

LA COMUNICACIÓN MEDIATIZADA: HEGEMONÍAS, ALTERNATIVIDADES, SOBERANÍAS

**La comunicación mediatizada: hegemonías, alternativas,
soberanías / compilado por
Susana Sel. - 1a ed. - Buenos Aires : Consejo Latinoamericano
de Ciencias Sociales - CLACSO, 2009.
240 p. ; 23x16 cm. - (Grupos de Trabajo de CLACSO)**

ISBN 978-987-1543-14-4

**1. Medios de Comunicación. I. Sel, Susana, comp.
CDD 302.23**

**Otros descriptores asignados por la Biblioteca Virtual de CLACSO:
Comunicación Alternativa / Medios de Comunicación de
Masas / Democratización / Medios Audiovisuales / Políticas
Públicas / Hegemonía / Resistencias Sociales / Identidad
Sociopolítica / América Latina / Venezuela**

Colección Grupos de Trabajo

LA COMUNICACIÓN MEDIATIZADA: HEGEMONÍAS, ALTERNATIVIDADES, SOBERANÍAS

Susana Sel
[compiladora]

Susana Sel
Daniel Hernández
Guillermo Mastrini
Damián Loreti
César Bolaño
Hélio Lemos Sôlha
Rosa María de Lahaye Guerra
Jovana Cestille

Mariano Mestman
Christian Delgado Bejarano
Alexandra Fierro Morales
Fernando de Tacca
Silvia Pérez Fernández
Blanca Eekhout
Thierry Deronne
Rita de Cássia Lahoz Morelli



CLACSO

Consejo Latinoamericano
de Ciencias Sociales



Conselho Latino-americano
de Ciências Sociais

Editor Responsable Emir Sader - Secretario Ejecutivo de CLACSO

Coordinador Académico Pablo Gentili - Secretario Ejecutivo Adjunto de CLACSO

Colección Grupos de Trabajo

Director de la Colección Marcelo Langieri - Coordinador del Programa Grupos de Trabajo

Asistentes del Programa Rodolfo Gómez - Pablo Vommaro

Área de Difusión y Producción Editorial de CLACSO

Coordinador Jorge Fraga

Edición

Ivana Brighenti - Mariana Enghel

Diseño editorial

Miguel A. Santángelo - Marcelo Giardino - Mariano Valerio

Divulgación editorial

Sebastián Amenta - Daniel Aranda - Carlos Ludueña

Arte de tapa Mariano Valerio

Revisión de pruebas Virginia Feinmann

Impresión Gráfica Laf SRL

Primera edición

La comunicación mediatizada: hegemonías, alternativas, soberanías

(Buenos Aires: CLACSO, marzo de 2009)

ISBN 978-987-1543-14-4

© Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales

Queda hecho el depósito que establece la Ley 11723

CLACSO

Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales - Conselho Latino-americano de Ciências Sociais

Av. Callao 875 | piso 5º | C1023AAB Ciudad de Buenos Aires | Argentina

Tel [54 11] 4811 6588 | Fax [54 11] 4812 8459 | <clacso@clacso.edu.ar> | <www.clacso.org>

Patrocinado por la Agencia Sueca de Desarrollo Internacional  **Asdi**

No se permite la reproducción total o parcial de este libro, ni su almacenamiento en un sistema informático, ni su transmisión en cualquier forma o por cualquier medio electrónico, mecánico, fotocopia u otros métodos, sin el permiso previo del editor.

La responsabilidad por las opiniones expresadas en los libros, artículos, estudios y otras colaboraciones incumbe exclusivamente a los autores firmantes, y su publicación no necesariamente refleja los puntos de vista de la Secretaría Ejecutiva de CLACSO.

ÍNDICE

Presentación	9
Susana Sel Comunicación alternativa y políticas públicas en el combate latinoamericano	13
Daniel Hernández El papel de los medios alternativos en la democratización de la comunicación y la sociedad	37
Guillermo Mastrini y Damián Loreti Políticas de comunicación: un déficit de la democracia	59
César Bolaño Jornalismo online: reflexões a partir da economia política da comunicação	71
Hélio Lemos Sólha Notas sobre a mídia e a sociedade brasileira	83

Rosa María de Lahaye Guerra Montaje y desmontaje de un espectáculo. Apuntes sobre la guerra mediática contra Cuba	97
Jovana Cestille MST e cinema	115
Mariano Mestman La exhibición del cine militante. Teoría y práctica en el Grupo Cine Liberación	123
Christian Delgado Bejarano y Alexandra Fierro Morales La producción documental en Colombia. ¿Hay alternativa?	139
Fernando de Tacca Antropologia e imagens em rede: A periferia na Internet	149
Silvia Pérez Fernández Fotografía y conflicto social en Buenos Aires. El estallido de 2001 y la emergencia de prácticas alternativas	169
Blanca Eekhout y Thierry Deronne Impacto social de la televisora ViVe en las organizaciones comunitarias del territorio venezolano	183
Rita de Cássia Lahoz Morelli Do fetichismo da mercadoria ao espelho de Narciso. Algumas reflexões sobre mídia, alteridade e diferença social	211

PRESENTACIÓN

ABORDAR LA COMUNICACIÓN y los medios actualmente implica relevar el proceso venezolano como gran laboratorio donde coexisten experiencias de medios comunitarios, populares y alternativos, donde la Revolución Bolivariana construye un nuevo sistema público a partir de redes alternativas, y también donde los medios masivos en poder de grandes grupos configuran hegemonías excluyentes.

Este gran laboratorio latinoamericano, definido como espacios de poder político, económico y social, es el campo de disputa de los sentidos culturales e ideológicos más significativos, en el contexto de las dramáticas transformaciones regionales que en las últimas décadas produjera el proceso de concentración del capital. Situaciones que han generado resistencias y prácticas diversas de intervención política también en el ámbito comunicacional, a través de la emergencia de medios audiovisuales como alternatividad.

El intento de golpe de Estado de abril de 2002 marca un giro en los procesos abiertos con el triunfo de la Revolución Bolivariana tres años antes. En el campo de la comunicación, atendiendo las demandas de participación y democratización de amplios sectores sociales, el Estado venezolano genera iniciativas constitucionales de regulación y la emergencia de experiencias mediáticas estatal-comunitarias, reinstalando la función social de los medios, objetivo excluido de las agendas

mercantilizadas. Un hito importante en la búsqueda de una nivelación al desequilibrio informativo generado por la dominación lo constituye la aprobación de la Ley de Responsabilidad Social en Radio y Televisión, por la Asamblea Nacional (2004).

El Grupo de Trabajo Producción Audiovisual y Medios en la Praxis Latinoamericana ha identificado a Venezuela como epicentro de los debates en torno al futuro de la comunicación alternativa y pública, en tanto herramientas de construcción y a la vez de enfrentamiento al cerco informativo en la región. En el Coloquio Internacional La Comunicación Mediatizada. Entre la Concentración Multimedial y Formas de Participación Popular en la Región, organizado por nuestro GT en la Universidad Central de Venezuela entre el 1 y 3 de septiembre de 2005, y que diera origen a este libro, estuvieron presentes numerosas y diversificadas experiencias alternativas que refuerzan el interés del caso venezolano para repensar ciertos modelos de comunicación ausentes en la región.

Modelos que se construyen desde las prácticas, enfocados en la necesidad de una pedagogía de la alteridad (Hernández), que se expresa en medios incluyentes, reformulando los roles de quienes participan y del propio hecho comunicativo (Eekhout-Deronne). La articulación de estos medios con otros en la construcción de redes nacionales, así como la relación establecida con los movimientos sociales, reconstruye un panorama de la comunicación alternativa en Venezuela.

Repensar la alternatividad comunicativa implica relevar experiencias de construcción histórica que traducen su grado de dependencia de proyectos políticos (Sel) y a través de ello es posible comprender la emergencia de nuevas prácticas en la conflictividad social argentina, tanto en el cine documental de los setenta (Mestman) como en la fotografía de los noventa (Pérez Fernández).

La capacidad regulatoria del Estado, funcional en estas últimas décadas a los grupos concentrados del capital, se transforma en una herramienta significativa para un proyecto de sociedad más inclusiva y participativa. Proyectos que sitúan en lugar central el derecho a la información y la comunicación, y requieren de nuevos marcos legislativos en relación con un sistema público de medios en Argentina (Mastrini y Loreti) y normativas en Brasil a partir de la reorganización económica del sector a raíz de Internet (Bolaño) y la televisión digital (Lemos Sólha).

La geopolítica regional asume condiciones límite en la militarización colombiana, con graves consecuencias sociales y políticas. Las dificultades de articulación de resistencias se expresan también en el campo audiovisual en la construcción de alternativas (Delgado Bejarano y Fierro Morales). Este proyecto geopolítico de la dominación, que no ha podido imponerse a la Revolución Cubana en casi cinco dé-

cadas de guerra declarada o encubierta, se desarrolla con fuerte énfasis desde el espacio mediático (Lahaye Guerra).

Relevar el carácter instrumental de los medios en las resistencias latinoamericanas implica abordar también un panorama diverso de construcción de identidades. La producción y utilización audiovisual para el Movimiento de los Trabajadores Sin Tierra (MST) de Brasil refiere también a una ruptura, no sólo con el cerco informativo, sino sobre todo con el “latifundio cultural” al que la dominación somete a los sectores populares (Cestille). En ese sentido, la autorrepresentación, a través de la combinación de imágenes y textos en sitios de Internet, facilitaría cierta inclusión de identidades marginalizadas en ciudades brasileñas (De Tacca). Identidades y alteridades negadas en su propia ciudadanía en un contexto de medios televisivos brasileños enfocados en el consumo (Lahoz Morelli).

Al considerar la producción mediática como parte del proceso histórico, se historizan formas socioeconómicas de organización hegemónicas y alternativas en imaginarios e identidades sociopolíticas de sujetos que se traducen en prácticas políticas. Creemos que este Grupo de Trabajo puede aportar en esa dirección, con una mayor comprensión de los procesos sociales y sus vinculaciones con la comunicación mediatizada.

Susana Sel

Susana Sel*

COMUNICACIÓN ALTERNATIVA Y POLÍTICAS PÚBLICAS EN EL COMBATE LATINOAMERICANO

La historia se ha encargado de destacar en numerosas ocasiones los fallos de representaciones centradas en la “aldea global”, que han nutrido el imaginario del gran público con respecto al futuro de la comunidad humana, y que, en la realpolitik de las empresas, han constituido un vivero inagotable para legitimar las grandes sagas de la conquista del mercado mundial.

Armand Mattelart

LA EXPERIENCIA MEDIATIZADA se expresa en la vida cotidiana y en la reproducción de lo social, en su clasificación y los recortes que, en forma de discursos, operacionalizan conceptos y categorías que los sectores dominantes asocian a la participación pública en la vida política. Por ello, abordar los medios de comunicación implica analizar un campo de disputas de significados que se materializan en experiencias y prácticas, en un contexto donde el capital, desde hace poco más de dos décadas, desencadena procesos que convierten a la información en un insumo importante en la estructuración socioeconómica de las sociedades. En este sentido, los cambios producidos en las sociedad, con los progresivos cruces entre informática, telecomunicaciones y audiovisual, modificaron las lógicas tradicionales del sector, redefinidas como proyecto de “Sociedad de la Información”¹, que

* Investigadora del Instituto de Investigaciones Gino Germani. Profesora de la Carrera de Ciencias de la Comunicación, Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires. Documentalista.

¹ Proyecto que para algunos autores implica determinismo tecnológico como modo de desarrollo (Castells, 2000) y que en realidad representa la desregulación de mercados teleinformativos mundiales con hegemonía estadounidense, profundizando la dominación también en el acceso desigual entre países y regiones (PNUD, 2001).

fuera presentado en los años noventa como nuevo modelo democrático de acceso e información y constituido como nueva geopolítica.

Ante las profecías tecnológicas de un sistema de exclusión y desigualdad, y comprendiendo el rol de la comunicación mediatizada en la construcción de identidades, relaciones y prácticas sociales, los diversos medios alternativos surgen en el marco de procesos sociales signados por las luchas contra la dominación y, por lo mismo, ligados indisolublemente al devenir de movimientos y grupos. La comunicación alternativa se plantea entonces como prácticas diversas (contrahegemónicas, libres, populares, comunitarias, independientes), creando nuevos medios para enfrentar la manipulación ejercida por los grandes conglomerados mediáticos, que hegemonizan la producción y distribución de información y significados.

En América Latina, en esa diversidad de luchas y articulaciones mediáticas, las definiciones sobre la comunicación alternativa se expanden en una infinidad de formas, estilos y soportes que abarcan desde artesanales boletines de prensa hasta la puesta en marcha de experiencias como las venezolanas (que se esfuerzan por establecer un sistema público de medios con características comunitarias). Son definiciones que ameritan su contextualización histórica, en tiempos en los que la ofensiva unipolar del capital transnacional se expresa en toda su violencia. Es por eso que desarrollaré este contexto como marco de la emergencia de alternativas.

DE LA GUERRA POR ¿OTROS? MEDIOS

Desde la propia definición de “cerco informativo”, que da cuenta de la clausura narrativa, ideológica y económica de la hegemonía en términos mediáticos, se reconoce la importancia estratégica de controlar los medios de comunicación masivos.

Dicho control se ejerce de formas variadas, que van desde las políticas organizacionales impartidas en tanto propietarios de los conglomerados multimediales hasta el uso de la fuerza que responde a los mismos intereses, en los casos en que la información no pueda ser manipulada.

Pensar hoy en las políticas hegemónicas del capital y sus medios de comunicación implica pensar también en estrategias de guerra. Una guerra preventiva definida por el complejo tecnológico-militar, a través del gobierno estadounidense presidido por George W. Bush y sus aliados que, presentados como comunidad internacional, intentan justificar guerras preventivas de otras a futuro. Así, la lucha contra el terrorismo, contra el narcotráfico (en su versión latinoamericana llamada “Plan Colombia”) o bien la presencia de bases militares resultan funcionales para ocultar los planes imperiales de saqueo y militari-

zación. Valga como ejemplo el hecho de que, a través de argumentos y pruebas falsas, el control de los medios de comunicación y el poder sobre los organismos internacionales sirvieron a los fines de justificar una invasión a Irak, so pretexto de evitar que este país utilizara armas de destrucción masiva, que más tarde se revelarían inexistentes.

DEVIETNAM A IRAK: EL CONTROL MILITAR DE LA INFORMACIÓN

Los militares estadounidenses analizaron el impacto de la información periodística de los corresponsales de guerra en la invasión a Vietnam (1964-1975). En particular, observaron su incidencia en la población estadounidense y el desarrollo del movimiento antibélico². La retransmisión en los medios de comunicación de los masivos bombardeos y el uso de agentes químicos dimensionaron la impopularidad de la política estadounidense, no sólo en el denominado Tercer Mundo o el bloque socialista, sino también en áreas significativas de la opinión pública occidental. A pesar de su poderío militar, el ejército de Estados Unidos perdió esta guerra en 1975, por la heroica resistencia del pueblo vietnamita, registrando también la propia resistencia interna en el país invasor, donde fue articulándose con movimientos contra el sistema.

A partir de este momento, se asume la importancia del campo informacional y se toman las medidas de control sobre lo producido por los corresponsales de guerra, en tanto información determinante para generar opinión pública y minimizar el impacto brutal de la realidad de la guerra. Una guerra continua del capital contra los pueblos.

Un momento determinante de control total de información se dio en la primera "Guerra del Golfo". En 1991, durante 37 días los propios mandos estadounidenses seleccionaron a los periodistas que accederían al frente de batalla, en el marco de un control absoluto de lo que podía ser visto, fotografiado y descrito al público. El resultado de esta política de control informativo (vehiculizado mayormente a través de la cadena CNN³) fue la ausencia de imágenes de combate o de víctimas fatales. En su reemplazo, se suministraron imágenes desde el frente aliado, con planos de cámaras con visión nocturna que se asemejaban a las de los videojuegos. De esta manera, la guerra en los medios era conceptuali-

2 Estados Unidos apoyó desde los años cincuenta la presencia colonial de Francia, y es a partir de la derrota de esta y la división de Vietnam en 1954, que auspicia al régimen de Vietnam del Sur, derrotado en 1964. Desde entonces comenzará la intervención abierta estadounidense, a través de lo que dio en llamarse el "incidente de Tonkín".

3 La Cable News Network (CNN) fue fundada en 1980, pero su legitimación se produce a partir de la cobertura exclusiva de la Guerra del Golfo en 1991. Perteneciente a la compañía Turner Broadcasting System (TBS), fue adquirida en 1995 por Time Warner, empresa estadounidense de comunicación y entretenimiento cuyos productos llegan a más del 80% de la población mundial a través de distintos medios. En 2000, esta compañía fue comprada por AOL América Online, proveedora de accesos a Internet, líder en el mundo desde 1998.

zada con términos tales como “bombas inteligentes” y “bombardeos quirúrgicos”, que provocaban la ilusión de una ausencia de muertos.

Asimismo, la información militar de posguerra excluyó informes de fuentes como las Naciones Unidas, donde constaba la muerte de más de un millón de personas en los primeros años posteriores al conflicto (de las cuales la mitad eran niños menores de cinco años) y el incremento de la mortalidad infantil por cáncer, como consecuencia del uranio dispersado por los misiles aliados⁴.

En 2001, tras los atentados en Nueva York y el Pentágono, estos controles fueron ajustados aún más. Si bien EE.UU. ejerce el control sobre los medios concentrados de su país, la emergencia de cadenas árabes como Al Jazeera o Al Arabiya, así como la presencia de medios independientes europeos, plantearon la posibilidad de fuga de información. En particular, porque desde la propia creación de Al Jazeera en 1996⁵ el envío de corresponsales a las zonas de conflicto tenía como objetivo la obtención de imágenes que, durante la invasión a Afganistán e Irak, exhibían las bajas en las fuerzas invasoras, así como las consecuencias de los bombardeos en las ciudades arrasadas. Este objetivo fue motivo suficiente para que la milicia estadounidense procediera a la destrucción de sus sedes en Kabul y Bagdad.

De allí que en esta situación, ya contemplada en la invasión a Afganistán (2001) y previo al inicio de una nueva invasión a Irak (2003), se refuerce el control sobre el periodismo que participaría en el frente, en tanto “integrados” (*embedded*) a las fuerzas militares. Estos profesionales deberían viajar con las tropas e informar dentro de las unidades militares, recibiendo de esos mandos un control tal que condicionó la información producida.

Además, las fuerzas de ocupación (Pentágono y gobiernos aliados) sólo aseguraron protección a este tipo de profesionales, a la vez que aconsejaron abandonar el país a aquellos que daban cobertura desde el interior de Irak. Por tanto, los periodistas independientes tenían reducido el campo de acción y cobertura, que se limitaba a los alrededores de sus alojamientos.

4 El *Estudio de las condiciones de vida en Irak 2004* fue organizado por el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) en colaboración con el ministerio iraquí de Planificación y Cooperación al Desarrollo y dirigido por un equipo noruego, con participación de miembros de la Organización Central para Estadística y Tecnología de la Información de Bagdad. Sus conclusiones han sido obtenidas a partir de entrevistas realizadas entre abril y agosto de 2004 a miembros de 21.688 familias en 18 provincias de Irak. Puede consultarse en <www.iq.undp.org/ilcs.htm>.

5 Al Jazeera fue creada en 1996 por el Emirato de Qatar. Está dirigida al mundo árabe, con periodistas formados por la CNN estadounidense y la BBC inglesa. A fines del año 2000, la cadena contaba con una audiencia promedio de 35 millones de espectadores, transmitía las 24 horas a través de 26 corresponsalías en el exterior, y empleaba a 450 personas.

Las formas en que se lleva a cabo el control de la información son diversas, y van desde el dominio de los contenidos hasta el límite de la eliminación física cuando se hace evidente que tal control no puede ser ejercido. En el contexto de la invasión a Irak –una guerra por controlar y censurar el flujo y las transmisiones al mundo de imágenes en directo y diferidas (Prados y Altares, 2003)–, se exponen a continuación los casos en los que estas modalidades se ejercieron.

EL CASO HOTEL PALESTINE

El Hotel Palestine, de veinte pisos, está ubicado en una zona de casas bajas de Bagdad. Su posición estratégica permite no sólo una visión simultánea de las acciones a varios kilómetros a la redonda, sino también un panorama del bombardeo al otro lado del río Tigris.

En el mencionado hotel se alojaban 150 periodistas acreditados como prensa independiente, diferenciados de 700 periodistas “integrados” que habían viajado con las tropas estadounidenses.

El 8 de abril de 2003, y ante la resistencia local encontrada, las tropas estadounidenses atacaron el Hotel Palestine. Murieron en ese ataque los camarógrafos José Couzo, de Tele 5 España, y Taras Protsyuk, de Reuters, que desde los pisos 14 al 16 capturaban y transmitían las imágenes que luego vería el mundo.

Los disparos fueron efectuados a un kilómetro y medio de distancia de los tres pisos altos del Palestine y se informaron al mundo como un fatal *error* militar. Investigaciones posteriores confirmaron que, en realidad, se trató de un ataque que el ejército norteamericano planificó y efectuó en simultáneo con el ataque a las sedes de la cadena de televisión Al Jazeera (que tuvo como resultado la muerte del periodista Tarek Ayoub y heridas a su compañero Zohair al-Iraqi. Otra cadena árabe, Abú Dhabi TV mostró las imágenes del ataque, y trasladó a los heridos en uno de sus móviles).

En el fondo, estos ataques desnudan las necesidades y dificultades de los mandos estadounidenses para manejar y filtrar la información en situaciones de conflicto militar. Particularmente, porque esta prensa “independiente” está integrada por corresponsales de agencias de noticias como Reuters y Associated Press, que no pueden ser catalogados como alternativos (si bien sus informaciones desde el frente muchas veces son recogidas por estos últimos). Un caso paradigmático es el del periodista Robert Fisk, desde el periódico inglés *The Independent*, con una posición muy crítica hacia las políticas implementadas por los gobiernos de ocupación.

EL CASO NICHOLAS BERG

La noticia de la decapitación del ciudadano estadounidense Nicholas Berg⁶ por parte de un grupo islamista en Irak fue informada por la agencia Reuters en Dubai, a través de un video⁷ que circuló a partir del 12 de mayo de 2004 y se difundió por las cadenas de televisión estadounidenses Fox News y CNN, y por la inglesa BBC.

Confirmado como auténtico por la CIA, fue desmontado en su falsedad por un análisis publicado en Internet por la Red Voltaire (Réseau Voltaire) el 18 de mayo de 2004. Especialistas en video comprobaron, en relación a las imágenes y sonidos contenidos, que la vestimenta, los movimientos y las formas empleadas presentan incoherencias respecto a tiempo, espacio y especificidad cultural del supuesto grupo decapitador, concluyendo que en realidad son propias de un armado propagandístico.

Las organizaciones islámicas niegan que los secuestros y las decapitaciones a rehenes extranjeros tengan que ver con sus creencias o metodología operativa, y señalan que son ejecutados por mercenarios al margen de los grupos que integran la resistencia iraquí contra las fuerzas invasoras estadounidenses.

