del porvenir que podrían ser los gérmenes de ciertos criterios de excelencia humana". (en Revista VIVA, pag.31, Clarín, 11-02-01).

¹⁸Micciché, Lino, El cine cambia...¿y la crítica?, en AA.VV.,Cine, literatura, sociedad, Letras Cubanas, La Habana, 1982, pág.195. Allí dice: "Si por un lado la tarea del crítico es develar progresiva y constantemente los mecanismos de representación y comunicación que producen el sentido -o mejor dicho, las múltiples posibilidades de sentido- del mensaje; por otro lado, su tarea consiste en revelar los mecanismos de difusión y consumo puestos en marcha por los grandes aparatos del Poder para integrar todo en el orden del Discurso consentido y dominante. En fin de cuentas, se trata de suscitar el goce activo, creativo y autónomo de cada una de las obras, la capacidad de leerlas a fondo, más allá de las apariencias, y de favorecer una relación libre, dialéctica, no hipnótica con los grandes sistemas mediológicos, así como la posibilidad de pensar y elegir por uno mismo su propia imagen del mundo".

¹⁹Nuestro colega en este proyecto, Eduardo Russo, ha reflexionado sobre la actitud del espectador de nuestros días, más próximo a aquel de los primeros tiempos, sometido a las atracciones con que lo activaba la pantalla, que a la convocatoria de una memoria cinematográfica. Practicando un modo "energético", más que "ficcional" o "artístico" (según la clasificación de Roger Odin). También podríamos decir que se trata menos de un espectador que de un consumidor. "Este modo energético requiere del desapego hacia el valor referencial de la imagen, y aún de la puesta entre paréntesis de sus efectos de realismo", señala Russo. Y recuerda el neologismo espectador, un espectador diferente al tradicional: "uno que tiene conciencia de la simulación a través de la máquina cinematográfica (que) lo conduce a otra articulación con lo dado a ver y oír (y esta, de seguro, a una conexión diferente entre film y memoria)".

²⁰En referencia al cine de los 80's, citado por Maltby, Richard en "Nadie lo sabe todo", texto aparecido en Neal, Steve y Smith, Murray (eds.), Contemporary Hollywood, London, Routledge, 1998. Traducción de Fernando La Valle, publicada en <otrocampo.com>, edición N° 4, 2001.

²¹Aumont, Jacques y Marie, Michel: Análisis del film. Paidós, Barcelona, 1990. pág. 265.

²²Op.Cit., pág.196.



Calle 44 N° 676. Tel: (0221) 423-6783/84/78
e-mail: ciceop@perio.unlp.edu.ar

***“La diferencia entre una decisión y
una conjetura suele estar en la
información”***

Jack Trout

Sondeos de opinión pública	House Organ
Issue Management	MKT Electoral
Estudios de posicionamiento	Media training
Capacitación en RRHH	Comunicación en situaciones de crisis
Identidad e imagen corporativa	Gestión de prensa

Centro de Investigación y Capacitación en Estudios de Opinión Pública
Facultad de Periodismo y Comunicación Social
Universidad Nacional de La Plata

No t i c i a s

Noticias

El sitio de la Facultad de Periodismo y Comunicación Social w.w.w.perio.unlp.edu.ar



Desde su web-site, la Facultad de Periodismo y Comunicación Social de la UNLP ofrece la posibilidad de recorrer sus objetivos pedagógicos, su historia, los contenidos de su currícula profesional y visitar los enlaces a sus publicaciones periódicas y académicas.

Cátedras Libres

La Dirección de Transferencia Cultural y Educativa de la Secretaría de Extensión, organiza y coordina desde abril del corriente, las 6 cátedras libres que la Facultad de Periodismo y Comunicación Social de la UNLP brinda a la comunidad.

Las mismas han sido creadas con el fin de profundizar la discusión de los diferentes temas que las cátedras abordan.

Las cátedras son:

- *Cátedra libre Juan Domingo Perón, donde se discute y rediscute la realidad e historia del movimiento peronista en la Argentina;*

- *Leandro N. Alem, pensada para analizar uno de los partidos más antiguos de la república Argentina que sigue teniendo decisión en el rumbo político actual;*

- *Derechos Humanos, se analizan las políticas desarrolladas por los diferentes organismos de Derechos Humanos de nuestro país con sus estrategias en los diferentes ámbitos como comunicación, justicia, política, sociedad, psicológicos, etc.*

- *UNESCO, cátedra destinada a defender la libertad de expresión, es la única cátedra de libertad de expresión que posee la universidad argentina, para esto se analizan y se difunden diferentes hechos de ataques a la prensa;*

- *Rodolfo Walsh, en esta cátedra se estudia la obra del gran periodista y militante argentino Rodolfo Walsh y, a través de dicho estudio, dictar clases a través de seminarios para formar periodistas investigadores siguiendo la metodología utilizada por Walsh;*

- *Mercosur, donde se estudia y difunde esta nueva realidad de intercambio latinoamericano.*

Actividades realizadas en el año 2001

Cátedra libre Juan Domingo Perón: El lunes 9 de abril, se inauguró el ciclo 2001 de esta cátedra, en la misma se contó con la presencia del padre Luis Farinello quien realizó una exposición sobre "Peronismo y Justicia Social".

El miércoles 23 de mayo, con la presencia de María Christina Álvarez Rodríguez, sobrina nieta de Eva Perón, se desarrolló la segunda charla del ciclo, en este caso el tema de discusión fue "Eva Perón: Mito y Realidad".

El miércoles 30 de mayo se desarrolló la última actividad que la cátedra tenía planeada para el primer cuatrimestre de 2001, en dicha oportunidad se abordó el tema "Peronismo y Patagonia", para la misma se hicieron presentes el vice gobernador de la provincia de Tierra del Fuego Daniel Gallo, el diputado nacional por la misma provincia, Omar Becerra, el Secretario General del Instituto Nacional Juan Domingo Perón de Estudio e Investigación Históricas Sociales y Políticos, Dr. Manuel Urriza y el director del museo y biblioteca Juan Domingo Perón, Rubén Darío Basiles.

C. libre UNESCO - Libertad de Expresión: El lunes 4 de junio, se presentó el "Informe de Periodistas. Ataques a la prensa 2001" que contó con la presencia de Rosendo Fraga como principal orador y coordinador del debate.

Actividades a realizar en el segundo cuatrimestre

En el segundo cuatrimestre de 2001 dará comienzo la cursada de la *Cátedra Libre de Derechos Humanos*, la cual se desarrollará bajo la consigna "a 25 años del golpe". Las actividades planeadas para la misma son las siguientes clases:

9 de agosto: Presentación de la política de Derechos Humanos.

23 de agosto: El nacimiento de los organismos de Derechos Humanos

6 de setiembre: Presentación de un video sobre derechos humanos y la prensa

20 de setiembre: La noche de los lápices

4 de octubre: Medios de Comunicación. Derecho a la Identidad

18 de octubre: La justicia y los Derechos Humanos. Juicios por la verdad

1 de noviembre: Arte y los Derechos Humanos. Teatro por la Identidad

15 de noviembre: Presentación de un corto de Carlos Mujica.

Para la realización de dichas actividades se está articulando la posibilidad de contar con la presencia de las siguientes personalidades, muchas de las cuales ya están confirmando su presencia:

Estela de Carlotto (Titular de la Cátedra), Adolfo Pérez Esquivel, Nora Cortinas, Carmen Laparró, Mabel Gutiérrez, Alfredo Bravo, Horacio Vervistky, Magdalena Ruiz Guiñazú, Nelba Falcone, Nora Ungaro, Pablo Díaz, Lupes Montaner, el fiscal Schiffrim y Jesús Plaza.

Quienes deseen realizar dicha cursada, deberán inscribirse en la Dirección de Transferencia Cultural y Educativa -Secretaría de Extensión- Facultad de Periodismo y Comunicación Social.

Por su parte, la Cátedra libre *Rodolfo Walsh* iniciará su actividad académica el sábado 18 de agosto en la Facultad de Periodismo y Comunicación Social de la UNLP. Para este período están programados el dictado de dos seminarios: "Introducción al periodismo de investigación" a desarrollarse entre agosto y setiembre y "Prensa Institucional" a desarrollarse en el mes de octubre.

El cronograma del seminario sobre periodismo de Investigación es el siguiente:

18 de agosto, "El periodismo de denuncia e investigación", dictado por el profesor Malharro (titular de la Cátedra)

25 de agosto, Táctica y estrategia en el periodismo de Investigación, dictado por el profesor Salinas

1 de setiembre, AMIA un caso inconcluso, dictado por el profesor Levinas

8 de setiembre, Archivo Confidencial.

Quienes deseen realizar dicha cursada, deberán inscribirse en la Dirección de Transferencia Cultural y Educativa -Secretaría de Extensión- Facultad de Periodismo y Comunicación Social.

Para mayor información, dirigirse a la Dirección de Transferencia Cultural y Educativa de la Facul-

tad de Periodismo y Comunicación Social de la UNLP, a los teléfonos 422-4015 422-4090 4236778 o a la página de la Facultad de Periodismo www.perio.unlp.edu.ar

Dirección de Investigaciones Científicas y Postgrado

La Dirección de Investigaciones Científicas y Postgrado informa que en el segundo cuatrimestre se dictarán los siguientes seminarios:

-La justicia mediática. Las formas del espectáculo (La administración de justicia en los medios de comunicación)

Impartido por: Prof. Víctor Mariani y Prof. Esteban Rodríguez

Carga Horaria: 45 horas

Características: Con evaluación y producción final

Pre- inscripción: agosto 2001

Inicio: a definir

Contenidos generales del seminario: el seminario tiene como objetivo teorizar metódicamente el sentido del fenómeno de la mediatización jurídica, área prácticamente no estudiada. Para ello se propone estudiar cómo se construye el discurso mediático de la justicia como práctica de control social; establecer las diferencias entre justicia oficial y mediática; indagar las incidencias que las relaciones entre ambas producen en la sociedad.