Según la cadena de noticias BBC, las imágenes de rehenes aterroizados y atados de pies, con hombres armados y enmascarados en un anárquico país extranjero, tienen la cobertura garantizada en todos los noticieros y en las primeras planas de todos los periódicos y sitios web. Coincidentes con la estrategia estadounidense, las grandes cadenas informativas comenzaron a destinar más espacio a las imágenes y videos de los secuestrados o “ejecutados” que a las coberturas de las masacres norteamericanas o los ataques de la resistencia iraquí.

EL CASO GIULIANA SGREGNA

Liberada el 8 de marzo de 2005 de un secuestro extorsivo, la periodista relató que las fuerzas estadounidenses que acibillaron su auto tenían orden de no dejarla salir de Bagdad: “Tenía informaciones y los militares estadounidenses no querían que saliera viva” (*Il Manifesto*, 2005). En todo caso, sería una muerte adjudicada a la resistencia iraquí. La periodista salió ilesa gracias a que el jefe de los agentes secretos italianos se arrojó sobre su cuerpo recibiendo todos los disparos que se dirigían hacia ella.

6 Aún no se ha podido determinar la relación de este ciudadano con ciertos movimientos pacifistas en los que estaba enrolada su familia.

7 El video (disponible en <www.al-ansar.biz>) fue instalado en el servidor por una sociedad malasia. Ante la avalancha de visitas, fue retirado del sitio web. La propiedad de la dirección en Internet pertenecía a Arab Press House, una sociedad de prensa con sede en Londres y sin vínculo alguno con los islamistas.

Por informaciones accesorias que circularon en varios medios, se señaló que el secuestro de la periodista italiana no obedecía a motivaciones políticas, sino a objetivos de extorsión económica, a diferencia de otros casos en los cuales se combinan ambos factores o que son exclusivamente de índole política. Reforzando esa hipótesis, en julio de 2005, el ayatolá iraní Alí Jamenei denunció que agentes estadounidenses e israelíes estaban detrás de los secuestros y ejecuciones de extranjeros en Irak.

El resultado de este tipo de manipulación deriva en una visión parcial de la realidad iraquí, con una difusión de falsedades que deshumaniza a la población en términos de fanáticos, caracterizando a la resistencia legítima como terrorista e impidiendo empatías que pudiesen derivar en solidaridad activa. En esta manipulación se oculta tanto el objetivo real de la ocupación –en relación con el saqueo y la apropiación de recursos naturales– como de los medios para llevarla a cabo –crímenes de guerra, torturas, uso de armas prohibidas e incluso el vacío político y militar en que se encuentran las propias fuerzas de ocupación y sus aliados sobre el terreno.

La información producida por los periodistas “integrados”, así como por los de las grandes agencias protegidas, amplifican los partes bélicos y utilizan las mismas fuentes del Pentágono, dado que sus intereses empresariales, en la mayoría de los casos, van de la mano de aquellos de los responsables de esta invasión y posterior ocupación.

ASIMETRÍAS Y CONFLICTOS DE BAJA INTENSIDAD EN LA CONCENTRACIÓN LATINOAMERICANA

En estas estrategias de dominación, la categoría de guerra asimétrica planteada en términos de neutralización total del enemigo daría cuenta asimismo de las ventajas de una brecha tecnológica y armamentista creada por la hegemonía y sustentada materialmente en el reconocimiento de las desigualdades (Ceceña, 2006). Una brecha que no puede definirse sólo por el desarrollo tecnológico, sino que debería ser considerada como producto del desequilibrio socioeconómico que lo engendra y contiene, basado en las condiciones de propiedad, participación y accesos diversos.

Este enfoque se diferencia del reduccionismo, que considera la información y comunicación como cuestiones de accesos a cierta tecnología informática (Mastrini y De Charras, 2005). En ese sentido, revisar las políticas aplicadas en las últimas dos décadas en América Latina es analizar las formas feroces de desestructuración económica, con transferencia de patrimonios públicos a grupos privados, produciendo gravísimos estados de exclusión social.

Estas formas adoptadas se asimilan a los conflictos “de baja intensidad”, tanto en sus preparativos políticos, militares y mediáticos,

como en el despliegue sobre el terreno de una ofensiva combinada entre el exterior y la complicidad interna, apelando a los recursos de acción psicológica.

En ese sentido se ubican las propuestas contenidas en los documentos de Santa Fe. Los primeros documentos elaborados por los equipos de Ronald Reagan y George Bush (padre) expresan los proyectos imperiales, cuyos analistas y teóricos dedican una extraordinaria cantidad de recursos a la previsión de sus políticas de penetración y dominio mundial. En la introducción a Santa Fe IV se puntualiza:

A través de los años, estos estudios del Partido Republicano han sido reconocidos por su enfoque práctico de los problemas hemisféricos como asimismo por su creciente interés en la totalidad del espectro de cuestiones [...] Si uno considera los antecedentes y experiencia de sus contribuidores, cada uno ha vivido un romance de toda la vida con América del Sur y Central, dedicando muchos años en esa región en el campo de los negocios privados, el periodismo y los más altos rangos del servicio militar estadounidense, los servicios de inteligencia y el cuerpo diplomático (Balvé y Suárez, 2001).

Los grupos concentrados del capital que detentan en sus manos el poder político participan al mismo tiempo de empresas y medios de comunicación. Es en esta interacción de negocios privados y periodismo que se construye consenso. La concentración de medios en la región parte de empresas asentadas en estructuras familiares (como los casos de Televisa en México, Cisneros en Venezuela, Globo en Brasil, y más tarde Clarín en Argentina), que se articulan a partir de la internacionalización de los mercados audiovisuales y del recambio generacional acaecido en los principales grupos de comunicación. Si bien estos retienen el control familiar, la asociación subordinada a los grandes grupos modifica sus actividades comerciales mundiales, multiplicando las posibilidades de distribución.

De allí que, siguiendo el análisis de Herman y McChesney (1999), estos grupos latinoamericanos pertenecen a un tercer nivel de sectores dominantes en las actividades informacionales, donde confluyen líderes de mercados domésticos nacionales o subregionales del resto del planeta. Unas noventa corporaciones dominan el mercado regional –con una lógica semejante a la que observan los principales actores corporativos a escala mundial–, entrecruzan negocios entre sí y hacen alianzas internacionales con actores de mayor peso en el mercado internacional. Los grandes grupos latinoamericanos se reservan el dominio sobre sus mercados originales, desarrollando importantes alianzas con grupos transnacionales para la promoción de nuevos servicios informaciona-

les. La desregulación, las privatizaciones y la desnacionalización de la economía se realizaron siguiendo las necesidades del mercado.

En un segundo nivel se ubican compañías y grupos dominantes de mercados regionales. Se trata de unos cincuenta grandes grupos en el mercado mundial: *The New York Times*, Hearst, *Times Mirror*, Havas, Mediaset, Hachette, Canal Plus y Reuters, entre otros, constituyendo el núcleo más dinámico del sistema mundial. Su relación con los grupos del primer nivel les permite articular las estrategias de los más grandes a los entornos regionales más deseables, asociando emprendimientos de las transnacionales con alguno de los grupos de este segundo nivel.

Por último, existe un primer nivel conformado por diez grandes compañías y grupos transnacionales, que operan en el mercado mundial a través de sus redes globales de distribución y control de diferentes actividades informacionales, entre los que se distinguen: General Electric, AT&T, Disney, Time Warner-AOL, Sony, News Corp., que se constituyen a partir del funcionamiento del mercado estadounidense, del que obtienen sus mayores ingresos.

Todos estos niveles implican diferentes destinatarios de las transformaciones del campo a partir de las últimas décadas, a fin de comprender la lógica del mercado mundializado. Se trata de un mercado que cambia rápidamente, a partir de fusiones que concentran cada vez más la propiedad de los medios en menos grupos— como el caso de Time Warner en el primer nivel, que fuera adquirida por AOL (ver Nota 3).

Asimismo, estos procesos de reordenamiento económico de la información son producidos por la convergencia de soportes tecnológicos, el desmantelamiento del espacio público, las estrategias mundializadas de los grandes grupos y la expansión del campo publicitario.

La publicidad sigue siendo la principal fuente de ingresos del sector —vinculada con el consumo— y forma parte de la estrategia misma de producción de información. Integra el mundo de la comunicación; es el aparato ideológico del sistema, y la información así producida está en función de las exigencias del beneficio comercial. Aun en aquellos casos de prensa “gratuita”, en realidad juega la publicidad, dado que las empresas mediáticas proveen un número de consumidores a los anunciantes de esos grupos, articulando la relación de dominación (Ramonet, 2002).

En el cuadro siguiente, se describe el volumen de la inversión publicitaria en nueve países latinoamericanos para el año 2005.

Cuadro 1
Inversión publicitaria por habitante, 2005 (en miles de dólares)

País	Inversión publicitariaⁱ	Habitantesⁱⁱ	Inversión publicitaria per cápitaⁱ
Argentina	1.385.761,25	38.400.000	36,09
Brasil	6.410.864,11	183.900.000	34,86
Chile	723.400,07	16.100.000	44,93
Colombia	1.326.174,54	44.900.000	29,54
Ecuador	534.228,63	13.710.234	38,97
México	3.484.402,84	105.700.000	32,97
Perú	273.512,84	27.600.000	9,91
Uruguay	97.035,39	3.400.000	28,54
Venezuela	718.648,29	26.300.000	27,33
Totalⁱⁱⁱ	14.954.027,96	460.010.234	32,51

Fuente: Observatorio de Industrias Culturales del Gobierno de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires (2006).

ⁱ Estimaciones de la Asociación Argentina de Agencias de Publicidad (AAP) con base en la información suministrada por las distintas cámaras y asociaciones de agencias de publicidad de los países intervinientes.

ⁱⁱ Datos CEPAL.

ⁱⁱⁱ Cifras totales referidas a los nueve países participantes.

Es de cara al poder que adquieren estos grupos que se transforma así mismo el carácter de usuario en cliente, con evidente exclusión de quienes no posean capacidad de pago. Se trata de cuestiones centrales que marcan también la intervención estatal en estos procesos de concentración en la región, donde la enorme desigualdad en la distribución de la riqueza restringe el nivel de acceso a los bienes y servicios informacionales, un nivel central en la configuración de los nuevos mercados.

LA DISCUSIÓN ALTERNATIVA

En este contexto de exclusión, y en consonancia con las resistencias que enfrentan al sistema, desde hace más de dos décadas tiene lugar un gran desarrollo de medios alternativos. El debate sobre el origen de estos medios fija como punto de partida las manifestaciones contra la globalización del neoliberalismo de 1998, en la ciudad estadounidense de Seattle. Su desarrollo también produce la aparición del primer centro de medios independientes (Indymedia), que a través de la utilización de nuevas tecnologías de la información y la comunicación (Internet, audiovisual) acrecienta la circulación a niveles planetarios.

No obstante, es necesario aclarar que las experiencias de comunicación regionales o mundiales tienen antecedentes previos en la región. Ya en 1994, en paralelo a la firma del Tratado de Libre Comercio, emerge el Ejército Zapatista de Liberación Nacional (EZLN), con una gran incursión en el uso de estas tecnologías comunicativas. El EZLN y sus movimientos de apoyo comienzan a utilizar estos medios en un proyecto de comunicación alternativa que transforma el sentido de lo comunitario, tradicionalmente entendido como localista, y que interpela a una comunidad mundial. La irrupción de estas experiencias en el mundo de los medios vuelve a situar en el debate la articulación de estos en su amplia diversidad tecnológica con el movimiento social.

Son prácticas que reconocen originales trayectorias latinoamericanas, como los casos de las prensas obreras y populares argentinas de fines del siglo XIX y principios del XX, las radios mineras bolivianas de mediados del siglo XX y las experiencias en medios que marcará el triunfo de la Revolución Cubana y su incidencia en los movimientos de liberación latinoamericanos, entre otros.

Así, las emisiones de Radio Rebelde, creada por el Che Guevara en la Sierra Maestra en 1958, y la creación de la agencia cubana Prensa Latina, ya en la Cuba revolucionaria de 1959, lograron instalar la problemática de la dominación e impulsaron numerosas experiencias en los contextos regionales y mundiales de los movimientos de liberación. La emergencia en los sesenta y setenta de un gran movimiento de cine documental, que dio en llamarse “Nuevo Cine Latinoamericano”, denunciando las condiciones de dominación, consideraba al medio como una herramienta en la lucha por la liberación; era un cine definido como “militante”, en consonancia con otras múltiples experiencias, como las radios libres en Italia y Francia.

Luego de las derrotas infligidas por el capital desde mediados de los setenta, la amplia diversidad de experiencias de comunicación alternativa en América Latina hoy es asimismo la expresión de la heterogeneidad de movimientos y sectores provenientes no sólo de diferentes espacios sino también de diferentes actores sociales y contextos. En ese marco, la definición de lo “alternativo-contrainformacional” expresa una gran diversidad de propuestas, ya que sus actores provienen de espacios con objetivos y concepciones políticas también diversos.

Sin ánimo de unificar la tensión que atraviesa las categorías alternatividad y contrainformación, la consideración como campo único remite a la oposición a los grandes conglomerados mediáticos hegemónicos. No se trata de una oposición simplificada en un movimiento único, sino en la diversidad y particularidad de propuestas abarcativas de distintas experiencias de comunicación.

Intentando elaborar un mapa de la situación actual en la región, se establecerán ciertas categorías que vinculan asimismo las discusiones teóricas sobre lo alternativo, articuladas con los cambios producidos en estas últimas décadas.

De allí la consideración analítica en tres niveles: un campo alternativo-contrainformacional actual, entendido como abarcativo (y no síntesis) de la heterogeneidad y particularidades de las propuestas comunicacionales; luego, una propuesta de sistema público de medios, en relación con las experiencias comunitarias-estatales como las de Venezuela; y, finalmente, un intento de constitución de comunicación regional e interestatal como lo es la Televisora del Sur (Telesur).

CAMPO ALTERNATIVO-CONTRAINFORMACIONAL POLÍTICAS NACIONALES DE COMUNICACIÓN

La discusión sobre alternatividad y contrainformación reconoce antecedentes en las experiencias de las décadas del sesenta y setenta –en un contexto marcado por las luchas de liberación en el “Tercer Mundo”– que, conformadas como propuestas de descolonización, tuvieron su primer hito en la conferencia de Bandung en 1955⁸ y en la constitución del Movimiento de Países No Alineados en Belgrado, en 1961. Focalizando en la autodeterminación, el desarrollo socioeconómico y la reestructuración del sistema mundial⁹, el Movimiento proponía crear un Nuevo Orden Internacional de la Economía, entendido como descolonización del régimen económico que sometía a las periferias a la hegemonía política y financiera de los países centrales.

En consonancia con esta propuesta, el planteo de un Nuevo Orden Internacional de la Información (NOII) intentaba corregir el desequilibrio expresado también en el campo de la información, ya concentrado por EE.UU. y países de Europa Occidental. Una concentración expresada tanto en la disponibilidad de medios masivos y acceso a nuevas tecnologías de comunicación, como en la magnitud de agencias noticiosas, empresas y servicios publicitarios que, al impedir el libre flujo informativo, incorporaban la dominación cultural a la dependencia económica (Beltrán, 2000).

Estos intentos por lograr cambios, en particular a partir de mediados de los setenta, encontraron una férrea resistencia en las poten-

8 La primera Conferencia Afro-Asiática de Bandung, Indonesia, en 1955, reunió a 29 jefes de Estado de los dos continentes para identificar y evaluar los problemas mundiales del momento, y a fin de desarrollar políticas conjuntas en las relaciones internacionales. Allí se adoptaron los “Diez Principios de Bandung”, que luego constituirían los objetivos de la política de no alineamiento y los criterios centrales para la membresía del Movimiento.

9 Criterios de membresía formulados en la conferencia Preparatoria para la Cumbre de Belgrado (El Cairo, 1961). Ver <www.cubaminrex.cu>.

cias occidentales. Tal como se desarrolla en la primera parte de este artículo, en especial la guerra de Vietnam implicó un giro en la política estadounidense de control de medios. De allí que, pese a la aprobación del informe Mc Bride (así llamado por el presidente de la comisión que lo elaboró), en el marco de la Conferencia General de la UNESCO, en Belgrado (1980), que “convalidó claramente en sus recomendaciones los planteamientos renovadores hechos por los países del ‘Tercer Mundo’ en pos de la equidad” (Beltrán, 2000), los conglomerados mediáticos presionarán y finalmente lograrán frustrar esta experiencia única de políticas nacionales de comunicación.

PRÁCTICAS ALTERNATIVAS-CONTRAINFORMACIONALES EN LOS SESENTA Y SETENTA

Las luchas por la liberación en la región durante las décadas del sesenta y setenta expresaban la participación política de sectores obreros, intelectuales y artistas que pusieron en marcha experiencias contrahegemónicas desde diversos campos. Prácticas, como categoría que establece no sólo el espacio social en el que estas experiencias tienen lugar, sino en relación al sistema en el que se producen.

Así, los films documentales realizados por los grupos nucleados en el Nuevo Cine Latinoamericano, el movimiento de teatro obrero o del oprimido, la prensa política y sindical fueron prácticas valiosas desarrolladas por proyectos implementados como contrainformacionales, con un gran énfasis en el nivel de los cuadros políticos, a diferencia de ciertas alternativas mediáticas posteriores con una marcada participación de masas (Graziano, 1980). Lo alternativo formulado en esos años implicaba otra noción, no sólo de la comunicación, sino de las relaciones de poder y de la transmisión de signos e imposición de códigos que esas relaciones permiten vehicular.

Para esta concepción, el carácter alternativo de la comunicación, si bien incluye como requisito la participación, no estaría definido por ella, y por ende no toda comunicación horizontal o participativa podría ser considerada como alternativa. La comunicación participativa remite a cambios en la relación dialógica entre quienes participan, imponiéndose como tácticas parciales y sectorializadas, mientras que lo alternativo no sólo estaría dado por una conciencia de las relaciones que rigen la transmisión del sentido, sino también por una praxis que entre los polos posibles de resolución opta por el de la transformación, y remite a una estrategia totalizadora.

Un ejemplo que recoge estas estrategias totalizadoras lo constituye el medio digital *Rebelión*. Pascual Serrano expresa lo siguiente¹⁰:

Rebelión ha apostado por un modelo que yo no calificaría de democrático ni participativo. Un grupo de personas decide los contenidos y punto. Sin embargo, no está sometido a los condicionantes que he citado en los grandes medios: accionistas con intereses empresariales, gobiernos y administraciones que condicionan contenidos y anunciantes que pueden imponer criterios informativos y publicidades encubiertas. Con ello nos estamos sacudiendo esos elementos que son los que desgracian obligatoriamente cualquier propuesta de comunicación honesta. Queda para la responsabilidad del colectivo definir el abanico de pluralidad ideológica e informativa, los niveles de calidad exigidas y diseñar el modelo de trabajo para la elección de los contenidos. De cómo lo hagan, de su capacidad, idiosincrasia y disponibilidad, dependerá el resultado.

De allí que no es posible fijar prioridades tácticas generales para la utilización de los medios en un proceso revolucionario, pues será ese proceso quien los prefigure.

La expresión *comunicación alternativa* se aplicaría a aquellas relaciones dialógicas de transmisión de imágenes y signos que estén insertas en una praxis transformadora de la estructura social en tanto totalidad. Para Graziano (1980) se convierte, inclusive, en un requisito de la comunicación política de las propias organizaciones.

El carácter de esa comunicación se vincula con una tarea contrainformacional, entendida como desnaturalización y crítica de la información que emana de medios hegemónicos. Una contrainformación que supone enfrentamiento, y que por ello es inherente a una intervención política.

La idea de una comunicación alternativa que remite a una estrategia totalizadora no puede ser asumida como experiencia parcial, ya que es un aspecto central a desarrollar en el seno de una organización política. Por ello la comunicación alternativa remite tanto al desarrollo de modalidades alternativas de transmisión de ideología, a la elección de medios y a la generación de mensajes como a los objetivos políticos de un proyecto de poder.

De allí que las prácticas comunicativas contrainformacionales se definan instrumentalmente, en relación con un proyecto de cambio

10 Intervención de Pascual Serrano en el Encuentro de Medios Alternativos de Comunicación, Fiesta del PCE, llevado a cabo en Madrid en 2005, refiriéndose al medio digital español *Rebelión*, que comenzara a funcionar en 1996 <www.rebelión.org>.

social, en un amplio abanico que va desde las radios mineras bolivianas al cine de Gleyzer y miles de experiencias gráficas en Latinoamérica.

Por otro lado, los medios que definen su práctica como contrainformacional no son independientes, ya que reconocerían su dependencia de un proyecto de transformación social, con lo cual la contrainformación tiene un carácter explícito de compromiso político, tal como se plantea en el caso de las Radios Venceremos en 1981 y Farabundo Martí en 1982, en El Salvador, que emergen junto a la ofensiva general del Frente Farabundo Martí de Liberación Nacional.

Por tanto, la contrainformación supone una perspectiva manipuladora de los medios y, en ese contexto, puede ser pensada como perspectiva de desalienación. Contrainformación que no se constituye como concepto previo a la experiencia sino que, tal como expresaba Rodolfo Walsh (Vinelli y Rodríguez Esperón, 2004), se realiza en la práctica.

Un proyecto revolucionario no debería eliminar a todos los manipuladores, sino extenderlos, lograr que cada uno sea un manipulador. Si el término manipulación significa una consciente intervención, esta se constituye en acto político en el ámbito de lo social. Se trataría de lo que Enzensberger (1971) considera la industria de la conciencia.

PRÁCTICAS ALTERNATIVAS-CONTRAINFORMACIONALES DESDE LOS OCHENTA

El triunfo del capital a partir de mediados de los setenta tuvo como objetivo restablecer las condiciones de acumulación viables, frenando las luchas contra el modelo a través de la eliminación directa. Sin embargo, y pese a las dramáticas consecuencias producidas por las transformaciones del capital y su modo de acumulación, se generó una creciente resistencia mundial, por parte de individuos, grupos y organizaciones que en su diversidad de intereses decidieron actuar contra la hegemonía del mercado. Un nuevo internacionalismo surgido de la aparición y consolidación del movimiento altermundialista (Seoane y Taddei, 2005), presente en las protestas y conflictos sociales, que reconoce momentos trascendentes en los Foros Sociales Mundiales (FSM) y las luchas contra el Área de Libre Comercio de las Américas (ALCA) y que articula con movimientos sociales y experiencias comunicativas en la región.

En este contexto, ciertas experiencias alternativas pueden no remitir a una estrategia totalizadora, dado que representan un espacio propio no alineado, estética u organizacionalmente. En esos casos, lo alternativo puede entenderse como un lugar constituido por personas, por grupos, por fuerzas antisistema que, aun en la incertidumbre de lo que está por venir, aportan sus praxis, sus esfuerzos, sus ideas creativas, para generar y consolidar un modo de relación distinto entre seres

humanos, que implica una manera diferente de construir lo social, lo político y lo cultural al margen de la lógica del poder hegemónico.

En esta amplitud y diversidad de resistencias a la hegemonía informativa, se constituyen medios que comprenden proyectos contrahegemónicos, junto con otros de tipo participativo, experiencias comunitarias, populares, libres, alternativas que, con límites difusos, participan en un intento comunicativo de extender y democratizar la información. Así, las prácticas de mediactivismo¹¹ cibernético, los colectivos audiovisuales, radios FM, televisoras de baja potencia, prensa y agencias se conjugan en medios en algunos casos constituidos como redes nacionales que resisten en el campo informacional (como por ejemplo, la Asociación Nacional de Medios Comunitarios, Libres y Alternativos en Venezuela, la Coordinación Colombiana de Medios Alternativos o la Red Nacional de Medios Alternativos en Argentina).

A la vez, nuevos medios se integran en redes como la Asociación Mundial de Radios Comunitarias (AMARC), creada en 1983 y que agrupa a más de 3 mil miembros y asociados en 110 países. Para apoyar el desarrollo de radios comunitarias y participativas, AMARC promueve desde 1995 la agencia informativa Púlsar, que provee de información a las radios de América Latina. Esta red mundial está integrada por redes nacionales de radios comunitarias como Educación Radiofónica de Bolivia (ERBOL) y el Foro Argentino de Radios Comunitarias (FARCO), entre otras, e impulsa el reconocimiento de medios comunitarios en las nuevas legislaciones internacionales. También puede mencionarse el caso de la Asociación Global de los Medios Alternativos (GAMA) y la Agencia Latinoamericana de Información ALAI (Minga informativa de movimientos sociales), desarrollada desde 1977.

Durante el I Foro Social de las Américas, realizado en Ecuador en 2004, ocho redes continentales de comunicación (ADITAL, ALER, AMARC, APC, ALAI, OCLACC, WACC e IPS AL) aprobaron propuestas de acciones conjuntas para generar un movimiento que involucre a distintas personas e instituciones interesadas en hacer realidad los derechos de la comunicación en Latinoamérica.

Esta amplitud de las resistencias a las políticas del capital expresan la magnitud de la población afectada y la emergencia de nuevos sujetos sociales. Así, el surgimiento de movimientos de origen rural, que durante las últimas décadas tuvieron un rol destacado, se produjo desde el Movimiento de los Trabajadores Rurales Sin Tierra (MST) de Brasil, la Confederación de Nacionalidades Indígenas del Ecuador, el Movimiento

11 Mediactivismo es un término definido por Matteo Pasquinelli para dar cuenta de las operaciones necesarias para desnaturalizar los discursos dominantes y circular esa información.

Zapatista en México, hasta el Movimiento del Chapare Boliviano, que en 2005 lograría el primer presidente indígena con Evo Morales.

La extensión y multiplicación de los medios activos en estos conflictos se complejiza al intentar relevar un inventario completo de los mismos. Sin embargo, es posible detectar casos paradigmáticos de las distintas perspectivas de resistencias.

RADIO LA LUNA DE QUITO, ECUADOR, 2005

Se trata de una estación de radio comercial, pero independiente de los grupos mediáticos, que logró organizar la voluntad de resistencia colectiva para derrocar a Lucio Gutiérrez. Durante los ocho días de la revuelta contra Gutiérrez (conocida como “insurrección de los forajidos”), centenares de personas llegaban a la pequeña estación y hacían colas de tres o más horas sólo para tener un minuto ante los micrófonos. Otros utilizaban a la emisora como el vehículo para informar sobre sus puntos de concentración o sobre las acciones del gobierno.

RADIOS EN BOLIVIA, INDYMEDIA, 2003

El alzamiento popular que sacudió a toda Bolivia en 2003 culminó con la renuncia del presidente Sánchez de Lozada, fugado tras una represión que dejó como saldo 33 muertos y 189 heridos. La indignación popular, que el gobierno respondió a balazos, se produjo por la negativa a aceptar que ocurriera con el gas lo que antes había sucedido con la plata, el salitre y el estaño. El gas sería enviado a Chile, por compromisos previos y a precio ruin, a través de tierras chilenas, que en otros tiempos habían sido bolivianas. Las redes radiofónicas informaron lo que ocurría e Indymedia difundió en directo a través de Internet.

MEDIOS ALTERNATIVOS EN VENEZUELA, 2002

Catia TVe (Televisora Comunitaria del Oeste de Caracas) es un canal de televisión venezolano, fundado y administrado por habitantes de Catia, zona popular de la ciudad. El 70% de su programación es creada por organizaciones comunitarias de los barrios, que son capacitadas para producir audiovisuales.

Esta televisora comunitaria, establecida en 2001, protagonizó junto con más de doscientos medios comunitarios la convocatoria a la participación popular en defensa del sistema democrático durante el golpe de Estado de 2002, propiciado por la oposición política y que durante dos días derrocara al presidente Hugo Chávez. Frente al bloqueo y la manipulación de la información ejercidos por esos mismos intereses económicos concentrados y articulados en los medios masivos de comunicación, los sectores populares participaban exigiendo democracia

e información, apoyando un proyecto nacional de transformación y la construcción del poder popular.

Este caso remite a la propuesta de Herman y McChesney (1999), en el sentido de transformación de la ola activista mediática que actualmente se sigue produciendo a nivel regional y local a fin de articular con las esferas nacionales y globales para establecer un sector público mundial y no lucrativo que reemplace o complemente a los medios comerciales mundiales.

En estas condiciones, para generar cambios significativos en la distribución, la presión de los sectores populares deberá transformarse en hegemonía dentro de un bloque alternativo capaz de articular el eje de la acumulación con el de la distribución, en el marco de un nuevo modo de acumulación (Arceo, 2006). De allí que la comunicación democrática debería funcionar como instrumento efectivo para la consecución de una economía y, por ende, también una sociedad más justas.

COMUNICACIÓN ALTERNATIVA COMO SISTEMA PÚBLICO DE MEDIOS

En Venezuela se desarrolla un proceso de transformación social de creciente inclusión, obstaculizado y agredido por un aparato mediático interno y transnacional impulsado desde el capitalismo estadounidense. Se trata de una situación paralela a la de Cuba, que resistiendo el bloqueo y para defenderse de esos mismos intereses provoca un embate en los medios masivos, también financiado y coordinado desde EE.UU. Desde el soborno a periodistas, prensa, radio y televisión e incluso cooptación de otros que aparecen como alternativos¹², se ataca la Revolución Cubana, instalando un aparato de calumnias y distorsiones, comprensible en términos de guerra psicológica.

Por ello, la promulgación de la Ley de Responsabilidad Civil en Radio y Televisión en Venezuela durante el año 2004 recoge el debate y las acciones sobre democratización, participación y acceso a los medios, en uno de los intentos más serios de remisión a los principios formulados como políticas nacionales de comunicación en los setenta, ya desarrollados anteriormente en este texto. Este proceso venezolano de reformulación del servicio público tiene la particularidad de proyec-

12 En referencia a Reporteros Sin Fronteras (RSF), organización internacional de apoyo a periodistas reprimidos, que destina sólo el 7% de sus ingresos a ese fin y desde el año 2002 recibe aportes provenientes del Center for a Free Cuba, una organización creada para derrocar a la Revolución Cubana presidida por el propietario de Ron Bacardí, y adscripta a una dependencia de la CIA, la Freedom House. La política de RSF se ha dirigido fundamentalmente contra Cuba, Venezuela y Haití. En su libro *El Dossier Robert Ménard. Por qué Reporteros Sin Fronteras se ensaña con Cuba*, Jean-Guy Allard (2005) relata los estrechos vínculos personales que mantiene el director ejecutivo de RSF con los círculos de la extrema derecha anticastrista de Miami.

tarse a partir de las experiencias comunitarias, en un complejo contexto de convivencia con los medios masivos en poder de grupos concentrados del capital que monopolizaron el campo de la información en las últimas décadas y resisten las nuevas políticas regulatorias.

El punto de partida en el establecimiento de un sistema público lo constituye la experiencia de diversos medios comunitarios venezolanos, que en la actualidad comprenden más de 200 iniciativas, articuladas en redes, radios, televisoras y agencias, y que cuentan con estrategias de participación diversificadas. Así, en contacto directo con las comunidades, cubren demandas, al tiempo que proveen información y constituyen un espacio de diversificación de producción de mensajes, en el que la ciudadanía puede tener acceso a la programación y elaboración de pautas.

En el mismo sentido se inscribe la experiencia venezolana del primer canal televisivo que paradójicamente articula lo comunitario y lo estatal: ViVe TV. Esta emisora es emblemática del proceso de transformaciones sociales en Venezuela. ViVe TV se crea en noviembre de 2003, planteando el desafío de la convivencia de lo estatal y lo comunitario. Basándose en prácticas comunitarias, surge luego de la crisis política de 2002, recoge la experiencia de la resistencia popular al golpe de Estado y visibiliza identidades diversas, de modo inclusivo y participativo.

En las entrevistas a sus directores, Blanca Eekhout y Thierry Deronne, realizadas en 2005¹³, se expresa el desafío de transformar el rol de espectador pasivo para convertirse en creador, en comunicador. La propuesta de canal nacional y comunitario incorpora algunas de las formas de los medios comunitarios, convirtiendo a la emisora en proyecto escuela que capacita a las personas que van a producir su programación. ViVe TV se define como “una televisión como instrumento del pueblo, un canal en movimiento, ya que un pueblo en movimiento, haciendo una revolución, cambia la realidad, con nuevas necesidades cotidianas. Y si la organización se transforma, lógicamente la televisión debe cambiar”.

Estas transformaciones reformulan el rol del medio, que ya no es el centro de la realidad, ya no fabrica un mensaje, sino que es un canal del mensaje protagonista del pueblo, principio establecido en la Constitución Bolivariana. De allí que si la televisión tiene una forma nueva, una estética nueva, es porque tiene que inventar la forma de este protagonismo popular, lo que implica romper con moldes representativos.

La reformulación abarca también el rol del periodista –y el carácter de la información que genera–, transformándolo de centro de la rea-

13 Las expresiones de Blanca Eekhout y Thierry Deronne pertenecen a las entrevistas llevadas a cabo para el documental *Medios y sociedad en movimiento: ViVe TV*, realizado por el Grupo de Trabajo de CLACSO Producción Audiovisual y Medios en la Praxis Latinoamericana, y que fuera presentado en el Foro Social Américas, en Caracas, en enero de 2006.

lidad en dinamizador de problemáticas, a partir de una investigación participativa previa, donde se vincula con la organización y conoce y comparte el medio en el que viven las personas, ayudando también con su trabajo a campesinos, trabajadores y comunidades que se organizan en comités de tierras. El periodista se integra al movimiento como un instrumento, en una concepción de servidor público en tanto anónimo servidor de un pueblo, en el mismo sentido en que el Estado es un instrumento del pueblo. “Al ser ViVe TV un canal estatal, los periodistas son servidores de ese pueblo que los fabrica y transforma, y no a la inversa” (entrevista a Eekhout y Deronne).

ViVe TV presenta una formulación ética, estética y metodológica que es tanto un instrumento de construcción de una nueva ciudadanía como su resultado. Es definida por sus directores como un proceso en el que la televisión pública y participativa hace experiencia en tanto “medio masivo socialista”, no sólo en su contenido sino también en sus prácticas de trabajo y sus relaciones sociales. Así es que proponen la corriente internacional “Comunicación y socialismo del siglo XXI”, a fin de consolidar y multiplicar en el mundo la experiencia socialista de la comunicación. Las propuestas de acción a los movimientos sociales y a los colectivos de medios populares se establecen en torno a cinco ejes.

- Socialización de la comunicación masiva y democratización del espectro radioeléctrico, con el fin de proponerlas a los gobiernos progresistas.
- Apropiación y control popular de los medios de producción comunicacional (televisoras, radios internacionales y nacionales, regionales, locales, urbanas y rurales, etc.) aún en manos de empresas privadas.
- Regionalización y apropiación popular y participativa de los grandes medios de comunicación del Estado.
- Integración solidaria de los pueblos a través de los medios de comunicación.
- Liberación del lenguaje y participación de los trabajadores en los modos de producción comunicacional.

Todos estos ejes apuntan a los problemas que hoy enfrentan los medios alternativos que intentan ampliar sus áreas de acción.

TELEVISIÓN REGIONAL DEL SUR

A estas propuestas alternativas se suma también la emergencia de Televisora del Sur (Telesur), que desde 2005 y bajo la consigna “Nuestro Norte es el Sur” iniciara sus transmisiones de aire gratuitas para los

países latinoamericanos a través de un satélite ubicado en Caracas. Esta sociedad multiestatal cuenta como socios a Venezuela con el 51% del capital, Argentina con el 20%, Cuba con el 19% y Uruguay con el 10%. Dirigida por Aram Aharonian, posee un Consejo Asesor integrado por 36 personalidades de toda la región. Durante las 24 horas transmite en directo información y producción audiovisual documental recibida de corresponsales mundiales.

La Cámara de Representantes del Congreso de EE.UU. presentó en 2005 una enmienda que autoriza potenciar transmisiones de radio y televisión hacia Venezuela para contrarrestar el supuesto antiamericanismo de Telesur. Su proponente, el representante republicano por Florida, Connie Mack, señaló que la medida se aprobó “cuando Chávez está listo para lanzar su propia red televisiva, siguiendo el ejemplo de Al-Jazeera, para difundir su retórica antiamericana y contra la libertad”¹⁴.

Telesur aparece como alternativa al cúmulo de (des)información, publicidad y banalización que se envía diariamente por 3.500 canales de cable y es repetido por los medios locales. El proyecto intenta discutir lo alternativo en tanto marginal y se plantea como masivo, en una propuesta comunicacional de calidad y mejor contenido que la que se enfrenta. Por ello requiere de recursos económicos e instalaciones técnicas que pocos medios podrían permitirse sin el apoyo estatal.

REPENSANDO CAMINOS

Este sintético recorrido no alcanza a dar cuenta del esfuerzo cotidiano por construir otros medios en una región de desigualdades que aún lucha por una mayor equidad. Ello supone, en términos de Arceo (2006), que “el acceso a los servicios públicos y a viviendas dignas por parte de los sectores populares; la realización en el sector agrario de cambios estructurales en la propiedad de la tierra y un incremento de los salarios, elementos todos que tienden a rearticular el proceso de acumulación con la ampliación del mercado de consumo masivo y la ocupación”, lo que implica también una reformulación del Estado, en términos de revertir el proceso de acumulación del capital que genera la pobreza y la marginalidad en que se encuentra algo más de la mitad de la población. Es esa separación entre la acumulación del capital y la distribución del ingreso el indicador de la efectiva relación de fuerzas entre los sectores dominantes y los dominados.

De aquí que plantear la problemática de los medios independientemente de estas condiciones no facilitará la adopción de mecanismos democráticos y participativos. Tal vez el caso de Internet sea paradigmático. Desde su planteo de horizontalidad, oculta la necesidad de pro-

14 Ver “Telesur inicia sus transmisiones desde Caracas”, en <www.tiwy.com>.

ducir cambios para permitir una participación igualitaria, tanto en lo que refiere a la distribución del soporte material de la red, como a las decisiones sociopolíticas que se ejercen sobre este, pero sobre todo desde las decisiones soberanas de los países o bloques para romper la dependencia de estos grupos monopólicos, a fin de proporcionar los servicios necesarios de conexión a la red de sus ciudadanos, a través de la activa participación del Estado y a fin de evitar nuevas desigualdades. Es decir, estados que recuperen el uso social de las tecnologías de información y comunicación, que hoy funcionan como mercancías para la acumulación capitalista, y que regulen ya no a favor de los monopolios, sino por los derechos igualitarios a la información y la comunicación.

En ese sentido, la experiencia venezolana en la construcción de una red pública, que por ahora se plantea como sistema de medios estatal-comunitarios, puede repensarse como un modelo alternativo en la región. Este planteo es coherente con las transformaciones que el pueblo venezolano y su Revolución Bolivariana han producido, intentando instrumentar nuevas formas de producción y financiación, elementos relevantes de una industrialización centrada en las necesidades populares, desmintiendo el discurso hegemónico del determinismo tecnológico que intenta legitimarse como solución a la gravísima situación social producida por los mismos intereses que lo formulan.

BIBLIOGRAFÍA

- Allard, Jean-Guy 2005 *El Dossier Robert Ménard. Por qué Reporteros Sin Fronteras se enseña con Cuba* (Outremont: Lanctôt).
- Arceo, Enrique 2006 “El fracaso de la reestructuración neoliberal en América Latina. Estrategias de los sectores dominantes y alternativas populares” en Basualdo, Eduardo y Arceo, Enrique (comps.) *Neoliberalismo y sectores dominantes. Tendencias globales y experiencias nacionales* (Buenos Aires: CLACSO).
- Balvé, B. y Suárez, C. 2001 *La estrategia neocolonial del imperio. El Documento de Santa Fe IV* (Buenos Aires: Siena).
- Beltrán, Luis Ramiro 2000 “El Nuevo Orden Internacional de la Información. El sueño en la nevera” en *Chasqui* (Quito: CIESPAL) N° 70.
- Bolaño, César 2000 *Industria cultural, informação e capitalismo* (San Pablo: Hucitec/Polis).
- Castells, Manuel 2000 *La era de la información. La sociedad red* (Madrid: Alianza) Vol. 1.

- Ceceña, Ana Esther 2006 "Sujetizando el *objeto de estudio* o de la subversión epistemológica como emancipación" en Ceceña, Ana Esther (coord.) *Los desafíos de las emancipaciones en un contexto militarizado* (Buenos Aires: CLACSO).
- Enzensberger, Hans M. 1971 *Elementos para una teoría de los medios de comunicación* (Barcelona: Anagrama).
- Graziano, Margarita 1980 "Para una definición alternativa de la comunicación" en *Revista ININCO* (Caracas: Universidad Central de Venezuela) N° 1.
- Herman, E. y McChesney, R. 1999 (1997) *Los medios globales. Los nuevos misioneros del capitalismo corporativo* (Madrid: Cátedra).
- Hernández, Daniel 2000 "Privatización telemática, reestructuración neoliberal de la economía mundial y cosificación cultural", V Congreso Latinoamericano de Ciencias de la Comunicación, ALAIC, Santiago de Chile.
- Il Manifesto* 2005 (Roma) 12 de marzo.
- La Tribu 2000 *Comunicación alternativa* (Buenos Aires: La Tribu).
- Marx, K. y Engels, F. 1985 *La ideología alemana* (Buenos Aires: Pueblos Unidos).
- Mastrini, G. y Bolaño, C. 2000 *Globalización y monopolios en la comunicación* (Buenos Aires: Biblos).
- Mastrini, G. y De Charras, D. 2005 "20 años no es nada: del NOMIC a la CMSI" en <www.catedras.fsoc.uba.ar/mastrini/investigaciones/mastrini_decharras.doc>.
- Mattelart, Armand 1981 *El medio de comunicación de masas en la lucha de clases* (Sinaloa: Universidad Autónoma de Sinaloa).
- Mattelart, Armand 1998 (1996) *La mundialización de la comunicación* (Barcelona: Paidós).
- Observatorio de Industrias Culturales del Gobierno de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires 2006 "Cuadro general de las Industrias Culturales" en <www.registrocivil.gov.ar/areas/produccion/industrias/observatorio/estadisticas.php?menu_id=6937>.
- PNUD 2001 *Informe sobre desarrollo humano 2001. Poner el adelanto tecnológico al servicio del desarrollo humano* (Nueva York: Mundi Prensa).

- Prados, Luis y Altares, Guillermo 2003 “La guerra mejor contada de la historia” en *El País* (Madrid) 6 de abril.
- Ramonet, Ignacio 2002 “Taller: comunicación y ciudadanía”, Foro Social Mundial de Porto Alegre, en <www.alainet.org/active/show_text.php3?key=1143>.
- Rodríguez Esperón, C. y Lamas, E. 1995 “Comunicación alternativa: encuentros y desencuentros” en *Causas y Azares* (Buenos Aires: La Crujía/UBA) N° 3.
- Seoane, J. y Taddei, E. 2005 “Cartografía de las resistencias y desafíos de la Otra América posible” en *OSAL* (Buenos Aires: CLACSO) N° 18, septiembre-diciembre.
- Vinelli, Natalia y Rodríguez Esperón, Carlos 2004 “Desarmando espejismos” en Vinelli, Natalia y Esperón, Carlos R. (comps.) *Contrainformación. Medios alternativos para la acción política* (Buenos Aires: Continente).
- ViVe TV 2006 *Impacto social de la televisora ViVe en las organizaciones comunitarias del territorio venezolano* (Caracas: ViVe TV).

Daniel Hernández*

EL PAPEL DE LOS MEDIOS ALTERNATIVOS EN LA DEMOCRATIZACIÓN DE LA COMUNICACIÓN Y LA SOCIEDAD

*Los filósofos no tendrán más que reducir su lenguaje al
lenguaje corriente, del que aquel se abstrae,
para darse cuenta y reconocer que ni los pensamientos
ni el lenguaje forman por sí mismos un reino aparte,
sino que son sencillamente expresiones de la vida real.*

Karl Marx

BREVE INTRODUCCIÓN

Las páginas que siguen recogen en parte la sistematización de la experiencia de la lucha por la construcción de una nueva comunicación al servicio y producto de la Revolución Bolivariana, de la lucha por la construcción de radios y televisoras de carácter alternativo, que forman parte de la historia reciente de las luchas de nuestro pueblo. Recogen parte de experiencias colectivas y angustias personales. Recogen ideas forjadas en el fragor de la lucha, con la prisa de los acontecimientos que en épocas de transformaciones sociales vuelven caducos algunos planteamientos en muy breves lapsos. Están escritas aprisa, entre la realización de múltiples tareas, y no desde la tranquilidad del escritorio del académico. Por eso, prestan poca atención a las formas académicas, aunque sí tienen mucho cuidado en hacerse comprensibles a los hombres y mujeres de nuestros pueblos interesados en su emancipación.

El poder de los grandes medios monopólicos, que entre otros procesos constituye un rasgo novedoso del imperialismo, plantea serios retos para la construcción de una nueva comunicación. Esta tiene que

* Filósofo. Economista. Doctor en Ciencia Política. Docente investigador de la Universidad Central de Venezuela.

forjase desde la base, por quienes intentan convertirse en orfebres de las palabras, hacedores de imágenes y constructores de sueños. Esta vez no para realizarse en un consumismo estéril, sino en la construcción de una patria independiente y soberana y una sociedad que, además de cuestionar radicalmente la caducidad histórica del capitalismo, intenta construir la conciencia revolucionaria que permita comprender también su caducidad política, para abolirlo como sistema social. No obstante, la tarea resulta titánica. Liberarse de las ideas que en materia de radio dominaron por ochenta años y en materia de televisión por más de medio siglo, no resulta sencillo. La circunstancia de que sólo hasta diciembre de 2005 se pudiera aprobar una ley que por primera vez en la historia del país –y de la radio y la televisión– las regulara integralmente habla por sí misma del poder de los propietarios de los mal llamados medios de comunicación. La magnitud de la tarea contrasta con las limitaciones con que tropieza el movimiento de comunicación alternativa. No obstante confiamos plenamente en que forjaremos nuestro propio destino y que el movimiento de comunicación alternativa contribuirá grandemente en la construcción de nuevas prácticas discursivas y sociales.