-Los programas especializados y la comunicación radiofónica. La divulgación científica y cultural: La radio como problema

Impartido por: Prof. Cielito Depetris

Docente: María Eugenia García

Carga Horaria: 40 horas

Características: Con evaluación y producción final

Pre- inscripción: agosto 2001

Inicio: a definir

Contenidos generales del seminario: el seminario se propone abordar la comunicación social de la ciencia y la cultura con eficacia para hacer de cada especialidad algo comunicable, objeto de información periodística, susceptible de codificación para mensajes universales.

-Continuidades y rupturas del Periodismo en los siglos XVIII y XIX. Nuevos aportes para el debate

Impartido por: Prof. César L. Díaz

Carga Horaria: 40 horas

Características: Con evaluación y producción final

Pre- inscripción: agosto 2001

Inicio: a definir

Contenidos generales del seminario: el seminario se propone estudiar de manera global el desarrollo del periodismo gráfico en el siglo XIX; examinar las distintas fases evolutivas de la prensa argentina; analizar la histórica tensión existente entre el poder político y los medios de comunicación; conocer los riesgos que siempre conlleva el ejercicio de la profesión de periodistas; observar las prácticas y mitos de lectura con el propósito de compren-

der la real incidencia del mensaje periodístico; estudiar las diversas producciones periodísticas argentinas en el transcurso del siglo XIX.

-Marketing Integral. Estrategias y prácticas

Impartido por: Prof. Emiliano Caviglia

Carga Horaria: 40 hs.

Características: Con producción final

Pre- inscripción: agosto 2001

Inicio: a definir

Contenidos generales del seminario: el seminario se propone proveer las herramientas más avanzadas en la disciplina desde el punto de vista conceptual y práctico; complementar la formación de grado de los estudiantes incorporando conocimientos en marketing y negocios; mejorar la oferta de seminarios en la universidad.

-Metodología de investigación en Comunicación/Educación

Impartido por: Prof. Nancy Díaz Larrañaga

Carga Horaria: 40 hs.

Características: Con evaluación y producción final

Pre- inscripción: agosto 2001

Inicio: a definir

Contenidos generales del seminario: se propone como objetivo discutir y reflexionar sobre la investigación en comunicación/educación desde perspectivas cualitativas a la luz de la etnografía y la entrevista.

-El arte y la historia del sentido del ser

Impartido por: Prof. Javier Sanguinetti

Carga Horaria: 40 hs.

Características: Con producción final

Pre- inscripción: agosto 2001

Inicio: a definir

Contenidos generales del seminario: Se impartirán temas como la introducción a los

grandes géneros artísticos y al análisis estético onto-semántico; para luego abordar, el sentido trágico de la existencia, el sentido estético de la existencia y los medios y el sentido contemporáneo de la existencia.

-Las relaciones de género en Argentina. Mujeres, hombres y poder en el siglo XX
Impartido por: Dra. (cand.) Laura Graciela Rodríguez

Carga Horaria: 40 hs.

Características: Con evaluación final

Pre- inscripción: agosto 2001

Inicio: a definir

Contenidos generales del seminario: La propuesta de este curso es hacer un recorrido teórico y analítico de los principales debates alrededor del concepto de género desde una perspectiva relacional, que problematice las nociones de lo femenino y lo masculino con el ejercicio del poder. Se hará especial hincapié en el análisis de los casos investigados en la Argentina contemporánea por académicos de distintas disciplinas.

-Pistas para pensar nuestro tiempo. Las transformaciones del mundo y sus niveles de comprensión

Coordinador: Prof. Diana Lacal

Colaborador: Prof. Sergio Lerer

Carga Horaria: 40 horas de clases

Características: Con evaluación final

Duración: 8 clases

Pre- inscripción: agosto 2001

Inicio: a definir

Contenidos generales del seminario: el seminario se propone lograr nuevas formas de entender y actuar en las organizaciones atendiendo a los cambios vertiginosos de la sociedad actual. Además, desarrollar estrategias de comprensión de la dinámica de las relaciones

humanas en las Organizaciones, analizando el papel de la comunicación, la cultura y el poder en la gestión empresarial.

Los seminarios tienen por objeto posibilitar la formación, actualización, especialización y perfeccionamiento en el campo de la comunicación social de los egresados, profesionales, docentes o investigadores y de todo aquel que necesite completar su formación en la instancia del postgrado.