Es nuestra esperanza que estas páginas sirvan como una crónica de los esfuerzos realizados y de la experiencia acumulada, si bien en un nivel de abstracción que intenta fijar los nudos centrales para aprender las lecciones necesarias para descubrir los nuevos caminos. La lucha por venir nos obliga a aprender de nuestra propia experiencia, pues estamos obligados a errar lo menos posible y encontrar los caminos de la invención y de la sabiduría. La lucha por la vida digna, plena y gratificante del sujeto ético en comunidad así nos lo impone. Finalmente, el artículo centra su atención en la naturaleza de las radios y televisoras comunitarias, en su papel en la democratización real de las comunicaciones y de la sociedad venezolana, en la descodificación de los mecanismos secretos de la mediocracia como aprendizaje fundamental para construir los caminos de la alteridad desde la crítica radical a estas formas de dominación, mediante la reivindicación de la libertad de expresión. Finalmente, reclama que la construcción de un movimiento de comunicación alternativa, por expresar el proyecto de país que encarna la Constitución Nacional e instaurarse como un servicio público, debe recibir un adecuado financiamiento del Estado –sin que ello implique perder su autonomía como movimiento– y estar al servicio de los intereses más nobles de la sociedad.

SOBRE LA NATURALEZA DE LAS “EMISORAS DE RADIODIFUSIÓN SONORA Y TELEVISIÓN ABIERTA COMUNITARIAS DE SERVICIO PÚBLICO SIN FINES DE LUCRO”

En Venezuela, la ley define a las llamadas popularmente emisoras comunitarias y alternativas como “emisoras de radiodifusión sonora y televisión abierta comunitarias de servicio público sin fines de lucro”. Ello tiene sus implicaciones políticas, económicas y socioculturales, como se verá más adelante. Por ahora, simplemente nos interesa fijar los términos descriptivos para evitar confusiones y adentrarnos en la aproximación a las definiciones conceptuales que, por supuesto, deben partir de la comunicación.

Cuando hablamos de comunicación, hablamos necesariamente de estar en comunidad. No puede haber comunicación sino en comunidad. Pero comunicarse es también un modo de ser, pues la comunidad no está petrificada. Y un modo de *ser* es siempre un modo de *participar*. Participar es una característica inherente al *ser* humano. Puede afirmarse que *participar* en la vida social es la forma del ser humano y que por excelencia la participación del ser humano se inicia en los procesos comunicativos que conducen a la formación de la *conciencia*. En otras palabras, la práctica social mediada conscientemente que conduce el ejercicio de una praxis. Si, como han demostrado Vigotsky (1982) y otros autores, la conciencia tiene un carácter semiótico determinado por el lenguaje y la comunicación, entonces detrás de las prácticas comunicativas se juega el sentido de la vida humana¹. En el ámbito político también puede afirmarse que la condición fundamental de la ciudadanía es la participación. Sin participación efectiva no existe ciudadanía. Y sin ciudadanía no existe ni el sujeto de la democracia (el ciudadano), ni los espacios de civilidad, ni las instituciones, ni en definitiva la República. Esta concepción está presente en nuestra Constitución Nacional en sus principios fundamentales y en muchos de sus artículos.

El discurso hegemónico del poder instituido, una de cuyas principales expresiones es el discurso mediático, nos ha persuadido de que la comunicación se limita a los medios de comunicación, a sus intereses y sus técnicas. Pero más importante aún, nos ha hecho perder de vista que la experiencia y las prácticas comunicativas nos hablan de los modos de relacionarnos; y, sobre todo, nos ha impedido comprender que las prácticas comunicativas se construyen en el espacio de las vivencias humanas en comunidad. Ha obnubilado el hecho de que el mundo humano se construye a través de formas simbólicas creadas desde

¹ Bajtín (1997) comparte el mismo punto de vista, la formación semiótica de la conciencia. Pero en lugar de plantearlo desde la psicología como Vigotsky, lo hace desde la literatura y la filosofía.

procesos sociales abiertos, que se constituyen en su propio devenir, determinados por los contextos históricos culturales en los cuales tienen lugar. La relación comunicación-participación-comunidad resulta ser fundamental en la constitución y comprensión de la vivencia humana.

Así como la genuina comunicación no está dada *a priori* (sólo el mercader de la comunicación la observa *a priori* desde las posibilidades de su rentabilidad), tampoco la participación está determinada por mandato normativo alguno. La participación se construye en un proceso colectivo y educativo en el que el individuo transita de su aislamiento y pasividad a su condición de ciudadano activo, participativo, comprometido, solidario y crítico. La comunidad, como espacio geográfico y temporal concreto, será el resultado tanto de la comunicación como de la participación. Al parecer, si queremos plantear estos problemas desde una perspectiva radicalmente transformadora, no podemos escapar de la tríada participación/educación-comunicación/comunidad.

La relación educación-comunicación remite indiscutiblemente a la construcción de la alteridad. Una nueva comunicación, por fuerza, tiene que moverse dentro de la tríada anterior: tiene que estar basada en la participación, particularmente en la gestación de las nuevas formas de la comunicación, que siempre son transitorias, sobre todo en épocas de revolución; tiene que realizarse en y a través de la comunidad como espacio de la vivencia humana, pues la nueva comunicación mantiene una relación dialéctica con la transformación de esa vivencia; finalmente, debe ser alternativa, esto es, dirigida a transformar la comunicación, la vivencia humana y la comunidad. La comunicación como mediación del mundo humano, como superación de las formas mercantiles que la han convertido en simple mercancía, tiene que ser por definición participativa, comunitaria y alternativa. Las nuevas emisoras de radio y televisión deben ser, por la naturaleza de su papel, participativas, educativas, comunitarias y alternativas a la vez. Deben expresar la vivencia humana de la comunidad, la participación de esa comunidad, con una orientación educativa –especialmente en una nueva escala de valores usando como mediación una nueva comunicación– dirigida a construir la alteridad al actual “estado de cosas”. Estas características, si bien son indispensables especialmente en un sistema de comunicación de servicio público, deberían atravesar transversalmente todo el sistema de información y comunicación.

Debe advertirse, sin embargo, que no basta la buena voluntad ni la buena intención de hacer las cosas, especialmente cuando se trata de desafiar el poder del régimen imperialista capitalista, en áreas tan sensibles como la comunicación y la cultura. Aunque acumulamos una experiencia, esta sólo puede convertirse en punto de referencia sólido cuando se sistematiza. Y esta sistematización teórica está aún por rea-

lizarse. En esta dirección es importante la conciencia de la necesidad de reflexionar sobre cómo construir una comunicación que contribuya a la emancipación de nuestros pueblos y cómo, a partir de las aproximaciones que se logren a estos principios, trazar las directrices más generales para la construcción de medios comunitarios, participativos, educativos y alternativos. Una tarea de gran importancia es, pues, profundizar en la reflexión y sistematización teórica no sólo sobre la nueva comunicación, sino también sobre los nuevos medios de comunicación y, en especial, su papel en la construcción de la nueva comunicación y la nueva sociedad. A partir de estas conclusiones es posible tener luces referenciales para la elaboración de estrategias útiles para la construcción de una nueva comunicación y nuevos medios alternativos que nos permitan enfrentar el poder mediático imperialista global. En nuestro caso, tal tarea pasa por el relanzamiento y consolidación de este sector dentro de un plan estratégico que asuma el balance de la experiencia acumulada mediante la mencionada sistematización teórica, sus alcances, formación, legislación, financiamiento, equipamiento y, especialmente, su papel en la profundización de la democratización efectiva de la comunicación. Surge de inmediato una red de relaciones que implica un gran debate, una gran reflexión, una gran participación, entre otros factores, dirigidos a la ruptura de las viejas prácticas discursivas, tomando muy en cuenta el contexto político que vive la sociedad venezolana. La nueva comunicación y los nuevos medios deben traer aparejados, para ser nuevos, nuevas ideas. De lo contrario, quedaremos atrapados en una trampa muy simple pero de hondas repercusiones: de poco vale disponer de nuevos recursos y medios para seguir haciendo lo mismo. Mucho más grave aún, si hacemos lo mismo convencidos de que estamos haciendo algo distinto.

Con la idea en mente de transformar la comunicación y la sociedad, y valorando la experiencia acumulada, se puede plantear una reflexión de gran importancia: compartimos la concepción de algunos autores según la cual entendemos por comunidad, además de un grupo de gente determinada, vinculada a espacios territoriales e historias comunes, un modo comunitario de vivir, de hacer y de ser de esa gente que, además, comparte también proyectos y sentidos de la vida. Podríamos decir que la comunidad no es otra cosa que la vivencia humana, hecha realidad en la convivencia cotidiana –no doméstica– que condensa el pasado (la historia o génesis), la actualidad (el presente) y la proyección de las potencialidades (la utopía como horizonte posible).

Catégoricamente puede rematarse con una importantísima conclusión: la comunicación juega un papel fundamental en la construcción de la comunidad y de los valores que la constituyen. Se trata de reunificar en el espacio de la comunidad tanto al hombre egoísta des-

garrado de su comunidad del liberalismo como al ciudadano abstracto de la democracia liberal representativa. Es decir, se trata de construir a través de la participación comunitaria el ámbito de creación de políticas que organizan la vivencia humana comunitaria, desde el reconocimiento de sus necesidades y posibilidades, amplificadas por el desarrollo de sus potencialidades.

Desde esta perspectiva, cuando hablamos de comunicación no nos referimos específicamente a un supuesto ámbito de la comunicación abstracto o inconexo de otras dimensiones de la vivencia humana, de las cuales es inseparable. Por comunicación nos referimos al ámbito más general de las relaciones entre información/educación-comunicación/cultura, si bien es cierto, sin desconocer ni los límites de la comunicación misma ni los matices de cada una de estas dimensiones. Una tarea urgente es romper la fragmentación de estas dimensiones para poder reconstruir un sentido integral de la vivencia humana. Separar lo que por su naturaleza no puede ser separado, o unir lo que debe ser separado, conduce a graves errores epistémicos, teóricos y ético-políticos. No hay cultura sin comunicación ni comunicación sin información. En consecuencia, de la calidad de la información depende en buena medida la calidad de la comunicación, la cultura y el imaginario de una sociedad. La información y la comunicación están íntimamente ligadas a la educación. Si además consideramos que los cambios fundamentales y permanentes de una sociedad se basan en los cambios en la cultura, y que la sociedad venezolana vive un proceso de transformaciones revolucionarias, entonces es fácil concluir la necesidad de democratizar la información, la comunicación y la educación como pasos para crear una cultura revolucionaria que sirva de soporte a las transformaciones en las otras dimensiones sociales.

Además, resulta evidente que de la calidad de la información, la comunicación y la educación depende en buena medida la constitución del espacio público y la calidad del ejercicio de la democracia. Sólo podremos constituir espacios de civilidad, instituciones sólidas y una sociedad realmente democrática, participativa y protagónica si tenemos un sistema de información y comunicación que aporte al ciudadano y la ciudadana información y comunicación libre, diversa, alterna, plural, actual, oportuna, de calidad y ética, que junto con una educación para la emancipación estimule la formación de una conciencia crítica, solidaria y humanista. Un espacio público que se base en una información y comunicación sesgadas, manipuladas y dirigidas solamente a garantizar la defensa de los intereses de un sector particular de la sociedad, cualquiera sea ese sector, generalmente complementado con una educación para la opresión, no puede contribuir a la constitución de una sociedad realmente democrática.

Con lo dicho hasta aquí sólo planteamos el marco de las condiciones que señalan el papel a jugar por las emisoras comunitarias y alternativas en la construcción de una nueva comunicación y una nueva cultura para la emancipación.

EL PAPEL DE LA RADIODIFUSIÓN SONORA Y TELEVISIÓN ABIERTA COMUNITARIAS DE SERVICIO PÚBLICO SIN FINES DE LUCRO EN LA CONSTRUCCIÓN DE LA DEMOCRACIA PARTICIPATIVA Y PROTAGÓNICA

Las emisoras comunitarias sólo pueden construirse como tales si se convierten en mediaciones del proceso de conformación de la conciencia social revolucionaria a través de la participación de las comunidades. Las emisoras comunitarias deben convertirse en voceras y en escenarios de articulación de las actividades y la acción de la comunidad. No pueden ser sólo un espacio geográfico, una antena y unos equipos y un grupo de personas vinculados a estas actividades. Son más bien escenarios de encuentro, puntos de articulación de las actividades de la comunidad, formas de construir la unidad y el poder popular. Por su naturaleza, estas emisoras no pueden construirse al margen del proceso de empoderamiento del pueblo, sino como forma y expresión de dicho empoderamiento. No se trata, a la usanza de las emisoras tradicionales, de “informar” sobre las luchas del pueblo, al margen de ellas, sino que, por el contrario, las emisoras mismas son formas y parte integrante de las luchas del pueblo, de sus vivencias. Si la comunicación es la vivencia misma, la comunicación alternativa no puede ser más que la expresión comunicativa de esas vivencias. Es obvio que no puede promocionarse el protagonismo a través de prácticas burocráticas, sino a través de la participación, de la construcción de nuevos valores que dan lugar a una nueva narrativa, una nueva poesía, una nueva comunicación.

Con gran sentido pedagógico, el presidente Chávez ha citado a Víctor Hugo en *Los miserables*, refiriéndose al diálogo entre el obispo y el revolucionario sobre la derrota de la Revolución Francesa: “La obra estaba incompleta, convengo con ello, hemos demolido el antiguo régimen en los hechos, no hemos podido suprimirlo completamente en las ideas”. Y concluye Chávez: “Tenemos que demoler el viejo régimen a nivel ideológico”. Pero demoler el viejo régimen a nivel ideológico es un proceso social complejo, pues implica necesariamente demoler las prácticas comunicativas, discursivas y sociales que sostienen las viejas prácticas, entre ellas, muy principalmente, las viejas formas de hacer, decir y sentir la política, y especialmente la información, la comunicación y la cultura política. Esta vieja cultura política se reproduce espontáneamente a través de las ideas, las representaciones sociales, la ideología y las costumbres. Los fenómenos sociales aparecen como na-

turales, eternos y, lo que es peor, como visiones producidas libremente por nosotros mismos. Se trata pues de demoler un sistema autoritario que rara vez promueve la crítica, facilita la participación o permite la imaginación y creatividad del pueblo, reducido al papel de “convidado de piedra” por su supuesta ignorancia.

La Ley RESORTE², aun con sus limitaciones naturales, es una herramienta jurídica para facilitar el acceso de los ciudadanos y las ciudadanas a la construcción de un nuevo tipo de comunicación, distinta en principio por expresar un nuevo sentido de la vivencia humana, oscurecido totalmente por el aparato mediático mercantil. Pero ello implica necesariamente zafarse de la racionalidad instrumental, liberarse del efectismo, emanciparse del autoritarismo que criticamos con tanta fuerza en los propietarios de los medios pero que con igual fuerza y mayor impunidad practicamos en nombre de la participación del ciudadano “de a pie”, como suele identificarse al hombre y la mujer del pueblo. Crear una nueva comunicación es romper el molde de la preexistente, forjada en nuestro caso, como hemos señalado, en más de medio siglo al servicio de los intereses del poder económico, político y cultural instituido.

El problema central en discusión es, entonces, cómo utilizamos el proceso de crear una nueva comunicación para demoler el régimen de las viejas ideas y prácticas sociales. Crear una nueva comunicación es formar para el diseño, producción, circulación y consumo crítico de nuevos mensajes, para la construcción de una nueva estética, una nueva poética, una nueva narrativa, una nueva imaginación. Si la comunicación es la vida misma, entonces cambiar la vida es cambiar la comunicación. Y cambiar la comunicación es cambiar la vida. Y si la vida se forja ahora con un carácter colectivo, comunitario, con el interés social como base, y la participación protagónica como elemento de educación ciudadana (artículos 3, 4, 5 y 62 de la Constitución de la República Bolivariana de Venezuela), entonces crear una nueva comunicación es crear el acceso de los ciudadanos y ciudadanas a los medios para el desarrollo de una cultura de la participación y la solidaridad con un sentido crítico de la existencia humana. Ello implica un ejercicio pedagógico: una pedagogía de la participación y la construcción colectiva, muy difícil de desarrollar sin una pedagogía de la expresión y la comprensión, ambas apoyadas por una pedagogía de la comunicación.

Quizás la expresión más importante de esta pedagogía sea la pedagogía de la construcción colectiva –¿cómo, si no, derrotar el individualismo que tanto criticamos retóricamente?– y la pedagogía de la

² En referencia a la Ley de Responsabilidad Social en Radio y Televisión, promulgada en 2004 (disponible en <www.conatel.gob.ve>).

asunción de la responsabilidad de la creación y gestión de una nueva comunicación y, por consecuencia, de la construcción de una nueva cultura articulada a unos nuevos valores. Este, que es el problema conceptual principal, debe estar claro y expresarse en la construcción de un nuevo sistema de medios de comunicación. La principal forma de educar para esta responsabilidad, para esta gestión de una nueva comunicación y unos nuevos medios, es la participación en la gestación de estas nuevas formas y contenidos de la comunicación que expresen los nuevos valores que dan sentido a las vivencias y búsquedas de la nueva sociedad. La pregunta que surge es: ¿Cómo empoderar al ciudadano/a y hacerlo partícipe de una nueva comunicación, si no lo involucramos en la gestación de esas nuevas formas de comunicación en la que nos jugamos buena parte del futuro de la sociedad democrática participativa y protagónica que queremos construir?

La respuesta nos plantea otra de las tareas urgentes del movimiento de radiodifusión sonora y televisión abierta comunitarias de servicio público sin fines de lucro, que es la tarea de formación y educación. Básicamente, esta tarea debería versar sobre las siguientes cuestiones:

- La educación política sobre el sentido y alcance de la Revolución Bolivariana, porque no existe una “cosa” llamada comunicología desligada de la vivencia humana. Existe la vivencia humana como el tejido que conjunta la vida social en todas sus expresiones, y la comunicación es su inseparable manifestación.
- La formulación más acabada sobre la política de información, comunicación, educación y cultura, que sólo puede hacerse en el propio proceso de transformación social. Desde esta perspectiva, es necesario abordar el contexto en que se desarrolla la política, y como expresión de la transformación de la misma, dar especial relevancia a la transformación de la comunicación política de manera de poder comprender claramente la coyuntura que vivimos y orientar correctamente los esfuerzos en la dirección estratégica acertada. Nuestro objetivo estratégico central es consolidar la democracia republicana, bolivariana, participativa y protagónica; derrotar el imperialismo capitalista y construir el socialismo de nuevo tipo. El eje o la contradicción fundamental es la lucha contra el imperialismo capitalista, vista en su doble articulación. En el frente externo, la lucha por la defensa del Estado-nación de la soberanía popular y nacional (en el contexto de la integración y la unidad de América Latina y el Caribe, y la integración Sur-Sur, contra las expresiones concretas del imperialismo capitalista en todos los terrenos), y la lucha contra la globalización neoliberal. En el terreno interno, la lucha se plantea también en tres dimen-

siones fundamentales: la lucha en la dimensión de las ideas, vale decir, la transformación de la conciencia social y política, que implica cambios en la información, la comunicación, la educación y la cultura, como ya hemos señalado. La lucha por la recuperación, producción y distribución equitativa de la riqueza social, lo que implica un nuevo modelo de desarrollo endógeno. Y la lucha por el cambio institucional, dirigido a la transformación radical del Estado y de todas las instituciones, con especial referencia a la lucha contra la corrupción, el burocratismo, el sectarismo y el clientelismo, como viejos pero activos resabios de la democracia liberal burguesa.

- La comunicación política dirigida a la educación del pueblo sobre los principios generales que guían a la sociedad, cuya expresión máxima es la Constitución de la República Bolivariana de Venezuela, especialmente en lo que tiene que ver con los derechos a la información y la comunicación, de los que las radios y TV comunitarias deben ser mediación principal para la formación de toda la sociedad. Es decir, aprender haciendo y evaluando la experiencia desde la reflexión crítica y teórica colectiva, promoviendo la participación de la comunidad para garantizar los aprendizajes colectivos y la construcción social de saberes compartidos. Se trata de sistematizar la experiencia para poder generalizarla. En este sentido, es necesario la organización de seminarios nacionales, la incorporación de experiencia de otros países, los aportes de expertos, todos elementos de importancia que ayudan a superar carencias y deficiencias.
- La educación y formación sobre la producción en radio, por ejemplo, que tiene que ver con aprender todo lo relativo a la producción, programación y manejo de géneros especiales como el informativo, la entrevista, el testimonio, todos relacionados con la participación de la comunidad o el manejo de un nuevo lenguaje audiovisual (en el caso de la TV).
- Aunque la red de radiodifusión sonora y televisión abierta comunitarias de servicio público sin fines de lucro tiene su propio perfil e independencia, debe formar parte de un sistema general de comunicación e información que, entre otros, además de considerarla a ella misma, articule la radio y la televisión privada, la institucional, la gubernamental, todas bajo una política de información y comunicación de Estado. Formar estas redes no sólo desde el punto de vista social sino también tecnológico es apoyarse en una apropiación de los usos sociales y comunitarios de

las tecnologías de información y comunicación, indispensables para todas las áreas pero especialmente necesaria para la red de radiodifusión sonora y televisión abierta comunitarias de servicio público sin fines de lucro. De aquí surge una nueva tarea: los aprendizajes tecnológicos, la conformación de redes telemáticas, la configuración de bancos de datos audiovisuales, la elevación de la calidad de la producción audiovisual, de la producción de radio, que si bien exigen como soporte la claridad conceptual obligan también al manejo técnico y de las formas, pues ellas expresan la dimensión estética.

No obstante, todos estos espacios de la formación y educación pueden sintetizarse en uno solo: comprender los mecanismos, formas y contenidos de la comunicación del poder mediático, considerándolo como uno de los rasgos novedosos del imperialismo capitalista actual. La magnitud y naturaleza de las tareas que tiene planteada la comunicación alternativa podrían comprenderse mejor si se contrasta con los mecanismos ocultos de la mediocracia, pues ellos muestran claramente los puntos de inflexión y las reformas radicales que debe asumir el pueblo, si es que de verdad quiere construir su independencia, tomando como base una nueva comunicación para la construcción de la conciencia revolucionaria.

LA DESCODIFICACIÓN DE LOS MECANISMOS OCULTOS DE LA MEDIOCRACIA

En el contexto de lo planteado anteriormente, conviene señalar al menos esquemáticamente las formas de dominación del poder mediático al servicio del imperialismo. Ello es importante porque permite visualizar aquellos puntos que una política de información y comunicación de un Estado revolucionario debe develar, y cuáles son los nudos que debe romper, pues constituyen mecanismos a través de los cuales la mediocracia sirve de soporte del imperialismo, asfixiando la conciencia social. Entre otros, estos mecanismos son los siguientes:

- Confundir deliberadamente comunicación con medios de comunicación. Aun en los movimientos de comunicación alternativa se habla de medios comunitarios antes que del tipo de comunicación que requiere la Revolución Bolivariana, cuya definición determina qué tipo de medios requerimos. No comprender claramente este problema nos lleva a movernos en el mismo terreno de la mediocracia, pero en un nivel micro, con lo que condenamos al fracaso los esfuerzos por construir una verdadera alternativa comunicacional. La legitimación de los llamados “medios de comunicación social” oculta que en verdad son medios de difusión

masiva de la ideología burguesa e imperial, convertidas en “sentido natural” de la vida, desde el cual se cuestiona toda idea crítica o de cambio y todo pensamiento revolucionario como supuesta ideologización de la vida, como si las ideas burguesas no fueran ellas mismas una ideología del capitalismo imperialista.