Los aspirantes a realizar Seminarios y Cursos de Postgrado deberán presentar como requisito de inscripción una constancia de Título de Grado, certificado analítico o, demostrar idoneidad mediante la calificación de antecedentes y/o por medio de una síntesis de su currículum vitae.

Criterios para la admisión:

Para la admisión la documentación será presentada a la coordinación de la Dirección de Investigaciones Científicas y Postgrado de la Facultad de Periodismo y Comunicación Social de la UNLP.

Los interesados podrán inscribirse a partir del 6 de agosto en la Dirección de Postgrado de la Facultad, calle 44 N° 676 (Aula 7). La Plata.

O por correo electrónico a:
posgrado@perio.unlp.edu.ar

Sistema Semi presencial de Tutorías

Una propuesta de renovación pedagógica

La Facultad de Periodismo y Comunicación Social de la UNLP reformó su Plan de Estudios en el año 1998. La implementación del nuevo plan, incluyó modificaciones sustanciales en cuanto a la obligatoriedad de las asignaturas en distintos niveles.

El Taller de Análisis de la Información fue una de las materias involucradas en estos cambios, pasando a conformar el Ciclo Básico Común y debiendo redefinir sus objetivos en función del nuevo perfil de los alumnos que actualmente la cursan durante el primer año. Paralelamente a esta nueva situación, la cátedra debe dar respuestas acordes a las necesidades y a la formación de los estudiantes del Plan 1989 que aún no se han graduado y que tenían esta asignatura como obligatoria en años superiores en la Orientación de Periodismo.

En una primera etapa, la cátedra designó comisiones especiales destinadas a atender particularmente a los estudiantes de años superiores para que pudiesen cumplir con la currícula diseñada para aquellos que optaran por la Orientación de Periodismo.

A pesar de prever la continuidad de estos alumnos en comisiones especiales muchos, por diversos motivos, no han podido cursar la materia. A partir de esta realidad se propuso un sistema que permitió adaptar la metodología y los contenidos propios de la asignatura con un régimen semipresencial.

Al tratarse de alumnos de años superiores, estos estudiantes ya tienen un bagaje y un conocimiento previo aportado por diversas asignaturas que atraviesan a su formación. En este senti-

do, y al tratarse de "análisis de la información" es muy importante explotar y conjugar esa formación y todos los saberes con los que los alumnos llegan a esta instancia en las prácticas propias del taller, como producciones integrales en las que se plasman diversas técnicas de análisis.

La formulación de estas ideas implica hacer frente a una renovación pedagógica que requiere entender este proceso de enseñanza aprendizaje desde otra perspectiva. No desde la práctica concreta y acotada al espacio áulico, y su proyección de crecimiento al término del taller, sino en la capacidad de investigar, analizar y posteriormente producir con una complejidad mucho mayor que la exigida en la modalidad de primer año.

El sistema implementado consiste básicamente en una modalidad semi-presencial en la que a cada alumno se le asigna la figura de un tutor - docente de la cátedra- que será el responsable de acompañarlo en el recorrido de Análisis de la Información.

Partimos de una concepción que considera que más allá de la existencia de saberes comunes brindados por las distintas asignaturas que cursaron, cada estudiante tiene necesidades como así también dificultades y carencias propias que requieren un seguimiento particular y personalizado.

Este planteo, puede parecer utópico en la realidad que vive hoy la Universidad pública donde la masividad parece obstaculizar este tipo de vínculo estudiante-docente que planteamos a través del sistema de tutorías. Sin embargo, creemos que podemos lograr romper con esta idea de que ante lo masivo poco se puede hacer y pensamos que, con el compromiso de los alumnos y de los docentes, es posible un acercamiento

del conocimiento, del crecimiento, del aprendizaje desde otro lugar.

En la responsabilidad y el compromiso de los estudiantes reside la clave del éxito del sistema. Aunque parezca sencillo enunciarlo, a la hora de la implementación y de la práctica en sí, a los estudiantes les resulta bastante complejo incorporar formas de trabajo y de relación con el docente totalmente nuevas. El acostumbramiento a una modalidad tradicional apegada al aula y a la dirección del docente en cuanto a cada una de las prácticas, promueve una actitud generalmente pasiva; con el nuevo sistema, se enfrentan a una instancia de trabajo diferente. Ellos deben aprender desde administrar sus propios tiempos hasta tomar sus propias iniciativas para abordar y analizar una temática determinada, como así también la realización de la práctica en sí, siempre, por supuesto acompañados por el tutor.

Lograr que los alumnos tomen conciencia e internalicen la responsabilidad que implica enfrentarse a una situación problemática y tomar decisiones, en este caso, la resolución de consignas, es fundamental teniendo en cuenta que se encuentran próximos al momento de ejercer la profesión.