- Confundir deliberadamente información, comunicación y cultura –como mediación constitutiva de la vivencia y la condición humana– con la comunicación como mediación de la acumulación del capital, reduciendo dichas dimensiones a simples mercancías. Este trastocar expresiones vitales de la vivencia humana en simples mercancías invisibiliza los procesos de formación de la conciencia social y la voluntad de cambio mediante el expediente de separar información-comunicación-educación-cultura, fragmentando cada una de estas dimensiones y sacándolas de sus contextos históricos y sociales. Este mecanismo es lo que el filósofo alemán Teodoro Adorno llamó el vaciamiento del nivel semántico y semiótico de las palabras, es decir, el discurso de la “jerga” o el poder de las “palabras vacías”.
- Presentar como información “objetiva y veraz” la versión interesada de los hechos por parte del aparato mediático del poder instituido. Se trata simplemente del despliegue del poder mediante la manipulación mediática de la información a través de campañas dirigidas a condicionar la opinión pública de acuerdo a los intereses económicos y políticos de los grupos de poder. En verdad, se trata de usar la “información” como un discurso del poder político hegemónico. Entre otros, este mecanismo se apoya en el procedimiento de utilizar información que por la naturaleza cuantitativa de los descriptores no requiere de mayor interpretación, como por ejemplo resultados deportivos, temperaturas, carteleras cinematográficas o hechos fácticos de esta naturaleza. En cambio, los acontecimientos de carácter económico, político o social necesitan ser interpretados previamente a su información. Esta interpretación, que se hace de acuerdo a las agendas de los propietarios de los medios, se presenta como “verdad objetiva”. Como el lenguaje está ideologizado, no se advierte la manipulación de la que es objeto.
- En general, en los procesos de comunicación se oculta la vinculación entre los sujetos sociales que se comunican y las relaciones de dominación que median esta “comunicación”. Se oculta el carácter intersubjetivo del pensamiento, reducido unidireccionalmente como bien rezaba un viejo eslogan de la RCA Víctor (“la

voz de su amo”), pues tiene voz el propietario del medio, que se dirige a un sujeto dominado, como receptor pasivo de la información-comunicación que se le impone. Esta “comunicación” del dominante sustituye el carácter conceptual del pensamiento, vaciando los signos y los símbolos de sus sentidos y significados, sustraídos de sus contextos socio-históricos y socio-culturales, como marcos referentes de comprensión. A esta descontextualización contribuyen las Tecnologías de Información y Comunicación, que permiten la deslocalización territorial y temporal de los fenómenos sociales. El resultado es el control que las clases dominantes ejercen sobre los códigos, los canales de comunicación y las modalidades de descodificación e interpretación del mensaje. La conciencia social y política es literalmente construida por estos mensajes y lenguajes prefabricados, que convierten al sujeto social en portavoz de una visión del mundo que él no ha construido y cuyo fin no comprende. Este es el fundamento de la alienación de la conciencia social.

- Visibilización del discurso del poder y el pensamiento único. Las ideas de las clases dominantes son presentadas, como ya lo señaló Marx en *La ideología alemana*, como las únicas racionales y lógicas, las únicas que expresan el interés general de toda la sociedad. El discurso del poder político hegemónico se reviste de un hábito cientificista, apoyado en el supuesto carácter objetivo y veraz de la información y la bendición de los “expertos” y académicos que legitiman estos procedimientos. De esta manera, no solamente se cuestiona el pensamiento crítico, desechado por arcaico bajo el dominio de la “jerga vacía”, sino que también se excluye a todo aquel que, como los comunicadores comunitarios y alternativos, pretenda incursionar en un espacio reservado para los “profesionales” en el dominio de la palabra.
- Elaboración muy consciente y “científica” de los mensajes para detectar las fracturas psicológicas, culturales y políticas de los públicos a los que van dirigidos, quienes los consumen de manera inconsciente. Este mecanismo perverso se realiza en nombre de la libertad de expresión y está orientado al envilecimiento de la conciencia social que, embotada por estos mensajes, construye el individualismo egoísta y posesivo, y promueve la desigualdad que impide a la sociedad y especialmente a los sectores pobres tomar conciencia de la degradación de la vida humana. Por eso es necesario considerar que detrás del mensaje publicitario incitando al consumo existe un poderoso mecanismo de dominación política, a través de los valores que difunde, que crean la matriz cultural

según la cual la vida sólo tiene sentido para tener y consumir mercancías. Por otra parte, salta a la vista aquí la importancia de la independencia económica de los medios comunitarios y alternativos, y la educación para la recepción crítica de los mensajes mediáticos de toda la sociedad, especialmente de quienes intentan hacer una comunicación alternativa.

- La fórmula, de aceptación universal, según la cual la radio y especialmente la televisión tienen la función de informar, educar y entretener es otra fábula que debe ser develada. La información es el despliegue de la manipulación y la creación de condiciones para el desarrollo de las políticas de dominación del imperio y las corporaciones mediáticas a su servicio. De allí la importancia de clarificar el concepto de información. La educación es abiertamente una perenne e ininterrumpida labor de adoctrinamiento para legitimar los valores de los grandes propietarios del capital y el poder político –cualquiera sea la programación de la radio y la TV–, que aparecen como el orden natural. Cualquier pensamiento crítico es presentado como adoctrinamiento, obviando que el mensaje mediático es la principal forma de adoctrinamiento que tiene el capital. El entretenimiento no es otra cosa que los dos discursos anteriores fundidos en uno solo, que evade cualquier control y censura hogareña, pues se trata de diversión, de “pasar el rato”, una argucia para difundir los valores del capital y aniquilar la subjetividad.
- Como la mayoría de los temas son “enlatados” o viejas producciones desempolvadas para llenar los requisitos formales de la ley, la vida de las comunidades, los cambios en la cultura y la política, y en general la nueva existencia de la República, no son visibilizados. El sector privado de la radio y la televisión concentra cerca del 80% de la potencia y cobertura irradiada, que utiliza para invisibilizar los procesos sociales de transformación. A esto contribuye también la fragilidad del sistema de comunicación del gobierno, las emisoras comunitarias y la carencia de una política integral de comunicación del Estado.

En conclusión, no es posible avanzar en la construcción de un sistema de comunicación, y particularmente de una comunicación comunitaria y alternativa, si no se estudia atentamente cómo romper estos mecanismos de comunicación e información y si no se forman redes sociales alternativas a esta red mediática al servicio del poder imperial y oligárquico. Los medios comunitarios y alternativos juegan un papel importante en la construcción de las prácticas discursivas emancipa-

torias. Por su relación inmediata con las comunidades, la comunicación alternativa puede incidir más directamente en la construcción de nuevas prácticas discursivas en una doble articulación: por un lado, detectar más fácilmente y generalizar más rápidamente las nuevas prácticas discursivas, las nuevas prácticas sociales y la nueva escala de valores; por otro, promover a través de nuevos discursos audiovisuales, radiales e impresos una nueva escala de valores. Se trata de romper los condicionamientos formados históricamente para poder recuperar la soberanía cultural y rescatar la participación comunicativa como una nueva manera de ser de la comunidad y la nación, cuestión que ha de estar presente en todos los espacios, especialmente los comunicativos, los del trabajo y los institucionales. La ruptura de dichos condicionamientos pasa por centrar la discusión en la comunicación, en las prácticas discursivas y sociales, en la escala de valores que practica una comunidad, antes que en los medios de comunicación. Independientemente de la importancia de los soportes tecnológicos –que tampoco pueden ser desconocidos–, el problema central es la recuperación de los espacios dialógicos de encuentro, para recuperar los sentidos humanistas de la palabra y construir la vivencia humana desde la solidaridad; es ver la información, la comunicación, la educación y la cultura desde una perspectiva integradora, unitaria y transformadora; es el reconocimiento de la subjetividad y la intersubjetividad –entendida como expresión del sujeto social– y de que el mundo humano sólo puede ser comprendido desde su historicidad, de su condición de proceso abierto constituyéndose en el despliegue de prácticas sociales y discursivas, y no algo que pueda ser verificable desde las coordenadas de la veracidad y la objetividad; es explicitar las formas de dominio que esconden el lenguaje y la comunicación, evidenciando los códigos de dicha dominación en la transparencia, honestidad y reconocimiento de la dignidad del Otro, sin el cual es imposible constituir nuestra subjetividad; es cuestionar radicalmente las representaciones que sirven de sostén al imaginario de la dominación; es recomponer nuestra subjetividad desde el reconocimiento de nuestra finitud, la fragmentación de nuestra subjetividad objetualizada en la posesión de objetos; es develar la memoria reprimida que sustenta que el dominado asuma su dominación como natural; es visibilizar nuestras identidades y nuestra propia memoria histórica. Estos son los problemas centrales que la sistematización teórica de nuestra experiencia en la construcción de una nueva comunicación nos plantea, como parte de la realización de la Revolución Bolivariana, mucho más imperativa desde su giro hacia la lucha por el socialismo. Es evidente que este camino plantea la reflexión, la investigación, el

debate, la confrontación de las ideas, lo que implica la plena vigencia de la libertad de expresión y de información.

EL PAPEL DE LA RADIODIFUSIÓN SONORA Y TELEVISIÓN ABIERTA COMUNITARIAS DE SERVICIO PÚBLICO SIN FINES DE LUCRO EN DEFENSA DE LA LIBERTAD DE EXPRESIÓN E INFORMACIÓN

En el desarrollo y consolidación de una sociedad democrática, participativa y protagónica, la radiodifusión sonora y televisión abierta comunitarias de servicio público sin fines de lucro están también llamadas a jugar un papel fundamental en la defensa y ejercicio de la libertad de expresión. Y ello debido a que el ejercicio del derecho a la libre expresión y a la información y comunicación diversa, alterna, plural, oportuna, actual, de calidad y sobre todo ética es un derecho fundamental *para todos* los venezolanos, cuyo ejercicio es determinante para construir una sociedad realmente democrática, participativa y protagónica, en la que la vida cotidiana en todos sus niveles esté basada en valores éticos de convivencia, el ejercicio pleno de los derechos humanos y el pluralismo político, religioso y cultural.

Si de verdad queremos construir una democracia participativa y protagónica de hondo sentir popular, entonces ella debe partir desde las profundidades mismas de la comunidad. Nuestra experiencia democrática de nuevo tipo está caracterizada esencialmente por la ruptura de las formas de dominación que tienen en el dominio mediático una de sus principales expresiones. Y esto por cuanto los llamados “medios de comunicación social”, a los que hemos propuesto llamar “medios de difusión masiva de la ideología dominante”, son factores fundamentales en la constitución social de la realidad. Sobre este particular existe un consenso tan incontrovertible que podríamos obviar a Marx con su celeberrima sentencia de que las ideas dominantes en una sociedad dividida en clases son las ideas de las clases dominantes. Ello debido a que disponen de la propiedad de los medios para la producción material. Las ideas dominantes no son otra cosa que la expresión en el campo espiritual de su dominio en el campo material, originado en la propiedad de las condiciones que determinan la vida: los medios de producción. Esta sentencia se torna mucho más vigente cuanto que hoy, esos medios de producción material son directamente medios de producción “espiritual”, o más exactamente medios para la producción que orientan y dan “sentido” a las prácticas sociales y a la vivencia humana. No es otra cosa el monstruoso aparato mediático que a nivel mundial y en Venezuela han constituido los dueños del capital.

Pero insistimos, no es necesario citar a Marx, a quien podemos dejar por ahora en un discreto segundo plano y más bien citar a

Manhein, Berger o Luckman, libres de cualquier contagio izquierdista. Estos últimos coinciden con Marx en el carácter social de cualquier práctica humana. Pero además consideran que la realidad social se conforma a través de los medios de comunicación, bien para defenderla, bien para cuestionarla.

Si las prácticas sociales, la conciencia social y la realidad social son construcciones en las que intervienen con un peso fundamental los medios de comunicación. Si estos medios de comunicación están al servicio del interés económico y político de unos cuantos grupos poderosos que los utilizan para imponer su poder a toda la sociedad, paradójicamente en nombre de la libertad de expresión, como ha sido evidenciado en general en todo el mundo. Si el poder de estos grupos ha impedido históricamente la intervención del Estado para regular la radio y la TV, como en el caso venezolano, que en toda su historia recién en diciembre de 2005 logró aprobar una ley para regular la radio y la televisión, hecho que contrasta con la mayoría de los países del mundo, que desde mediados de los años ochenta se han dotado de este instrumento legal normativo, que actualizaron constantemente durante los noventa. Si todas estas premisas son ciertas, entonces la Ley RESORTE y algunas de sus directrices –como la organización de los productores nacionales independientes, los productores comunitarios independientes, los comités de usuarios y usuarias y, en general, el impulso del sistema de radiodifusión sonora y televisión abierta comunitarias de servicio público sin fines de lucro– son pasos en el ejercicio de la libertad de expresión, del debate, de la educación y de la participación protagónica de la ciudadanía para poder transformar una realidad social que se encuentra petrificada en la conciencia de todos, incluso de los “reformadores” reabsorbidos por el propio discurso del poder.

Hay que advertir, sin embargo, que en nuestros países tiene hondo arraigo el fetichismo legal, que atribuye a las leyes la capacidad de transformar por sí solas las realidades sociales. Considerando la importancia de la transformación de la conciencia social, es un error pensar que dictar la ley y sus reglamentos resulta suficiente, por importante que ello sea, para introducir los cambios necesarios. Por el contrario, es necesario librar una intensa lucha para transformar viejas concepciones y prácticas sociales, que de otra manera, por ley de la inercia de la costumbre, terminan reduciendo las leyes a “letra muerta” y los cambios a simples retoques “cosméticos”.

Detrás de rescatar la libertad de expresión, el derecho de producir y recibir información y de intervenir en todo el proceso de producir, distribuir, circular y consumir mensajes mediáticos, se esconde el dilema de si se imponen las voces diversas y las conciencias críticas de una sociedad democrática o la hegemonía mediática, base de un orden

social dictatorial. No puede haber conciencias críticas si no hay voces diversas, confrontadas en el debate crítico, racional, informado, solidario y humanista. Y donde no hay conciencias críticas simplemente no hay democracia, mucho menos participativa y protagónica. La fortaleza moral de la democracia participativa es su defensa del pluralismo político, cultural y religioso, a través del cual se pone en práctica tanto la participación como el protagonismo y la soberanía populares, delimitados por la frontera que impone toda ética crítica, que como ha definido Dussel consiste en reconocer como éticos sólo aquellos actos dirigidos a la producción, reproducción y desarrollo de la vida plena del sujeto ético en comunidad. En otras palabras: rescatar la libertad de expresión es rescatar la posibilidad de la formación de conciencias críticas, base indispensable para la transformación de las prácticas comunicativas y, por consecuencia, de las ideas y las prácticas sociales, pero sobre todo del cambio de valores. Este es otro de los ejes del debate de quien se proponga cuestionar el poder de la mediocracia.

LA RADIODIFUSIÓN SONORA Y TELEVISIÓN ABIERTA COMUNITARIAS DE SERVICIO PÚBLICO SIN FINES DE LUCRO COMO EXPRESIÓN DEL INTERÉS GENERAL DE LA SOCIEDAD

En términos muy esquemáticos, podemos hablar de *dominio público* para referirnos al espacio radioeléctrico como un bien de todos los ciudadanos y, por tanto, administrado por el Estado, en cuanto expresión del interés público general de la sociedad. El Estado hace concesiones a particulares para su explotación comercial, comunitaria o institucional, por ejemplo. De allí las compensaciones a la sociedad de quien explota este espacio comercialmente.

Existen también materias de *interés público*. La radio y la televisión son, por su naturaleza, de interés público. Toda imagen y sonido cuya difusión y recepción tengan lugar en el territorio de la República Bolivariana de Venezuela tiene un carácter de interés público, pues no sólo afecta a toda la sociedad venezolana, sino que –lo que es más importante– la afecta directamente en la incidencia que tiene en la formación de la conciencia social, de una escala determinada de valores y de matrices culturales que determinan la convivencia social. Desde este enfoque, todos los medios de comunicación son públicos, en el sentido más amplio del término, que trasciende lo meramente estatal.

La diferencia estriba en que la titularidad (las relaciones de propiedad) y la gestión pueden ser estatales o privadas. También cabría señalar, sin perder de vista este principio, que lo público estatal debería estar dirigido a la satisfacción del interés colectivo general en cuanto que el Estado moderno, al menos en teoría, expresa los intereses generales de la sociedad. Por supuesto, este interés general de la sociedad está interpretado

desde las diferentes doctrinas o enfoques conceptuales, teóricos, políticos e ideológicos que manejan las diversas organizaciones políticas y que se decantan en el proceso del debate político de acuerdo a los mecanismos que el propio Estado democrático establece. La comprensión del carácter de la democracia republicana bolivariana, participativa y protagónica es la clave para la defensa del espacio público, como un espacio comunitario, colectivo, de interés común y de bienestar colectivo, recogido en los principios fundamentales de la Constitución de la República. Desde esta concepción, el carácter intransferible de la soberanía popular impide que pueda ser secuestrada por grupos ideológicos o grupos de poder bajo la argumentación del contrato privado entre individuos privados. Sin un espacio público cuyo horizonte es el bienestar colectivo, no existe la democracia republicana, ni por tanto la República.

Por otra parte, la radio y la televisión privadas, aunque son de interés público, son manejadas con arreglo a intereses privados (valga la aparente contradicción) dirigidos a la satisfacción de patrones determinados en el ámbito de las inclinaciones individuales, cuidadosamente educadas hacia el consumo como factor determinante de participación y representación social, y gestionadas racionalmente de acuerdo al principio de maximización de la ganancia.

Otra figura de carácter jurídico-administrativo es el *servicio público*. Tanto la LOTEL³ como la Ley RESORTE definen a las emisoras de radiodifusión sonora y televisión abierta comunitarias como emisoras de *servicio público, sin fines de lucro*. Es decir, la ley concibe a estas emisoras como un *servicio público*. Si bien en la práctica este carácter se entiende y se desarrolla de maneras muy diversas por los medios en relación con el espacio social en el que se desenvuelven, lo cierto es que jurídicamente esta es su definición. Tal definición tiene un conjunto de implicaciones políticas; entre ellas, la más importante es que el contenido de la programación debe estar pensado para la satisfacción de todos los intereses y tendencias sociales, siempre en el contexto de la Constitución Nacional y la primacía del interés colectivo que ella establece. La satisfacción de este requerimiento exige la participación de sectores plurales y diversos en su conducción, como forma de materializar dicha universalidad. Otro elemento que define el servicio público es lo que algunos llaman “responsabilidad cultural”, es decir, la necesidad de una programación de calidad en materia de información y educación a través de programas creativos y de excelencia. Pero quizás el elemento central que caracteriza a un servicio público es su autonomía tanto política como financiera. Por un lado, se parte de la premisa de que

³ En referencia a la Ley Orgánica de Telecomunicaciones, promulgada el 12 de junio de 2000, disponible en <www.conatel.gob.ve>.

un servicio dedicado al público no debe estar dominado por intereses particulares. Por otra parte, el financiamiento generalmente proviene de fondos públicos. Sin embargo, el financiamiento público no es una condición indispensable para que un medio de comunicación sea público; existen medios públicos que son financiados con recursos de instituciones privadas o particulares. Actuar conforme a un genuino servicio público implica entonces una labor de transformación de lo que se ha venido constituyendo como emisoras de radio y TV comunitarias, que han terminado teniendo un carácter menguado, entre otras cosas, por su escaso financiamiento, escasa cobertura y baja calidad en términos generales.

El hecho de ser definidas como emisoras sin fines de lucro –aunque, contradictoriamente, el propio reglamento les abre la posibilidad de recibir ingresos por publicidad– las condena a ser una réplica opaca de las emisoras comerciales. En efecto, extrañamente circunscriptas a lo sumo a espacios municipales, pero preferiblemente a espacios parroquiales, estas emisoras están condenadas a la mengua y a la reproducción de las mismas concepciones y mecanismos de las emisoras de carácter comercial que, con sus matices, son reproducidos en el nivel local. En ese sentido, existe una gran tarea planteada: la organización del financiamiento de las emisoras de radiodifusión sonora y televisión abierta comunitarias de servicio público sin fines de lucro. El Estado central debe asumir, definiéndola previamente con carácter riguroso, una política de financiamiento que debe involucrar a todas las instituciones del Estado: ministerios, gobernaciones, alcaldías, institutos descentralizados, empresas del Estado, bajo una normativa unificadora que permita cuantificar y direccionar los fondos que destinan a los medios comunitarios y alternativos, que deben ser ejecutados con plena autonomía pero también con una rigurosa planificación, inserción social y contraloría interna y social. La experiencia plantea que, ante el poder mediático de las grandes corporaciones del capital y la incidencia que tienen en la conformación de la realidad social y la constitución de la conciencia social, el Estado –en sus diferentes instancias– debe asumir una importante responsabilidad en el financiamiento de las emisoras alternativas como emisoras de servicio público. Entre otras medidas, las emisoras privadas no puede constituirse en monopolios en materias tan sensibles como la comunicación y la cultura, que tienen implicaciones fundamentales en la defensa del proceso revolucionario, que se sustenta en la lucha de ideas y la defensa de la cultura y las identidades culturales que son un problema de soberanía nacional. Como ha demostrado el desenvolvimiento histórico, si la revolución es la transformación de las ideas, de las prácticas discursivas y sociales, de la cultura y de los valores, entonces el carácter universal y de servicio

público, con todas sus implicaciones, es un principio irrenunciable para la consolidación de las emisoras de radio y televisión alternativas, como parte de la consolidación de la revolución.

BIBLIOGRAFÍA

- Adorno, Theodor 1987 *La ideología como lenguaje* (Madrid: Taurus).
- Bajtín, Mijail 1997 “La palabra en la vida y la palabra en la poesía. Hacia una poética sociológica” en *Hacia una filosofía del acto ético. De los borradores y otros escritos* (Barcelona: Anthropos).
- Berger, P. y Luckman, T. 2001 *La construcción social de la realidad* (Buenos Aires: Amorrortu).
- Chaparro E., Manuel 1999 *La democratización de los medios* (Diputación de Sevilla).
- Manheim, Karl 1993 *Ideología y utopía* (México DF: Fondo de Cultura Económica).
- Marx, K. y Engels, F. 1985 *La ideología alemana* (Buenos Aires: Pueblos Unidos).
- Vigotsky, Lev 1982 *Obras escogidas* (Madrid: Visor) Tomo II.