La instancia de evaluación también se distingue de la que los alumnos conocen y están habituados. Entendemos a la evaluación como un proceso que abarca cada una de las etapas previstas en el sistema, con su correspondiente diagnóstico. No se trata de una calificación meramente cuantitativa, sino cualitativa y progresiva, de cada uno de los alumnos, teniendo en cuenta el inicio, el proceso, el fin y los resultados obtenidos.

Por otro lado, la experiencia de contar con la figura de un docente-tutor que acompaña y guía en el proceso de enseñanza aprendizaje, se constituye en un antecedente preparatorio y provechoso, facilitador de la instancia de elaboración de tesis de grado o de posgrado, y contribuye a la dinámica académica de estudios posteriores.

Maestría en Planificación y Gestión de Procesos Comunicacionales (PLANGESCO)



A cinco años de haberse iniciado como primer propuesta de posgrado en su especialidad en América Latina, la Maestría en Planificación y Gestión de Procesos Comunicacionales (PLANGESCO) abre exitosamente su sexta promoción, y continúa afianzando su perfil académico tendiente a formar profesionales con la más alta calidad de conocimientos y comprometidos con la realidad sociocultural nacional y latinoamericana.

La PLANGESCO reconoce en su propuesta una vocación social, cultural e institucional indiscutible. No está interesada en arrojar sólo resultados para una ampliación del conocimiento (que por supuesto, no descarta), ni tampoco en una formación únicamente profesional. No se busca solo enriquecer la ciencia de la comunicación, la planificación y la gestión, sino también, y de manera fundamental, enriquecer el conocimiento crítico de las transformaciones estructurales y reconocer los espacios que permitan establecer nuevos y mejores resultados que aporten alternativas sociales y culturales.

Por ella han transitado profesores e investigadores con reconocida trayectoria en el campo de la comunicación y la planificación del ámbito nacional e internacional. Jesús Martín Barbero, Guillermo Orozco Gómez, Mabel Piccini, Daniel Prieto Castillo, Héctor Schmucler, Washington Uranga, María Cristina Mata, Alcira Argumedo, Rosa María Alfaro, son algunos de ellos.

La originalidad de la carrera también resulta de la coincidencia y de la operación responsable de la Maestría entre una casa de altos estudios del ámbito estatal, la Facultad de Periodismo y Comunicación Social de la UNLP, con una organización no gubernamental de carácter privado como el Centro de Comunicación Educativa La Crujía, con larga experiencia en el campo de la comunicación.

La Maestría UNLP-CCE La Crujía encuentra su lugar en un proyecto latinoamericano del que participan universidades y centros de comunicación de cinco países de la región, como parte de un esfuerzo conjunto de intercambio y producción colectiva, con sentido latinoamericano, con espíritu de aunar esfuerzos y poner en común los saberes y los recursos humanos. Esto le ha permitido contar con la presencia de alumnos cubanos, uruguayos, brasileños, mexicanos, hondureños, chilenos y peruanos.

Para el presente ciclo lectivo, se aguarda la presencia del europeo Armand Mattelar y se encuentran dictando sus cursos los investigadores argentinos Aníbal Ford, Esther Díaz, Silvia Delfino, Juan Samaja, entre otros.

*Secretaría de Investigaciones Científicas y
Posgrado
Facultad de Periodismo y Comunicación
Social*

*Universidad Nacional de La Plata
Avda. 44 N° 676. (1900) La Plata. Buenos
Aires. Argentina
Telefax: 54 - 221 - 422-4015/422-4020/423-
6783/423-6784*

*Secretaría Técnica Maestría en Planificación
y Gestión de la Comunicación
plangesco@perio.unlp.edu.ar*

La Maestría en Periodismo y Medios de Comunicación surge como resultado de la reflexión, el análisis y el trabajo conjunto de la Facultad de Periodismo y Comunicación Social de la UNLP y de la Unión de Trabajadores de Prensa de Buenos Aires (UTPBA), entidades que junto a otras instituciones, especialistas, periodistas y docentes de la Argentina y América Latina, vienen compartiendo la preocupación, el compromiso y la responsabilidad de generar herramientas académicas perdurables, que coadyuven a sistematizar experiencias y crear un instrumento que promueva y potencie el abordaje científico de la investigación y la capacitación en el campo del periodismo y los medios de comunicación.

A un año de haber iniciado sus cursos, la maestría cuenta con casi un centenar de alumnos que no proceden exclusivamente del área de periodismo y comunicación. La propuesta ha seducido a profesionales de las más diversas disciplinas que buscan la discusión y la formación de la práctica periodística y el reconocimiento de las transformaciones operadas por los medios de comunicación en las dimensiones política-económica y sociocultural.