Guillermo Mastrini* y Damián Loreti**

POLÍTICAS DE COMUNICACIÓN: UN DÉFICIT DE LA DEMOCRACIA***

DESDE EL REGRESO a los gobiernos electos en elecciones generales en 1983, una de las mayores tareas pendientes en materia regulatoria es adecuar la legislación del sistema comunicacional a las necesidades del sistema democrático. Al igual que en el caso de la Ley de Entidades Financieras, una de las principales normas de la dictadura que continúa vigente es la Ley de Radiodifusión, sancionada durante el mandato de Jorge Rafael Videla (Ley 22285/80). Mantenerla ha resultado funcional a los distintos gobiernos que se sucedieron desde 1983, ya que permite –a través de la intervención del Comité Federal de Radiodifusión (COMFER), por ejemplo– un control directo sobre la política comunicacional. Igual situación se refleja en el marcado oficialismo de

* Profesor Titular de Políticas y Planificación de la Comunicación de la Universidad de Buenos Aires (UBA). Coordinador académico de la Maestría en Industrias Culturales de la Universidad Nacional de Quilmes.

** Abogado, UBA. Doctor en ciencias de la información, Facultad de Ciencias de la Información, Universidad Complutense de Madrid. Director de la Cátedra UNESCO Libertad de Expresión FPYCS UNLP. Vicedecano de la Facultad de Ciencias Sociales, UBA.

*** Una versión anterior de este artículo fue presentada al capítulo de “Políticas culturales” del Plan Fénix de la Universidad de Buenos Aires.

los medios de propiedad estatal, que permanentemente se han utilizado como agencias gubernamentales.

Por otra parte, el mantenimiento de la ley también ha resultado funcional, en parte, a los intereses de los grupos y empresas de comunicación. En primer lugar, porque ha postergado la entrada de nuevos actores al sistema, dado que la norma es previa al auge del proceso de convergencia entre la informática, las telecomunicaciones y el audiovisual. En segundo lugar, porque el sector no tiene interés en que esta discusión se torne pública. Si hay un tema que prácticamente no es abordado por los medios de comunicación, es la información referida a la economía y la política de los medios de comunicación. Un sistema democrático exige transparencia informativa en todos los ámbitos. Dado que los medios masivos de comunicación se han transformado en el vehículo más importante de la información con la que los ciudadanos asumen muchas de sus decisiones políticas y económicas, pero a la vez son actores políticos con fuertes intereses económicos, resulta imprescindible garantizar el mayor grado posible de información sobre los propios medios. No es redundante recordar que los medios de comunicación pueden ser independientes de los gobiernos, pero nunca lo serán de sus intereses económicos y políticos.

El objetivo del presente artículo es analizar las diversas posibilidades existentes de generar políticas de comunicación de la democracia. Con dicho fin, se realizará un breve recorrido por las principales tendencias a nivel internacional en el área, para luego relacionarlas con la coyuntura argentina.

DIAGNÓSTICO INTERNACIONAL

El diseño de políticas de comunicación enfrenta, desde nuestro punto de vista, cuatro cuestiones principales: la concentración de la propiedad; la convergencia entre los sectores audiovisual, informático y de telecomunicaciones; el llamado “gobierno global de la comunicación”; y crecientes problemas en torno a los derechos de propiedad intelectual. Este diagnóstico puede ser alcanzado si se considera que durante los últimos veinte años se asistió a una profunda transformación de las políticas de comunicación. La llegada al poder del neoliberalismo afianzó una política global de destrucción del Estado de Bienestar que, tras la argucia discursiva de la “desregulación”, consumó un proceso que denominamos “re-regulación”. Se trata de una revisión de la regulación vigente con el fin de alcanzar una liberalización controlada del sistema, con actores privados reteniendo el control sobre las cuestiones clave del proceso (Mastrini y Mestman, 1996).

En políticas de comunicación, la re-regulación fue utilizada especialmente para eliminar restricciones a la concentración de la propiedad

de los medios de comunicación. Graham Murdock advierte con lucidez sobre la creciente contradicción que plantea el proceso de concentración entre el rol idealizado de la prensa como un recurso de la ciudadanía y su base económica de propiedad privada. Como se ha señalado, es imperioso volver a considerar cómo se articula un sistema productivo basado en la propiedad privada con un sistema político que presupone que una participación social plena depende en parte del acceso al máximo rango posible de información y análisis y a un debate abierto sobre los temas cotidianos, cuando esta información es controlada por muy pocos actores.

También se han revelado proféticos los discursos que anunciaban la inminencia de la convergencia de los sectores de la comunicación, la informática y las telecomunicaciones. El equipo de Yves Punie y Jean Claude Burgelman (Punie et al., 2002) ha indicado las dificultades del sector para encontrar un modelo de ingresos. Sin embargo, es evidente la tendencia del mercado a buscar un modelo de sustentación empresarial basado en el pago por contenidos. Ante este contexto, sólo un criterio regulatorio distinto del neoliberal puede llegar a permitir niveles de acceso a los bienes simbólicos que no resulten discriminatorios para los sectores de bajos ingresos.

El tercer factor a considerar, vinculado a los dos anteriores, es la creciente dificultad de los estados nacionales para establecer políticas en el área. Más allá de la estrecha relación que se puede observar entre el regulador y los regulados, y la “cooptación” del Estado y sus agencias regulatorias, también se ha advertido el creciente peso de instituciones internacionales en la definición de políticas de cumplimiento obligatorio, como los acuerdos supranacionales (Unión Europea, NAFTA, MERCOSUR) y las disposiciones de organizaciones como la International Telecommunication Union (ITU) o la Organización Mundial del Comercio (OMC). Los proyectos en esta última organización que incluyen los bienes simbólicos en sus acuerdos suponen, de implementarse, un importante desafío a la capacidad de los diversos estados para sostener políticas culturales, dado que inmediatamente serían acusadas de subsidios estatales que disuaden el libre comercio.

Los derechos de propiedad intelectual se han tornado una cuestión central para las industrias culturales. De hecho, es un punto en el que concurren las tres instancias antes mencionadas. Tanto la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI) como la OMC se han mostrado sumamente activas en la materia, a la par de los grandes grupos concentrados que buscan proteger derechos y la posibilidad de multidistribución en los diferentes soportes que la convergencia parece abrir. En este sentido, los grandes grupos han presionado en favor de extender los plazos de derechos exclusivos (en perjuicio del dominio público), en desarrollar tecnologías que limiten la copia, y en buscar

mecanismos de sanción a los consumidores que evadan los mecanismos de paga de sus derechos. Si los derechos de autor fueron pensados como única forma de proteger a los creadores y a la creatividad, hoy asistimos a procesos que buscan mayoritariamente favorecer a quienes administran la producción de bienes culturales masivos y no tanto a los creadores (Gay Fuentes, 2003).

DIAGNÓSTICO DE LA ARGENTINA

Durante la década del noventa, las políticas de comunicación en la Argentina fueron contundentes y se materializaron en una fuerte centralización del capital, una parcial desnacionalización de la propiedad y una expansión de los mercados publicitarios. En materia de políticas de comunicación, el gobierno del presidente Néstor Kirchner ha mantenido las principales características de sus antecesores.

Tras un inicio arrollador, en el que se prometió un rápido cambio de la Ley de Radiodifusión de la dictadura, la agenda del COMFER en 2004 tuvo mayor afinidad con los intereses de los propietarios de medios. En mayo de 2005, sin que mediara reclamo público alguno, el gobierno suspendió el cómputo de las licencias de radiodifusión mediante el Decreto 527/05, favoreciendo a los grupos de medios concentrados surgidos en la década del noventa. A fines de 2005, y con dos años de demora respecto al fallo de inconstitucionalidad de la Corte Suprema, el Congreso de la Nación modificó el cuestionado artículo que impedía a toda institución sin fines de lucro acceder a licencias de radiodifusión. Sin embargo, mantuvo la exclusión a las cooperativas prestadoras de servicios públicos, con el argumento de evitar subsidios cruzados. Resulta curiosa y discrecional esta aplicación de normas anticompetitivas, en un país con altísimos índices de concentración de la propiedad en el sector, y que nada tuvo que objetar, por ejemplo, al momento de la fusión de Movicom y Unifón en Movistar.

Durante los años noventa, la Ley de Radiodifusión sufrió sucesivas modificaciones puntuales que permitieron una mayor concentración de capitales, la incorporación de nuevos actores transnacionales, y consagraron la multipropiedad de medios audiovisuales. Pero esos cambios no impidieron que el COMFER continuara intervenido ni que en el Parlamento naufragaran uno tras otro los intentos de sancionar una ley que democratice el funcionamiento del sistema de medios.

En toda América Latina se advierte que existen lazos informales entre el Estado y los propietarios de medios de comunicación. El predominio de un modelo comercial y privado se complementa con pactos no escritos de mutua conveniencia, que estimulan tanto la legitimidad del sistema político como la estructura de medios. De esta forma, los propietarios de medios gozaron de amplia libertad para operar en el

mercado, mientras que el Estado mantuvo un control informal sobre los contenidos. En un destacado trabajo sobre las relaciones entre la radio y el poder político en la Argentina, Rosa María Brenca y María Luisa Lacroix (1998) remarcan la existencia de un “privatismo oficialista”. Este modelo de relación atravesó distintas etapas históricas y aparece implícitamente aceptado por vastos sectores de la clase política. Es preciso aclarar que esta simplificación no excluye la existencia de contradicciones entre el sector político y el sector empresarial.

La dificultad de establecer un proceso regulatorio democrático, o incluso de alcanzar objetivos políticos al menos vinculados con el interés del público, no debe ocultar las características estructurales de la radiodifusión argentina. No puede obviarse la temprana dependencia y vinculación con el capital y la producción extranjera; el histórico centralismo del sistema en torno a Buenos Aires, tanto en la gestión como en la circulación de información y la producción de contenidos; la sistemática discriminación de los agentes no gubernamentales sin fines de lucro; la convalidación legal (generalmente a través de decretos presidenciales) de situaciones de hecho que vulneraban la ley; el no cumplimiento de la ley y su reglamento en determinados puntos (por ejemplo, los que exigen la publicidad de las cuentas de los medios o la autorización del Ejecutivo para realizar traspasos de acciones); la conformación de organismos de regulación y control con carácter centralista, unitario y directamente dependiente del Ejecutivo Nacional; la privatización de la ganancia y la estatización de las deudas. En estos aspectos, la continuidad de las directrices de política fue absoluta, más allá de las características de los diversos gobiernos, lo que denota un entramado social-institucional hegemónico que no ha podido ser resuelto en términos democráticos.

Otra continuidad histórica puede ser hallada en el manejo de los medios públicos que fueron utilizados, gobierno tras gobierno, como órganos de difusión de la actividad oficial, ante la indiferencia de la ciudadanía. Si bien se han producido cambios de autoridades en Canal 7 y Radio Nacional y ello provocó ciertas expectativas, no se logra despegar a los medios públicos de su imagen oficialista. También sigue siendo esperable la sanción de regímenes que garanticen marcos institucionales que los alejen de ser ejemplos de una radiodifusión gubernamental que ha contribuido al desprestigio de lo público.

PROPUESTAS PARA UN SISTEMA DE COMUNICACIÓN DEMOCRÁTICO

Una política de comunicación que tenga en cuenta al conjunto de la sociedad no puede obviar la necesidad de que los medios del Estado sean públicos y no gubernamentales; debe asegurar la transparencia de la propiedad e intereses de los medios de comunicación; y establecer el

derecho de todos los ciudadanos y sus organizaciones a tener medios de comunicación en el marco de una política de estímulo al surgimiento y consolidación de medios de baja y mediana potencia. La sanción de una ley de radiodifusión que reemplace a la sancionada por la dictadura militar debería ser el resultado de un importante debate social que consagre estos principios.

Seguidamente apuntaremos algunos lineamientos de tipo jurídico, a fin de plasmar en herramientas los principios apuntados.

LOS SISTEMAS ESTATALES

En cuanto a los sistemas estatales de radiodifusión señalamos que, pese a que la cuestión del pluralismo no está relacionada únicamente con la propiedad, sí, por el contrario, debe ser juzgada según la independencia profesional, la calidad, la integridad de la información y la variedad de posibles elecciones genuinas que puede tener el público a su disposición.

Debe tenderse a la formulación de sistemas estatales no gubernamentales de gestión pública, lo que equivale a decir que no sólo el Estado como propietario sea el que esté en condiciones de opinar, decidir y participar. La condición de público habrá de obtenerse por vía de mecanismos de gestión democráticos y participativos. En este sentido, señalamos que el servicio estatal de radiodifusión no tiene por qué implicar impedimentos para la existencia del mercado de los medios de comunicación privados.

De hecho, la radiodifusión pública puede compensar las deficiencias del mercado para cubrir la información de modo independiente y ofrecer ámbitos de experimentación, aparición de nuevas formas expresivas y amparo a las creaciones culturales propias. Sin perjuicio de lo expuesto, las líneas de financiamiento deben ser prioritariamente públicas y presupuestarias, pero sin dejar de atender que el aporte privado es una realidad palpable en el conjunto de los países de Occidente por diversas vías, que van desde el impuesto específico para el sostenimiento directo hasta el tributo personal de los tenedores de aparatos de recepción.

DERECHOS DE PROPIEDAD INTELECTUAL

Un elemento clave en el marco de la denominada “sociedad de la información” es definir una política clara en relación con los derechos de la propiedad intelectual. Se advierte una tendencia importante en el plano internacional en presentar una negación pertinaz al reconocimiento del uso y goce de los derechos de propiedad intelectual de autores, intérpretes y creadores.

Los principios de los derechos de autor que desde hace tiempo están establecidos y definidos en las normas internacionales, con rango y convenios diversos tales como el Convenio de Berna, el Convenio

de Roma y los instrumentos para la incorporación de los procesos de digitalización de OMPI o el acuerdo TRIPs, aunque no necesariamente inspirados en misma línea que el reconocimiento a la creación cultural que se hace desde la perspectiva de los derechos humanos. El retraso en nuestro país sobre la materia no debe preocuparnos sólo en razón de la falta de adaptación a nuevas tecnologías, sino de incorporar a los trabajadores como participantes en las ganancias que resultan de explotar producciones culturales como si los derechos morales no existieran y los patrimoniales hubieran sido objeto de cesión.

Los derechos morales y patrimoniales son un elemento fundamental que garantizará normas elevadas de contenidos en los medios de comunicación de modo plural y creativo. De lo contrario, sólo se exhibirán producciones antiguas que devenguen ingresos publicitarios y no signifiquen costos laborales o de derechos.

En algunos campos de la comunicación, los empresarios utilizan mecanismos de precarización contractual para desplazar la relación de trabajo hacia otras modalidades de contratación. En las actividades culturales, esta situación es particularmente grave, ya que la relación de ajenidad típica del trabajador constructor de bienes físicos es reemplazada por la identificación del creador por interpretación, autoría o apoyatura técnica o producción para la obtención de un producto cultural único e irrepetible.

Asimismo, la digitalización y la innovación tecnológica permiten la utilización y reutilización de las producciones e imágenes de estos grupos de trabajadores en términos insospechados, lo que nos lleva nuevamente a la necesidad de contemplar las cuestiones que rodean a la propiedad intelectual en cuanto a derechos morales y patrimoniales.

En cuanto a políticas de tipo fiscal y desgravamiento, habremos de enfatizar la necesidad de llevar a la OMC planteos que permitan el sostenimiento de cláusulas de preferencia y protección en materia de contrataciones por parte del Estado, y de medidas fiscales y parafiscales para la producción y los servicios locales.

Sin perjuicio de ello, sería deseable una línea de políticas de desgravación parcial a los productos y servicios audiovisuales declarados de interés cultural o educativo. Y en ningún caso las desgravaciones deben ir dirigidas a la disminución de contribuciones o aportes que sean salarios indirectos.

En todos los casos, máxime en un medio en el cual el acceso a los créditos tiene una dificultad notoria –aunque innecesaria e incomprensible, dado su valor estratégico–, una vía de desgravamiento debe ir en esa dirección, independientemente de las políticas de subsidios directos con fondos presupuestarios que se entiendan pertinentes.

Finalmente, en orden a una síntesis propositiva, y pese a que de acuerdo a nuestro entendimiento la radiodifusión es el ejercicio de la libertad de prensa por un soporte tecnológico diferente del papel, la ley no la define de ese modo.

ASPECTOS SALIENTES DE LA LEY

A veintidós años de la reinstauración del régimen democrático, pocas deudas pueden reprocharse a los legisladores como la inagotable y aún poco fecunda discusión sobre la Ley de Radiodifusión. Más aún, la situación se agrava cuando registramos que las tres últimas leyes aplicables en materia de radiodifusión devienen de gobiernos de facto, como fueron las sancionadas en 1957 (Decreto-ley 15460/57, ratificado por la Ley 14467), en 1972 (Decreto 19798, llamado Ley de Telecomunicaciones, cuyo título V comprendía las normas sobre radiodifusión) y en 1980, que resulta ser la propia Ley 22285/80 hoy vigente.

Existen, por cierto, características de la Ley 22285 que hacen que la mayoría de quienes guardan relaciones con los medios de comunicación social electrónicos la repudien, sin que esta aseveración excluya a las propias autoridades. Veamos.

En principio, la ley resulta centralista en exceso, autoritaria y discriminatoria. La caracterizamos como centralista porque toda su aplicación está ceñida al Poder Ejecutivo o a organismos dependientes del mismo (COMFER o Secretaría de Comunicaciones), dejando de lado por completo a las provincias. La entendemos autoritaria en tanto su propio articulado limita el funcionamiento de los medios –y la información transmitida– a las necesidades de la seguridad nacional. Y la definimos como discriminatoria en la medida en que excluía de la facultad de ser permisionario a toda entidad legal que no sea una sociedad comercial regularmente constituida. Este aspecto fue solucionado por la Ley 26053, aunque en la segunda revisión por el Senado se desnaturalizó la corrección incorporada por la Cámara de Diputados al admitir a las entidades de servicio público sin fines de lucro que cumplieran ciertas pautas no predatorias. Inconstitucionalmente –por violación del artículo 81 de la Constitución Nacional que impide modificar parcialmente los textos en revisión, ya que deben aceptarse o rechazarse– se excluyó a las cooperativas que presten estos servicios aunque cumplieran con las prevenciones no predatorias.

Respecto a los medios comprendidos en la ley y definidos como servicios, encontramos a la televisión y radio abiertas, cuyas licencias se deben adjudicar por concurso público, por una parte; y a los servicios complementarios (cables, antenas comunitarias, televisoras codificadas, etc.), cuyas licencias se adjudican por autorización directa del COMFER.

Del mismo modo se adjudican las licencias para los servicios estatales de las provincias, las municipalidades, las universidades estatales y el propio Estado Nacional.

En cuanto a las autoridades de aplicación, la ley atribuye estas facultades al Comité Federal de Radiodifusión para el control, fiscalización, registro y otorgamiento de emisoras, y a la Secretaría de Comunicaciones de la Nación para la realización de las tareas técnicas relacionadas con la adjudicación y control de operación de las frecuencias.

En materia de contenidos, sigue teniendo visos de autoritarismo al admitir las restricciones por razones de seguridad nacional en el artículo 7 y, tras las modificaciones introducidas por los decretos 1062/98 y 1005/99, admite una capacidad de concentración casi sin antecedentes en la economía nacional y frente a la cual las condiciones de la ley de defensa de la competencia ha demostrado casi nula suerte –tanto en lo que hace a la conformación de oligopolios por vía de la propiedad, como en lo referente a las condiciones de explotación de los derechos de exhibición de eventos de interés público.

Lo deseable y respetuoso de los principios de derechos humanos sería una legislación que permitiera la aparición de nuevos medios, desconcentrara lo actualmente establecido y garantizara un desarrollo mayor de expresiones culturales propias, respetando los derechos de trabajadores, intérpretes, autores y creadores.

Una agresiva política editorial que dé cuenta de las mejores ventajas competitivas argentinas no es una utopía. La presencia de creadores y las coyunturas cambiarias pueden permitir el restablecimiento de la Argentina como polo productivo de la región. Lo mismo respecto a la provisión de servicios y productos digitales.

En el marco de la industria cinematográfica, medidas recientes han permitido el fortalecimiento de los espacios audiovisuales nacionales. Medidas similares con la industria publicitaria –hoy destrozada por el uso de “cortos extranjeros” y las “PNT”¹– serían muy bien recibidas por la actividad y son constitucionalmente imprescindibles a tenor del artículo 75, inciso 19, que obliga al Estado a proteger y promover los espacios audiovisuales nacionales. En defensa de la diversidad cultural, propiciamos el resguardo de espacios para la creación y exhibición de obras locales y regionales, evitando de esa manera el camino en una sola dirección que pretenden imponer los grandes grupos multinacionales hacia el resto del mundo. Es decir, aspiramos a la libertad de poder producir y exhibir lo propio y, al mismo tiempo, tener acceso a la más variada producción extranjera.

1 Publicidad No Tradicional: se trata de la publicidad inserta de distintas maneras dentro de los programas.

Pero en virtud de las desigualdades económicas que hoy existen y la concentración multinacional de medios, no será posible gozar de esa libertad si todo queda al exclusivo arbitrio de las reglas del mercado. La cultura requiere de nuestros gobiernos políticas claras y definidas y, sobre todo, continuidad. Si bien el comercio juega un rol importante en ella, las líneas de acción deben estar regidas por el interés ciudadano y de soberanía, y basadas en el respeto a los derechos humanos, garantizando la libertad de expresión y el derecho a la información.

No existe razón alguna para que quienes trabajamos en las industrias culturales seamos excluidos a la hora de discutir los perfiles de políticas nacionales para un pleno desarrollo de la industria del cine, la música, el libro, la radiodifusión, las artes escénicas, etc., buscando preservar los valores e identidades locales en el mensaje a transmitir.

Es necesario que todos trabajemos para el establecimiento de normas que sirvan a la sociedad en su conjunto. La globalización no significa uniformidad. Es preciso luchar por un mundo donde se valore la diversidad cultural y la lingüística.

Porque si se barre con el universo cultural de cada lugar, entonces el hombre mismo pasará a ser un objeto vendible, un producto de intercambio, un ser que, en definitiva, perderá hasta el sentido y la felicidad de vivir.

Más convencidos que nunca de que los bienes culturales, su producción y preservación constituyen la base fundamental de la identidad de una Nación, convocamos y nos sumamos a su defensa, en un desafío impostergable.

Las siguientes son algunas propuestas en ese sentido.

- Garantizar el derecho de toda persona a investigar, buscar, recibir y difundir informaciones, opiniones e ideas, sin censura previa, a través de la radio y la televisión.
- Pensar la radiodifusión como una forma de ejercicio del derecho a la información y la cultura y no solamente como un simple negocio comercial.
- Garantizar la independencia de los medios de comunicación.
- Las frecuencias radioeléctricas no deben transferirse, venderse ni subastarse. Las frecuencias radioeléctricas pertenecen a la comunidad, son patrimonio común de la humanidad, y están sujetas por su naturaleza y principios a legislaciones nacionales así como a tratados internacionales. Deben ser administradas por el Estado con criterios democráticos y adjudicadas por períodos de tiempo determinado a quienes ofrezcan prestar un mejor

servicio. La renovación de las licencias estará sujeta a audiencia pública vinculante.