Se encuentran dictando sus cursos profesores, investigadores y profesionales del periodismo comprometidos no sólo con la labor profesional, sino con la tarea social, cultural y política que esta práctica implica. Alcira Argumedo, Jorge Bernetti, José "Pepe" Eliashev, Sergio Ciancaglini, Oscar Muiño, Martín Malharro, son algunos de ellos.

La construcción de una maestría en periodismo, la primera en Argentina, plantea una ruptura con la actitud prejuiciosa que emerge, a veces desde el ámbito académico, -otras,

Maestría en Periodismo y Medios de Comunicación

paradójicamente desde el campo profesional-, que tiende a simplificar o denostar y negar la necesidad de la formación y capacitación creciente de los profesionales del periodismo y de la comunicación, tanto en la instancia de gestión como de la propia generación de productos.

La propuesta de formación de posgrado está orientada a profundizar y optimizar, tanto en la Argentina como en otros países de América Latina, la labor de profesionales e investigadores que puedan trabajar, con recursos científicos y capacidad de intervención, en las situaciones y problemas que se suscitan en las diferentes prácticas sociales vinculadas a la planificación, desarrollo y gestión de la práctica del periodismo.

*Secretaría de Investigaciones Científicas y Posgrado
Facultad de Periodismo y Comunicación Social
Universidad Nacional de La Plata
Avda. 44 N° 676. (1900) La Plata. Buenos Aires. Argentina
Telefax: 54 - 221 - 422-4015/422-4020/423-6783/423-6784*

*Secretaría Técnica Maestría en Periodismo y Medios de Comunicación
maestriaperio@perio.unlp.edu.ar*



Red Iberoamericana de revistas de comunicación y cultura

MEDIOS, EDUCACIÓN, COMUNICACIÓN

Casilla de correo 3277.1000. Bs. As. Argentina

OFICIOS TERRESTRES

Facultad de Periodismo y Comunicación Social. Universidad Nacional de La Plata. Av.44 N° 676. La Plata. C.P.1900. Telefax: (0221) 4236783/84/78.

E-mail:oficiost@perio.unlp.edu.ar.

REVISTA BOLIVIANA DE COMUNICACIÓN

Casilla de Correo 5946. La Paz, Bolivia.

INTERCOM

REVISTA BRASILEIRA DE COMUNICAÇÃO

Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares de Comunicação. Av. Prof. Lúcio Martins Rodríguez, 443; bloco A, Sala 1, Cidade Universitaria. 05508- Sao Paulo, Brasil. Fax:8184088.

REVISTA DE COMUNICAÇÕES E ARTES

Escola de Comunicações e Artes. Universidade de Sao Paulo. Caixa postal 8191-05508-900 Sao Paulo, SP, Brasil. Fax: 8130596.

REVISTA COMUNICARTE

Instituto de Artes e Comunicações e turismo. Pontificia Universidade Católica de Campinas. Caixa Postal 317-CEP 13100. Campinas, SP, Brasil.

COMUNICAÇÃO E SOCIEDADE

Instituto Metodista de Encino Superior Rua do Sacramaneto 230 Rudge Ramos 09735-460 Sao Bernardo do Campo, SP, Brasil. Fax: 4553349.

E-mail: metodpgp@eu.ansp.br

UCBC INFORMA

Uniao Crsita Brasileira de Comunicação Social. Av. Jabaquara 2400, Loja 03, CEP 04046 Sao Paulo, SP, Brasil.

REVISTA DE COMUNICAÇÃO SOCIAL

Departamento de Comunicação Social. Universidades Federal de Ceará Av. Da Universidade 2762, Campus do Benfica, 60.020-180 Fortaleza, CE, Brasil. Tel.: 2434140

COMUNICAÇÃO & EDUCAÇÃO

Universidades de Sao Paulo Escola de Comunicações e Artes Departamento de Comunicações e Artes-ECA/USP. Av. Prof. Lúcio Martins Rodríguez, 443 Predio Central, 2do Andar, SalaB-17 Cidade Universitaria. 05508-900 Sao Paulo, SP, Brasil. Fax: 5511-8184326. E-mail: comueduc@usp.br

BIBLIOTECONOMIA E COMUNICAÇÃO

Facultade de Biblioteconomia e Comunicação Universidades Federal do Rio Grande do Sul. Rua Ramiro Bracéelos, 2705. 90035.007-Porto Alegre, RS, Brasil. Fax: 3306635.

E-mail: bibf@vortex.ufrgs.br

SIGNO Y PENSAMIENTO

Facultad de Comunicación y Lenguaje. Pontificia Universidad Javeriana. Carrera 7 N° 43-82-Edificio Angel Valtierra, Piso 7. Santa Fé de Bogotá, Colombia. Fax: 2871775.

E-mail: alalinde@javercol.javeriana.edu.co

COMUNICACIÓN U.P.B.

Facultad de Comunicación Social. Universidad pontificia Bolivariana. Apartado Aéreo 56006, Medellín, Colombia. Fax: 4118656.

COMUNICACIÓN Y MEDIOS

Escuela de periodismo. Universidad de Chile. Belgrano 10, Santiago de Chile. Fax: 2229616.

ARANDU

Revista Cuatrimestral de las Organizaciones Católicas de Comunicación (OCIC-AL, UCLAP y Unda-AL) Alpallana 581 y Whimper, Apartado Aéreo 17-21-178. Quito, Ecuador. Fax: 5932-501658.

E-mail: scc@seccom.ec

CHASQUI

CIESPAL-Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América latina. Av. Diego de Almagro 2155 y Andrade Marín. Casilla 17.01-584, Quito, Ecuador. Fax: 5022487.

E-mail: chasqui@ciespal.org.ec

TELOS-CUADERNOS DE COMUNICACIÓN, TECNOLOGÍA Y SOCIEDAD

FUNDESCO-Fundación para el Desarrollo de la Función Social de las Comunicaciones. Plaza de la independencia, 6.28001 Madrid, España. Fax: 3300675.

E-mail: revitelos@fundesco.es

COMUNICAR

Grupo Comunicar. Apartado 527.21080 Huelva, España. Fax: 260757.

E-mail: aguaded@uhu.esa

ESTUDIOS SOBRE LAS CULTURAS CONTEMPORÁNEAS

Programa Cultura-Universidad de Colima, Col. México. Fax: 27581.

E-mail: pcultura@volcan.ucol.mx

TECNOLOGÍAS Y COMUNICACIÓN EDUCATIVAS

Instituto Latinoamericano de la Comunicación Educativa. Calle del Puente N° 45, Col. Ejidos de Huipolco, Deleg. Tlalpan. C.P. 14380, México D.F. Fax: 7286554.

VERSIÓN. ESTUDIOS DE COMUNICACIÓN Y POLÍTICA

Departamento de Educación y Comunicación. División de Ciencias Sociales y Humanidades. Universidad Autónoma Metropolitana-Xochimilco, Col. Villa Quietud, Deleg. Coyoacán, México D.F. México. Tel: 7245061 Fax: 7245149.

REVISTA MEXICANA DE COMUNICACIÓN

Fundación Manuel Buendía, AC Guaymas 8-408, Col. Roma. 06700 México D.F. México. Tel.: 2071857. Fax: 2084261. E-mail: buendia@mpsnet.com.mex

CONTRATEXTO

Facultad de Ciencias de la Comunicación. Universidad de Lima. Apartado 852, Lima 100, Perú. Fax: 4378066.

DIÁ-LOGOS DE LA COMUNICACIÓN

FELFACS-Federación Latinoamericana de Facultades de Comunicación Social. Apartado Postal 180097, Lima 18-Perú. Telefax: 4754487/2252403.

E-mail: wneira@felafacs.org.pe/acano@felafacs.org.pe

CANDELA

Santiago de Chile 1180, esc 301. 11200 Montevideo, Uruguay. Fax: 962219.

ANUARIO ININCO

Instituto de Investigaciones de la Comunicación. Facultad de Humanidades y Educación. Universidad Central de Venezuela. Av. Neverí, Centro Comercial Los Chaguaramos, Piso 13, Los Chaguaramos. Apartado de correo 47339, Caracas 1041, Venezuela. Fax: 6622761. E-mail: ininco@conicit.ve

COMUNICACIÓN. ESTUDIOS VENEZOLANOS DE COMUNICACIÓN

Centro Gumilla Edificio Centro de Valores. Local 2, Esquina Luneta, Altigracia. Apartado 4838, Caracas 1010-A-Venezuela. Fax: 5647557.

*Pautas de presentación para colaboradores de Oficios Terrestres**

Los trabajos con pedido de publicación deberán ser remitidos al Director de la revista *Oficios Terrestres*, Facultad de Periodismo y Comunicación Social (UNLP), Av. 44 N° 676, La Plata, Provincia de Buenos Aires, Argentina. Teléfonos y fax: 54-221 4236783/4236784. E-mail: oficiost@perio.unlp.edu.ar.

Los trabajos deberán ser presentados en disquete 3^{1/2} en versión Word para Windows o cualquier versión compatible con Macintosh; con una extensión no superior a los 40.000 caracteres, consignando un breve currículum del autor.

Una vez recibidos los trabajos, serán sometidos a la evaluación del Comité Editorial y de árbitros anónimos. La revista no asumirá el compromiso de devolver originales como tampoco de dar respuesta a los articulistas de las consideraciones del Comité Editorial.

Citas

Deberán colocarse al final del texto y consignar en el siguiente orden: apellido y nombre del autor, título completo de la obra, editorial, lugar y fecha de edición del material consultado y los números de las páginas citadas.