- La promoción de la diversidad y el pluralismo debe ser el objetivo primordial de la reglamentación de la radiodifusión.
- Deberán adoptarse políticas efectivas para evitar la concentración de la propiedad de los medios de comunicación.
- Deberá mantenerse un registro público y abierto de licencias.
- Garantizar que todos los ciudadanos e instituciones legalmente constituidas puedan acceder a la titularidad de licencias de radiodifusión.
- Los medios estatales deberán ser públicos y no gubernamentales.
- Garantizar cuotas para la difusión sonora y audiovisual de contenidos de producción local, nacional y propia.
- La publicidad sonora y audiovisual deberá ser de total producción nacional y deberá siempre diferenciarse de los contenidos de la programación.
- Los sistemas de distribución de señales deberán incluir en su grilla de canales las emisoras de TV de aire de la localidad, el canal público nacional y un canal con producción informativa local y propia.
- La autoridad de aplicación deberá respetar en su constitución el sistema federal y estará integrada además por organizaciones de la sociedad civil no licenciatarias y por representantes de las entidades representativas de los trabajadores de los medios y de las artes audiovisuales.
- Se creará la figura de la “Defensoría del público”, con delegaciones en las provincias, que recibirá y canalizará las inquietudes de los habitantes de la Nación.

BIBLIOGRAFÍA

- Brenca, Rosa María y Lacroix, María Luisa 1998 *Radio y poder en la Argentina 1920-1953. Notas para la historia de la radio en la Argentina* (Buenos Aires: Universidad Nacional de Lomas de Zamora).
- Gay Fuentes, Celeste 2003 “El derecho de propiedad intelectual: por un nuevo equilibrio entre creadores e interés general” en Bustamante,

Enrique (coord.) *Hacia un nuevo sistema mundial de comunicación. Las industrias culturales en la era digital* (Barcelona: Gedisa).

Mastrini, Guillermo y Mestman, Mariano 1996 “¿Desregulación o re-regulación? De las derrotas de las políticas a las políticas de la derrota” en *Cuadernos de Información y Cultura* (Madrid: Universidad Complutense) N° 2.

Murdock, Graham 1990 “Redrawing the map of communications industries: concentration and ownership in the era of privatization” en Ferguson, Marjorie (ed.) *Public communication: the new imperatives* (Londres: Sage).

Punie, Yves; Burgelman, Jean Claude y Bogdanowicz, Marc 2002 “El futuro de las industrias de medios informativos. Factores de cambio y escenarios posibles para 2005 y después” en *Revista Telos* (Madrid) N° 53, octubre.

César Bolaño*

JORNALISMO ONLINE REFLEXÕES A PARTIR DA ECONOMIA POLÍTICA DA COMUNICAÇÃO

A DIGITALIZAÇÃO REPRESENTA um novo paradigma técnico, que reestrutura em larga medida e economia política da comunicação e da cultura, ao permitir um movimento complexo de convergência, que desestabiliza mercados consolidados, contestando posições hegemônicas, não necessariamente no sentido de uma maior democratização dos meios, mas, em geral, no contrário, ao promover uma tendência de aumento da concentração multimídia. Em todo caso, a concorrência¹ se amplia e torna-se virulenta nesta fase de transição da economia dos meios, em que a Internet adquire papel central, a ponto de muitos falarem em uma “nova economia”. Na teia da rede mundial de computadores, os jornais concorrem com o rádio, este com a televisão e todos com as companhias telefônicas, de modo que o conjunto da economia

* Pesquisador da Universidade Federal de Sergipe, Brasil. Presidente de la Unión Latina de Economía Política de la Información, la Comunicación y la Cultura (ULEPICC).

¹ Entendida não no sentido da economia ortodoxa, como o oposto do monopólio, mas como processo permanente de construção, defesa e ruptura das barreiras à entrada, que constitui os diferentes tipos de oligopólio, forma geral dos mercados no capitalismo avançado.

da comunicação está posto em questão, até que uma nova estrutura hegemônica se estabeleça.

O que determina as formas específicas em que essa concorrência generalizada se dá não é a convergência tecnológica em abstrato, mas o surgimento de padrões de produção específicos para a Internet nas áreas de música, vídeo, serviços online, etc., inclusive o jornalismo. Este último, entendido como produto transversal, adequado ao rádio, à imprensa, à TV ou à Internet, assumindo, em cada caso, feições particulares que, não obstante, não mudam a sua definição geral, tem sido analisado pelos chamados “estudos de jornalismo”, os quais evidenciam o surgimento de padrões de produção específicos, como no caso do jornalismo online, que só poderão ser completamente decifrados se compreendermos a sua economia e a sua economia política.

A economia política da comunicação, da informação e da cultura vem estudando há décadas aquilo que os franceses chamam de “lógicas sociais”². Quatro delas, em especial, ganharam evidência na literatura internacional e podem ser consideradas paradigmáticas: edição, onda, imprensa e clube. Esta última, melhor apresentada em Tremblay (1997), já se refere de forma complexa ao tema da convergência em todos os níveis e sentidos, e sua aceitação por diferentes escolas do pensamento econômico, partindo de referenciais variados³, como a idéia de uma “economia de rede”, demonstra a relevância acrescida da questão neste momento histórico. Voltarei adiante a esse importante trabalho de Tremblay.

De minha parte, desenvolvi também, com base na análise da atual crise do capitalismo (Bolaño, 2002), uma classificação das indústrias da convergência (Bolaño et al., 2003: Cap. 1), que complementa aquela apresentada em Bolaño (2000), mais geral, segundo me parece, que as da economia da comunicação e da cultura francesa, resenhadas no capítulo 4 daquele mesmo livro⁴. Danielle Souza retomou a questão do jornalismo online nessa linha e acabou por realizar um exercício de classificação, acrescentando uma coluna à célebre tabela de Miège et al. (1986: 80), que consta de meu livro de 2000 (178)⁵. No Quadro 1, reproduzo a nova coluna, proposta pela autora.

2 Vide resenha crítica em Bolaño (2000: Cap. 4).

3 Para uma resenha crítica, vide Herscovici (2003).

4 Não estava incluída ainda nenhuma referência aos trabalhos de Gaëtan Tremblay e Jean-Guy Lacroix sobre a lógica do clube. Ainda que os autores possam ser incluídos, de todo direito, na segunda geração da chamada escola francesa (vide Bolaño, 2000), seu trabalho recupera outras influências e, no que se refere em particular ao que estamos tratando, articula-se à discussão mais ampla sobre o conceito que se trava no campo da Economia. Além do artigo de Alain Herscovici, em Bolaño et al. (2003), citado, vide Bolaño e Herscovici (2005).

5 Luis Albornoz (2005) realizou um exercício semelhante, de muito maior fôlego, que poderia ser utilizado aqui alternativa ou comparativamente ao de Souza. Uma discussão des-

Quadro 1
Características gerais do modelo econômico da imprensa online

Características gerais	Multimídia. Público homogêneo. Mídia segmentada. Variedade de consumo. Convergência tecnológica. Contexto de mídias interativas.
Função central	Editor: realiza as mesmas tarefas do redator: criar pautas, escrever e editar matérias. A única diferença é que ele vai coordenar a equipe
Cadeia econômica	Custos de produção e difusão de notícias reduzidos. Produção integrada com outras mídias, com aproveitamento da infra-estrutura já montada. Produção em tempo real. Distribuição em rede. Postos de trabalho irregulares. Técnicas de produção e apresentação não estabilizadas. Crescente concentração das indústrias.
Ofícios conceituais	Jornalistas, e webdesigners (profissionais especializados em técnicas de design gráfico e de editoração de sites e páginas para a web).
Vendas/receitas	Receitas indiretas, através da venda de publicidade. Altos investimentos em novas tecnologias com retorno, na melhor das hipóteses, a longo prazo.
Características dos mercados	Mercado de massa segmentado. Interatividade. Dificuldades na fidelização. Dependência da atualidade. Tendência à desregulamentação do sistema. Fusões e sinergias.

Fonte: Souza (2005).

A partir desse quadro, a autora esclarece o sentido da integração do trabalho jornalístico nesse tipo de processo produtivo. Por um lado, “na prática, não há uma função central exercida por um só profissional. Tem-se a figura do editor, que em alguns casos é chamado de gerente de conteúdo, mas suas funções são as mesmas do redator, com uma única diferença: ele coordena a equipe para agilizar a produção de notícias e se responsabiliza pelas informações colocadas no ar” (Souza, 2005). As equipes, por outro, são reduzidas, incorporando em larga medida o trabalho de estagiários.

Há uma forte flexibilização do trabalho e uma tendência ao apagamento das fronteiras entre as especialidades jornalísticas, com o repórter exercendo, por exemplo, a função de fotógrafo. As atividades próprias do jornalista vão-se, assim, de um modo geral, esvaziando, sendo simplificadas, enquanto outras, antes ligadas a áreas como a informática, ganham relevância e passam a fazer parte das ferramentas intelectuais que o jornalista é obrigado a dominar. O resultado é um amplo processo de desqualificação e re-qualificação, em detrimento do instrumental crítico, anteriormente vinculado à formação desses profissionais. Os limites à subsunção do trabalho intelectual (Bolaño,

se importante trabalho, não obstante, dada a sua extensão e complexidade, será deixada para outro momento.

2002) vão sendo assim rompidos, o que, diga-se de passagem, não garante a rentabilidade ou a competitividade.

O custo de produção e difusão de notícias é reduzido, já que não há gastos com a compra de papel e com distribuição em rede física, como ocorre nos setores da imprensa, nem gastos para formação de uma estrutura quase industrial, como nos setores de onda. Na maioria dos casos, a produção das mídias online é integrada com a de outros setores, como rádio, televisão ou jornal, tendo em vista que não há retorno imediato dos altos investimentos. A oferta de conteúdo jornalístico na rede não é financeiramente rentável... Quem ganha dinheiro com a Internet são os provedores de acesso e as empresas de telecomunicações. Os portais-provedores que mantêm uma equipe de jornalistas para disponibilizar notícias aos seus clientes, têm por objetivo manter a audiência... Os jornais impressos que passam a disponibilizar uma versão online dificilmente irão lucrar com o novo suporte, pois o único retorno financeiro que eles poderiam ter na rede seria com a venda de publicidade. No entanto, os anunciantes ainda possuem certo receio em propagar seus produtos na Internet, o que distancia a mídia online de alcançar seus objetivos de competitividade com o meio tradicional. O que ocorre são fusões entre as empresas da mídia, a exemplo de corporações que chegam a abranger os setores editorial, de imprensa, de onda e, agora, online, ao mesmo tempo. As empresas que dispõem conteúdo na web fazem uma re-apropriação ou re-interpretação das mercadorias culturais dos seus associados. O resultado é a concentração de poder nas mãos de um pequeno número de grandes empresas (Souza, 2005).

Trata-se, como se pode deduzir, de uma “lógica social” híbrida, que representa, segundo a autora, não mais aquela aproximação, detectada na década de 80, “entre editorial e onda, frente ao surgimento da TV segmentada a pagamento. A presença da Internet como meio de informação promove uma nova aproximação, desta vez entre imprensa e onda, constituindo-se um novo paradigma” (Souza, 2005) concernente à produção de conteúdo.

Neste ponto, vale retomar o conceito de clube dos canadenses. A idéia surge em grande medida para explicar o desgaste da lógica da onda, decorrente do avanço da digitalização, que promove uma convergência entre telecomunicações, radiodifusão e informática, tendente a aprofundar os processos de mercantilização e industrialização da produção cultural, eliminando fronteiras entre os campos da informação,

comunicação e cultura, o que exige ampliação dos marcos conceituais da economia da comunicação.

Para Tremblay, a lógica da onda é típica dos inícios da radiodifusão, marcados pela difusão em direto. O desenvolvimento de tecnologias que permitem a reprodução a preços razoáveis, rompe progressivamente a estreita imbricação entre as funções de produção, programação e difusão, promovendo uma progressiva desestruturação da lógica da onda, ao contrário do que ocorre com aquela da edição, que se vê reforçada com a digitalização geral. Nas palavras do autor:

Se os progressos das técnicas de registro e de reprodução dos produtos audiovisuais fizeram progredir a lógica editorial, a aplicação das técnicas de distribuição, primeiro, e, logo, de comunicação bidirecional e interativa, na oferta de produtos culturais, não se traduziu num reforço da lógica da onda, mas na emergência de uma nova lógica, que nós qualificamos como “lógica de clube” (Tremblay, 1997).

Esse progressivo apagamento da lógica da onda, pelo desenvolvimento das tecnologias da convergência se evidenciava, no primeiro trabalho de Tremblay e Lacroix sobre o tema⁶, na TV segmentada. No artigo em exame, o autor fala especialmente das redes telemáticas como a Internet. O Quadro 2 apresenta as características dos três modelos.

Quadro 2
Formas institucionais da mercantilização e da industrialização da cultura, da informação e da comunicação

Editorial	Onda	Clube
Conteúdo durável	Conteúdo efêmero	Todo tipo de conteúdo
Conteúdo descontínuo	Conteúdo contínuo (programa)	Contínuo e descontínuo
Cópias individuais	Protótipo difundido	Cópia individual para consulta ou reprodução
Reprodução	Difusão	Distribuição
Financiamento direto	Financiamento indireto	Financiamento direto e indireto

Fonte: Tremblay (1997).

⁶ O primeiro trabalho, na linha da Economia Política da Comunicação, a incorporar o conceito de clube, foi o de Tremblay e Lacroix (1991). Aqui, preferimos a versão mais avançada dada por Tremblay em 1997.

Na lógica do clube, oferecem-se tanto produtos individualizados (como no modelo editorial), quanto programação em contínuo (como na onda) aos membros do clube (aqueles que estão conectados, que têm acesso), incorporando diferentes modalidades de financiamento. Como na lógica editorial, é permitida a materialização sobre um suporte individualizado, mas isso depende do usuário, que não precisa deslocar-se ao ponto de venda, mas arca com os custos da impressão (ou da gravação sobre outro suporte). Reestruturam-se as relações entre criação, produção, distribuição e consumo, relativizando o papel do programador e colocando em primeiro plano o servidor (eletrônico ou humano), a quem cabe a função principal. Ele é responsável pela negociação dos direitos de difusão ou de distribuição, pela elaboração das estratégias de *marketing* e pela oferta aos associados de um conjunto de serviços (inclusive navegação) e produtos.

Permito-me re-enquadrar a contribuição de Danielle Souza, com base nesta rápida leitura do trabalho de Gaëtan Tremblay. Para este, o clube concorre com a edição – apresentando-se como alternativa à reprodução material e à distribuição através de pontos de venda – e com a onda, ao reduzir seu espaço de ação, integrando-a. A lógica do clube integra, em suma, a mercantilização direta (da edição) e indireta (da onda) num novo aparato técnico de oferta de bens culturais, explorando diferentes formas de financiamento. O autor não se refere à imprensa, mas pode-se considerar que ela está incluída na lógica editorial, como acontece muitas vezes na bibliografia da economia da comunicação e da cultura.

O que Souza apresenta, por sua parte, como vimos, é um caso de apagamento de fronteiras entre a onda e a imprensa, quando esta se insere naquele novo aparato técnico, semelhante à aproximação que está na origem da proposta dos canadenses, promovida pelo surgimento da TV segmentada, que aproxima a onda do editorial. Trata-se, portanto, de um aprofundamento da mesma tendência, mas não está claro se é a lógica da onda ou a da imprensa que predominará. Em todo caso, amplia-se a lógica do clube e prevalece a exclusão pelos preços, ainda que o financiamento publicitário seja uma das possibilidades de viabilização do jornalismo online.

Considerando-se, por outro lado, que a lógica do clube é hegemônica, subsumindo todas as outras, na perspectiva de uma economia da comunicação e da cultura (sem considerar, por comodidade, a economia das telecomunicações e da informática)⁷, torna-se importante pensar, no seu interior, a convergência e as lógicas sociais, por camadas. Num nível mais geral, encontra-se a classificação tradicional editorial/onda/imprensa. Logo abaixo, podemos definir os setores da TV

7 Para uma perspectiva de conjunto, vide Bolaño et al. (2003).

segmentada, radio online, ou imprensa online, operadores, na prática, da convergência. Todos estes apresentam uma semelhança com a onda: não oferecem um bem individualizado, mas um conjunto de elementos que podemos classificar, em terceiro lugar, como partes de uma programação, paginação ou algo equivalente.

O “fluxo” de que fala Franciscato (2004), por exemplo, ao referir-se à operação do jornalismo online em “tempo real”, enquadra-se neste terceiro nível, menos abstrato, de análise. É preciso deixar isto claro porque muitas vezes a idéia de “onda” (*flot*, em francês, e não *flux*) foi mal traduzida, na EPC, como fluxo. Embora a idéia faça certamente mais sentido no jornalismo online do que na radiodifusão, trata-se de um fluxo intermitente, tanto do ponto de vista da produção como do consumo, não constituindo, ademais, uma mercadoria (bem ou serviço) particular, mas apenas parte de uma programação que se valoriza no conjunto.

A operação é semelhante à de um canal de jornalismo, como CNN e outros, típicos da TV segmentada, com a diferença fundamental de que, neste caso, o fluxo é inserido numa estrutura de áreas e editorias, articulando características da Internet (*hiperlink*, formato de página *www*, etc.) e da imprensa. A integração é garantida pelo jornal, *site*, portal, rádio, web-TV ou outro produto digital qualquer, inserido, por sua vez, na plataforma Internet, como poderia ser na plataforma da televisão digital terrestre (TDT), guardando ainda semelhanças com a TV segmentada convencional, ela mesma uma plataforma tecnológica em que a TV se distancia, como vimos, do modelo da onda e se aproxima do editorial.

Assim, nos canais especializados em jornalismo, na TV segmentada, o fluxo apresenta-se distribuído entre o vídeo e os tele-textos paralelos, que estabelecem entre si aquela monótona dinâmica circular que só se vê (parcialmente) rompida em situações excepcionais em que a cobertura ao vivo assume o primeiro plano. O que o consumidor adquire não é sequer o acesso ao canal, muito menos ao fluxo, mas a um pacote de canais e outros produtos (*pay per view*, canais de música, acesso à Internet), planejados como uma oferta global e diferenciada, de acordo com o poder de compra do indivíduo ou família. Isto vale também, com as devidas adaptações, para a Internet e todas as plataformas digitais que adotam a lógica do clube.

O fluxo não representa, portanto, uma nova lógica social, sendo antes um elemento a mais, como os *links*, as fotos, os *banners* ou a programação musical, na construção da oferta. Sua caracterização, não obstante, é importante para a análise tanto das especificidades dos processos de trabalho, quanto da concorrência, nos setores de convergência tecnológica que incorporam de alguma forma, trabalho jornalístico ou assemelhado. A idéia de “produção de conteúdos em fluxo contínuo” é uma das duas noções de “tempo real”, na perspectiva de

Meditsch (1993), e se refere ao “movimento de alimentação constante de notícias e sua fragmentação pela programação diária (às vezes nas 24 horas do dia), seja em rádio, televisão ou Internet” (Franciscato, 2004: 27). A outra noção é a da transmissão ao vivo das notícias.

Franciscato concorda com a crítica de Ignácio Ramonet (1999) à “ideologia da informação contínua e em tempo real”, quando afirma, por exemplo, que “falar em produção de imagens e demais conteúdos em tempo real [...] significa acentuar uma tensão entre a emotividade que esta imagem oferece e o sentido de verdade que parece ‘naturalmente’ se desdobrar dela ao ser apresentada em tempo real” (Franciscato, 2004: 28). Assim também reconhece o caráter fetichista do jornalismo em tempo real, considerado como “uma construção discursiva que se baseia em uma mediação operada tecnologicamente para dar um efeito de ausência de mediação, um efeito de contato direto do público com o evento” (Franciscato, 2004: 39), quando “ele não supera a mediação do jornalista e da organização, tanto nas possibilidades técnicas da produção de conteúdos pelas organizações [...] quanto no caráter interpretativo do jornalista ao selecionar conteúdos, linguagens e estabelecer enquadramentos temáticos” (Franciscato, 2004: 30).

Nessa perspectiva, o autor analisa com bastante acuidade, ao longo do texto, os impactos sobre a prática jornalística da busca (utópica) do jornalismo online por “superar, técnica e concretamente, a defasagem entre o tempo do movimento das coisas do mundo e o tempo da produção jornalística” (Franciscato, 2004: 29). Chega a referir-se, ao falar sobre o trabalho de edição, a uma espécie de tensão no processo de trabalho:

Uma página online extrapola as noções espaço-temporais clássicas do jornalismo porque introduz o hipertexto como recurso de organização e conexão de conteúdos. Como os jornais online estão caminhando para uma simplificação de *design* [...] sua característica hipertextual conduz os princípios de edição para uma capacidade técnica de linkar conteúdos diversos (textos, imagens, infográficos, *sites* relacionados, etcétera.). Embora os programas de edição online tornem esta função tecnicamente fácil e procedimentos de seleção e hierarquização online não sejam tão tensionados por exigüidades de espaço e tempo, a edição online pode ser mais complexa e exigir um esforço maior do jornalista na interligação de conteúdos [...] Esta carga de trabalho se confronta com uma nova exigüidade temporal do jornalismo em tempo real atrelado ao fluxo contínuo de produção e veiculação de notícias: se a cada 90 segundos é necessário disponibilizar uma nova notícia, o tempo de edição se reduz

drasticamente, o que dificulta conexões e contextualizações mais ricas e complexas (Franciscato, 2004: 33).

A partir daí seria possível retomar as conclusões de Danielle Souza sobre os impactos da digitalização na exploração do trabalho no setor, mas o autor em nenhum momento considera o processo de produção jornalística como um processo de exploração capitalista de um tipo particular de trabalho intelectual. Toda a análise está centrada nos impactos da digitalização sobre as “características temporais do jornalismo” (periodicidade, novidade e revelação pública), sem considerar, entretanto, o fundamental: os processos de *time-space compression*, para usar a expressão que Harvey (1993) encontrou em Marx, centrando-se estritamente nas particularidades apenas do produto e não nos processos de trabalho e de valorização e nas lógicas macro-sociais específicas a ele relacionadas. Em relação a estas últimas, o autor chega a notar a coincidência da popularização da noção de tempo real, vinculada à globalização financeira, ao apontar:

Com que rapidez a expressão “tempo real” constituiu-se como um sentido de senso comum para designar um agregado de práticas e saberes que giram em torno do uso da tecnologia com vistas à instantaneidade e à simultaneidade em áreas diversificadas. Por exemplo, na administração e gerenciamento empresarial, “tempo real” se tornou uma marca de eficiência, de qualificação para atuar eficazmente em um sistema que busca, ao máximo, reduzir o dispêndio de tempo em uma meta de produtividade (Franciscato, 2004: 25).