En el caso de volúmenes colectivos, las citas deberán tener entrada por separado -en caso de contener la obra artículos que hicieran referencia al mismo tema- identificando los autores.

En ambos casos la referencia al autor y a la obra deberá ser clara. De citar un autor más de una vez, se utilizará: apellido y nombre del autor "op.Cit;p".

El término *Ibidem* se utilizará sólo cuando se quiera repetir punto por punto la cita precedente.

Ejemplo de uso de citas:

Estamos de acuerdo con Vázquez cuando sostiene que "el problema que examinamos está lejos de ser resuelto"³ y, a pesar de la conocida opinión de Braun, para quien "las cosas han quedado definitivamente claras en lo que respecta al viejo problema"⁴, estamos de acuerdo con nuestro autor en que queda mucho camino por recorrer antes de alcanzar el nivel de conocimiento suficiente"⁵.

³ Vázquez, Roberto: *Fuzzy Concepts*. Faber, Londres, 1976, pág.160.

⁴ Braun, Richard: *Logik and Erkenntnis*. Fink, Munich, 1968, pág.230.

⁵ Vázquez, op.Cit., pág.161.

En el caso de citar diarios y/o revistas, se deberá consignar el nombre de la publicación, número -si se tratara de una revista- fecha y número de las páginas citadas.

De tratarse de comunicaciones personales, cartas, manuscritos, declaraciones, etc., deberá especificarse la condición, como así también la fecha.

Ejemplo: Comunicación personal de autor (6 de junio de 1975). Declaraciones registradas el 6 de junio de 1975.

Notas

Se entiende por nota a las reflexiones, conceptualizaciones, ampliaciones, ejemplificaciones tanto del

autor del trabajo como de referentes en la materia. No irán entrecomilladas.

Bibliografía final

Se entiende por bibliografía final, el material consultado en el proceso de elaboración de los trabajos.

En el caso de haber utilizado citas en el desarrollo del trabajo, se volverán a consignar en este apartado, si se agregara información considerada importante por el autor, para ubicar al lector en la búsqueda de bibliografía, como puede ser el caso de la fecha de la primera edición o los títulos en su idioma original.

*Las pautas de presentación elaboradas por la redacción de *Oficios Terrestres* tienen por objeto unificar criterios en relación con el uso de citas, notas y bibliografía.

De los modelos posibles hemos elegido uno, que consideramos, facilita la forma en que el lector puede consultar tanto citas y notas como así también orientarse en la posterior búsqueda de bibliografía.

Se considera necesario el cumplimiento de las pautas a los efectos de contribuir con el armado y la corrección de la publicación.

Solicitud de suscripción

Nombre y apellido: _____

Domicilio: _____

Localidad: _____

El valor de la publicación es de \$15.

Indique con una X los números que desea recibir y envíe el cupón a la Facultad de Periodismo y Comunicación Social de la UNLP, o al Centro de Comunicación Educativa "La Crujía".

Número 1
octubre de 1995

Número 2
junio de 1996

Número 3
noviembre de 1996

Número 4
septiembre de 1997

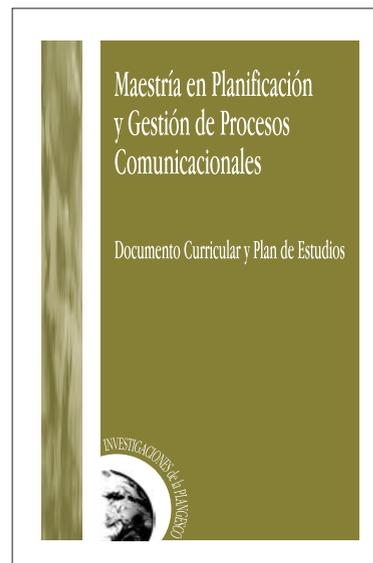
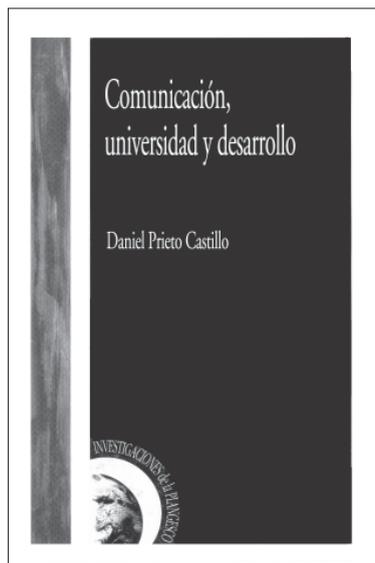
Número 5
septiembre de 1998

Número 6
diciembre de 1999

Número 7/8
octubre de 2000

Suscripción

INVESTIGACIONES de la PLANGESCO



Esta publicación
se terminó de imprimir en La Plata
en el mes de mayo de 2002