Trata-se, obviamente, do mesmo fetiche que Ramonet denuncia, ao falar da ideologia do jornalismo em tempo real, citado, como vimos, pelo próprio Franciscato: o fetiche da eficiência técnica, que se expande justamente no momento da crise estrutural do capitalismo, que não consegue, apesar de todo o desenvolvimento tecnológico em curso e da digitalização geral, retomar os índices de produtividade característicos do período expansivo do pós-guerra. Mas a principal referência do autor para analisar o problema é Manuel Castells (1999), quem sabidamente falha na análise da produtividade, como bem demonstrou Garnham (2000)⁸. Assim, ao invés de ir a fundo no esclarecimento da ideologia do capitalismo em tempo real, o autor ensaia uma (tímida) crítica idealista à “abrangência que esta noção vem adquirindo nas relações e práticas sociais. Dito de outro modo, podemos questionar se o modelo sistêmico de tempo real, baseado na imediaticidade da transmissão, das

⁸ Vide também Bolaño e Mattos (2004).

trocas, do cálculo, da ação e do resultado, enfim, em uma perspectiva tecno-economicista da sociedade – se esta temporalidade tende a se naturalizar e abarcar a temporalidade social e se podemos falar que a temporalidade das práticas humanas caminha para ser estruturada pela velocidade das trocas instantâneas” (Franciscato, 2004: 25).

O recurso a Lévy, para falar da “diferença entre o tempo real do cálculo e da transmissão e o tempo das práticas humanas”, não resolve o problema, pois trata-se justamente de um processo de colonização de um pelo outro. O procedimento crítico adequado seria, ao contrário, procurar os elementos de contradição inerentes ao processo e as perspectivas de superação, vinculadas à existência de atores sociais contra-hegemônicos. No caso em exame, voltando ao ponto, seria preciso explicitar as diferenças radicais de interesses entre o jornalismo (ou os jornalistas) e a imprensa (a mídia, se se preferir, ou, mais adequadamente, o capital investido no campo do jornalismo).

Coisa que, em geral, os jovens estudos de jornalismo, ao contrário da economia política da comunicação, ainda não tiveram a capacidade de entender, permanecendo em grande medida presos às concepções idealistas da velha imprensa burguesa, mesmo quando seu objeto é tão moderno e futurista como se pretende.

BIBLIOGRAFÍA

- Albornoz, Luis 2005 “Los diarios online de información general. El caso de los grandes periódicos en español”, Tesis de doctorado, Universidad Complutense de Madrid, Madrid.
- Bolaño, César 2000 *Indústria cultural, informação e capitalismo* (São Paulo: Hucitec/Polis).
- Bolaño, César 2002 “Trabalho intelectual, comunicação e capitalismo. A re-configuração do fator subjetivo na atual reestruturação produtiva” em *Revista da Sociedade Brasileira de Economia Política* (Rio de Janeiro).
- Bolaño, César e Herscovici, Alain 2005 “Economia da informação e conhecimento: uma abordagem em termos de economia política”, Congresso da Sociedade Brasileira-SEP, Campinas.
- Bolaño, César e Mattos, Fernando 2004 “Conhecimento e informação na atual reestruturação produtiva: para uma crítica das teorias da Gestão do Conhecimento” em *Revista Datagramazero* (Rio de Janeiro) Vol. 5, N° 3, junho. Em <www.dgz.org.br>.

- Bolaño, César; Herscovici, Alain; Castañeda, Marcos e Vasconcelos, Daniel 2003 *Economia Política da Internet* (Aracaju: Universidade Federal de Sergipe).
- Castells, Manuel 1999 *A sociedade em rede. A era da informação: economia, sociedade e cultura* (São Paulo: Paz e Terra) Vol. 1.
- Franciscato, Carlos Eduardo 2004 “As novas configurações do jornalismo no suporte online” em *Eptic Online*, Vol. VI, Nº 3. Em <www.eptic.com.br>.
- Garnham, N. 2000 “La sociedad de la información como ideología: una crítica” em *Primer Foro de las Comunicaciones: desafíos de sociedad de la información en América Latina y Europa* (Santiago de Chile: UNICOM/Lom).
- Harvey, David 1993 *A condição pós-moderna* (São Paulo: Loyola).
- Herscovici, Alain 2003 “Redes eletrônicas e acumulação capitalista: elementos de análise” em Bolaño, César; Herscovici, Alain; Castañeda, Marcos e Vasconcelos, Daniel 2003 *Economia Política da Internet* (Aracaju: Universidade Federal de Sergipe).
- Meditich, Eduardo 1993 *O rádio na era da informação. Teoria e técnica do novo radiojornalismo* (Florianópolis: Insular/EDUFSC).
- Miège, B.; Pajon, P. e Salaün, J. 1986 *L'industrialisation de l'audiovisuel* (Paris: Res. Babel).
- Ramonet, Ignácio 1999 *A tirania da comunicação* (Petrópolis: Vozes).
- Souza, Danielle A. 2005 “A Internet como suporte jornalístico em Aracaju: adaptação dos jornais impressos à nova realidade tecnológica e econômica da mídia”, Aracaju, mimeo.
- Tremblay, Gaëtan 1997 “La théorie des industries culturelles face aux progrès de la numérisation” em *Sciences de la société*, Nº 40.
- Tremblay, G e Lacroix, J.G. 1991 *Télévision. Deuxième Dynastie* (Québec: Presses de l'Université de Québec).

Hélio Lemos Sôlha*

NOTAS SOBRE A MÍDIA E A SOCIEDADE BRASILEIRA

O CONTEÚDO deste artigo foi apresentado originalmente na reunião do Grupo de Trabalho Produção Audiovisual e Mídia do CLACSO, em Caracas, Venezuela, em setembro de 2005. Trata da apresentação de um levantamento preliminar sobre a relação da mídia com a sociedade brasileira atual, tomando como ponto de partida todo um campo de discussões sobre a comunicação de massa propiciado pela introdução das chamadas *novas tecnologias* e, mais recentemente, a introdução do projeto do Sistema Brasileiro de Televisão Digital. Esta pesquisa vem sendo desenvolvida pelo Laboratório de Media e Tecnologia da Comunicação (MediaTec-Unicamp), e conta com a participação, além do autor do artigo, do pesquisador Carlos Carneiro Bottesi.

REGULAÇÃO DA MÍDIA NO BRASIL, UM HISTÓRICO

Nos últimos quinze anos ocorreram as principais mudanças na mídia brasileira. Questões técnicas, como a introdução de sistemas de televisão paga (cabo, MMDS e DTH), o desenvolvimento da Internet, a introdução da telefonia celular digital; questões políticas, como o

* Professor do Departamento de Multimeios, Mídia e Comunicação do Instituto de Artes da Universidade Estadual de Campinas (Unicamp). Pesquisador Associado do Laboratório de Media e Tecnologias da Comunicação (MediaTec-Unicamp).

aumento no número de concessões de canais de rádio e televisão, em resposta à ampliação das pressões de setores da sociedade; a criação de novos modelos midiáticos, levando à emergência de novos veículos e modelos de comunicação foram as principais novidades neste campo. Com estas mudanças, impérios tradicionais da comunicação de massa perdem sua hegemonia absoluta e passam a ter que reelaborar suas estratégias de manutenção de leitores e audiência, como mostra o estudo coordenado por Sílvia Borelli e Gabriel Priolli, sobre as mudanças no comportamento da audiência da principal corporação privada de comunicação de massa brasileira, a Rede Globo (Borelli e Priolli, 2000).

A ação de *lobby* das empresas prejudicadas, a necessidade de criar condições regulatórias da implementação e uso das novas tecnologias e veículos, a organização de amplos segmentos da sociedade, lutando para a democratização dos meios de comunicação e pela implantação de instrumentos de controle social da mídia, impõem aos setores governamentais a produção de uma legislação modernizada e mais permeável às discussões da sociedade, do que a existente até então, oriunda do período autoritário da Ditadura Militar de 1964. A própria constituição de 1988, promulgada pelo regime civil de transição do presidente José Sarney, já contava com um capítulo inteiro dedicado ao tema e previa a existência de uma série de ações regulamentadoras do setor.

Assim, em 1995 foi votada no Congresso Nacional a legislação relacionada à cabodifusão e, em 1997, a Lei Geral das Telecomunicações, que deveria substituir o Código Brasileiro de Telecomunicações da década de 60, mas terminou por apenas somar-se a ele, atualizando o espírito jurídico no que diz respeito à diminuição do papel do Estado na vida produtiva do país. O aspecto mais importante desta lei foi a instituição da Agência Nacional de Telecomunicações, o braço regulador do Estado nesta área, mas com certa autonomia em relação ao governo.

Neste ambiente de legislação bastante confusa, no final do século XX o país assistiu à edição de uma variada gama de regulamentos relacionados à radiodifusão comunitária e também à formação de várias novas redes de televisão e de rádio privadas, além da implementação de todo um conjunto de emissoras previstas na lei da cabodifusão, que franqueava canais para as universidades, para as comunidades e para os poderes legislativo e judiciário. Além disto, a convergência tecnológica no setor começava a dar os seus primeiros frutos, trazendo novos atores para a discussão: os prestadores de serviço (já então privatiza-

dos) de telefonia fixa e móvel¹. A realidade se revelava muito mais rápida do que toda a intenção de regulamentar o setor.

Cada vez mais, entretanto, tornava-se óbvio que a legislação existente e aquela ainda em debate no Congresso Nacional focavam a tecnologia, ou o provimento de informação, deixando de lado aquilo que efetivamente formava o centro nevrálgico do setor: a geração e difusão de conteúdos. Durante o governo Fernando Henrique Cardoso, o Ministério das Comunicações, comandado por Pimenta da Veiga, deixou vaziar, por várias vezes, a minuta do que seria uma legislação voltada para a regulação e o controle social da comunicação eletrônica de massa. A iniciativa, inicialmente bem recebida por amplos setores, passou a receber críticas, após o debate nos diferentes segmentos de interesses. Enquanto os defensores de um maior controle social sobre a comunicação de massa entenderam ser uma proposta excessivamente liberal, os proprietários dos veículos e a Associação Brasileira das Emissoras de Rádio e Televisão (ABERT) consideraram a legislação muito dura e conflitante com a “liberdade de imprensa e de expressão”. À partir daí o ministro passa a negar a existência do projeto de lei, mas, até o final do segundo mandato de Fernando Henrique, mais três pretensas versões do documento ainda circulariam nos meios especializados.

Sucessor de Fernando Henrique Cardoso, o governo do presidente Lula passou a atacar o problema com ferramentas legislativas muito parecidas, mas com uma tática completamente diferente. O governo, fazendo-se representar neste debate pelo conhecido músico e ministro Gilberto Gil, apresentou publicamente os seus projetos para a comunicação de massa: a lei de regulamentação da atuação profissional do jornalista, transformação da Agência Nacional do Cinema (Ancine) em Agência Nacional do Audiovisual (Ancinav) e a Lei Geral da Comunicação Eletrônica de Massa. A primeira, uma demanda da Federação Nacional dos Jornalistas (FENAJ), previa a regulamentação desta atividade, bem como a criação de uma agência reguladora específica. A segunda proposta tratava de atacar uma deformação do ambiente regulatório e a terceira, de certa forma construía o campo para as duas primeiras ações e ampliaria os instrumentos de controle da sociedade sobre as empresas de mídia, bem como regulava o financiamento e distribuição da produção nacional.

Sobre a primeira proposta, tão logo foi tornada pública, os jornais e revistas de maior circulação, bem como os rádio e telejornais, apressaram-se em denunciar, muitas vezes demonstrando sequer tê-la lido, o “definitivo ataque do governo Lula à liberdade de imprensa”. Como exemplo,

¹ Sobre o debate travado nesta área, ver, por exemplo, o artigo do jornalista Carlos Eduardo Zanatta, da revista *Tele Time*, publicado no site do Fórum Nacional pela Democratização da Comunicação (FNDC), em <www.fndc.org.br/internas.php?p=noticias&cont_key=3334>.

a revista de circulação nacional, *Veja*, por várias semanas repetiu manchetes e artigos cujo teor centrava-se na “absoluta falta de espírito democrático” do Partido dos Trabalhadores, o partido do presidente Lula². Um erro tático engavetava o projeto e adia por mais uma longa temporada uma ação regulamentadora no campo do jornalismo periódico.

Quanto ao audiovisual, desde a instituição das diversas agências de regulação, a também se discute a pertinência de uma agência que regule o setor. Tendo em vista que esta área não fora objeto de privatização recente, como a telefonia ou a distribuição de energia elétrica, o debate sobre a regulação no âmbito da mídia acontecia com os sistemas já plenamente operativos e constituídos em ambientes pouco propensos a aceitar a alteração do *status* de autonomia plena, até agora vigente. A ANCINE não tinha suficiente amplitude para abarcar a totalidade do campo da produção audiovisual e diversos segmentos, como a produção videográfica e sonora estavam fora da cobertura e benefícios desta agência. Neste cenário, terminou por surgir a proposta da criação de uma agência de regulação de todo o campo audiovisual e parte importante da mídia nacional. O projeto da ANCINAV tinha confusos objetivos, que iam da tentativa de interferir na grade de programação de emissoras e operadoras de televisão a cabo, até a gestão, junto ao Estado, para o financiamento da produção de bens audiovisuais. Mais uma vez o governo passa a ser acusado de tentar de controlar a exibição dos conteúdos, ferindo a liberdade de expressão, prevista na constituição.

Todo este cenário compromete a formulação definitiva da Lei Geral da Comunicação de Massa, e a sua discussão se arrasta, com pouco fôlego, há bem mais de um ano, complicada ainda mais pela introdução dos debates envolvendo a implantação do sistema digital de transmissão terrestre de sinais de rádio e televisão (Sistema Brasileiro de TV Digital-SBTVD).

MÍDIA E SOCIEDADE BRASILEIRA HOJE

O notável desta última década e meia é o crescimento social da discussão política sobre os meios de comunicação de massa, até então restrita à poucos grupos especializados ou particularmente interessados no tema. Mais além do avanço político, este momento propicia também uma oportunidade de compreensão o funcionamento da mídia no país, bem como a sua penetração e o papel que desempenha na sociedade.

Objeto com várias facetas, uma das primeiras que se pode observar neste debate é a relacionada com a inexistência de consenso mínimo sobre o campo e de um conceito definidor de mídia. Do embate sobre

² Para exemplificar este embate ver: *Veja*, “A fúria controladora do governo chegou ao jornalismo de TV”, de 8 de junho de 2005.

a formulação de uma legislação nesta área, destacado acima, pode-se verificar, a presença de questões relacionadas às tecnologias, à produção do conteúdo audiovisual e à cultura, sem que eles necessariamente se encontrem em um mesmo campo de debate.

De fato, a comunicação de massa foi eleita como objeto das várias ciências sociais, ao longo do século passado, muito lentamente e de forma bastante fragmentada. Dos estudos em técnicas e ética do jornalismo – provavelmente os pioneiros no campo acadêmico das comunicações³ – aos estudos da psicologia da recepção, formou-se um campo, envolvendo os impactos tecnológicos, econômicos, políticos, culturais, artísticos, individuais e sociais do avanço mundial da mídia. De todo modo, estes estudos pouca convergência conseguiram, formando, cada um deles, um campo em si mesmo. Os “estudos de mídia”, como disciplina formadora e crítica tem sido um campo de intensas confrontações de opiniões e pouca densidade acadêmica, o que tem contribuído para a dificuldade do debate político na sociedade.

O exemplo mais contundente dessa situação está na própria constituição dos cursos universitários brasileiros na área de comunicação e audiovisual. Organizando-se hoje como uma das carreiras profissionais mais demandadas nos processos seletivos para os cursos universitários e existente na grande maioria das instituições de ensino superior do Brasil, os cursos de comunicação e de audiovisual reproduzem as tensões conceituais do campo, mantendo afastadas as diversas áreas que o compõem. A formação em jornalismo sistematicamente debate a sua constituição como carreira autônoma, o mesmo acontecendo, sem tanta intensidade, com a formação em cinema e outras áreas da produção audiovisual.

A situação acadêmica da comunicação não só exemplifica a forma dividida como a área se percebe, como alimenta, ela mesma, uma estratégia de separação e embate interno, que favorece o distanciamento dos seus diversos setores constitutivos entre si.

De outro lado, o projeto de implantação do SBTVD vem demonstrando, com intensidade crescente, que os interesses midiáticos, sejam os dos setores organizados da sociedade, sejam os dos grandes grupos econômicos hegemônicos na comunicação social e nas telecomunicações, reúnem todos esses conhecimentos e habilidades, adicionando ainda as áreas de conhecimentos em tecnologia e computação. O que aparentemente o projeto do SBTVD termina inadvertidamente por demonstrar, é que a mí-

3 Segundo Asa Briggs e Peter Burke, a primeira escola superior de jornalismo teria surgido em 1908, no estado do Missouri, EUA, por influência direta do general sulista Robert E. Lee, a qual “achava que o jornalismo podia fortalecer a sociedade pós-guerra civil” (Briggs e Burke, 2004: 208).

dia está organizada de forma convergente por sua própria natureza, muito mais do que por uma circunstância histórico-tecnológica. Além disso, pela reverberação política deste projeto, ainda propicia pistas da dimensão e da centralidade da mídia na organização da sociedade brasileira⁴.

A MÍDIA BRASILEIRA EM NÚMEROS

A envergadura assumida pelo debate do SBTVD no Brasil tem suas raízes no grande impacto do setor da mídia na economia do país. Excluídos os números relativos às empresas de telecomunicações, ainda não computadas no rol das empresas de mídia, o país contava em 2003 com quase 32.000 empresas de comunicação, divididas entre editoras, jornais, revistas, emissoras de rádio e televisão, agências de publicidade, gestoras de veículos (*outdoors*, espaços públicos, etc.), produtoras de audiovisual, computação gráfica, desenvolvimento para Internet, dentre outras (IBGE, 2003b). No *broadcasting*, no mesmo ano, eram 4.305 emissoras de rádio em operação, 5.704 repetidoras e 269 transmissoras terrestres de televisão, distribuindo, para 5.563 municípios, uma pequena porção de programação produzida localmente e o restante da grade constituída pela programação das dez cabeças de rede nacionais (ANATEL-Agência Nacional de Telecomunicações. O mercado editorial está composto por cerca de 300 editoras, 2.000 revistas informativas e 2.700 jornais. A publicidade está composta por aproximadamente 4.000 agências (Meio & Mensagem, 2004).

Este mercado em plena expansão, tem, cada vez mais, atraído jovens em vias de fazer a sua escolha profissional antes de ingressar na universidade. Já são mais de 500 os cursos superiores na área de comunicação, abrigando 152.000 estudantes, distribuídos em 82% para os cursos de publicidade, 10% para os cursos de publicidade e propaganda, 6% matriculados em jornalismo e 2% em outros cursos da área (Meio & Mensagem, 2004).

Majoritariamente oriundo dos recursos obtidos pela publicidade, o setor obteve uma recita, em 2003, de US\$ 13,2 bilhão (IBGE, 2003a), a maior parte, US\$ 12,4 bilhão (Meio & Mensagem, 2004), dedicados a pagar custos de veiculação e distribuídos, aproximadamente, da seguinte forma (Meio & Mensagem, 2004): 60% para televisão aberta, 18% para jornais, 10% para revistas, 5% para rádios, 5% para *outdoors* e outros espaços públicos, 2% para televisão paga⁵.

4 Sobre esse assunto, ver o site do FNDC (<www.fndc.org.br>) que mantém uma compilação diária das notícias veiculadas nos principais jornais e revistas sobre todas as questões relacionadas a esse tema.

5 A televisão paga no Brasil ainda ocupa um espaço marginal no mercado da distribuição publicitária, tendo em vista uma audiência muito pequena, se comparada a da televisão aberta e de acesso gratuito.

Longe de buscar um aprofundamento da análise das distribuições de receitas na mídia brasileira, o que pretendo com a apresentação destes números é apenas demonstrar a absoluta prevalência da televisão neste mercado e apontar algumas das suas possíveis conseqüências conceituais. O que se vê aqui é que o modelo de negócios mais bem sucedido no processo midiático brasileiro é o da distribuição gratuita dos conteúdos, disputando, com os outros meios televisivos, radiofônicos ou impressos, a audiência massiva, qualificada ou não⁶.

O modelo, baseado na obtenção das receitas e lucros da venda de espaço para a divulgação publicitária, não foi, entretanto, uma invenção da televisão, muito embora tenha encontrado nela o seu espaço de maior sucesso. Uma rápida observação dos números acima, demonstra que mesmo a mídia impressa (jornais e revistas de grande circulação), mantendo a prática da venda dos exemplares em bancas, ou mediante assinatura, tem hoje o principal de seu faturamento oriundo dos recursos publicitários. A história do jornalismo demonstra que a mudança do foco do negócio da comunicação não foi consensual até meados do século XX. Briggs e Burke mostram que a introdução dos “anúncios” na imprensa começam já no século XVIII, passando a representar milhões de dólares na virada dos séculos XIX para o XX nos Estados Unidos, mas se mundializa como prática nos anos 1950 e 1960. Ao longo desse período, um debate foi travado, abarcando os compromissos do jornalismo com a informação imparcial para o público e a liberdade de imprensa em tensão com o negócio baseado na venda de espaço publicitário (Briggs e Burke, 2004: 210-212).

A expansão do modelo de financiamento da mídia, os anos 50 e 60, coincidem com os anos de implantação e consolidação da televisão. Este veículo terminará por lograr uma síntese entre o sistema em desenvolvimento na imprensa, com a experiência acumulada no rádio e do cinema. Populariza a difusão radiofônica da imagem e do som, leva para dentro do espaço privado das famílias o entretenimento, antes público, do cinema. Sem o mesmo compromisso com uma certa confiabilidade da informação, que até então ancorava boa parte da imprensa escrita massiva, posto que seu compromisso maior sempre esteve baseado no entretenimento, a televisão podia ser mais ousada na busca de fórmulas de conquista de audiência. O sistema televisivo consolidava-se como uma síntese daquilo que vai terminar por ser chamado, de forma unificadora, como mídia, produzindo uma audiência nunca antes vista e avançando vorazmente sobre os recursos publicitários, da propaganda e do marketing.

6 É importante destacar aqui a liderança absoluta da Rede Globo de Televisão na participação das verbas publicitárias, que detém cerca de 53% destes recursos, quase duas vezes e meia a participação da segunda colocada, o Sistema Brasileiro de Televisão (SBT).

A CONVERGÊNCIA DA MÍDIA

Se está correto que a mídia se constitui no modelo de negócio da venda de espaço publicitário, valorizado pela construção de uma audiência, e não pela simples venda direta da informação, é legítimo supor que na própria designação, mídia, operou-se uma alteração semântica⁷. Da simples utilização do termo latino – plural de meio, intermediário, veículo – até hoje, o uso cotidiano da palavra mídia converteu-se na sinonímia do processo econômico, cultural e político representado pelo conjunto dos meios de comunicação de massa. Esta transformação significativa reflete a própria transformação do segmento, que de um conjunto desarticulado de iniciativas envolvendo informação textual, imagética e sonora, vai, durante o século XX, aos poucos, ganhando contornos de um sistema convergente, operado por um conjunto de lógicas e procedimentos cada vez mais uniformizados. Isto significa dizer, que, adotando um modelo de negócios paradigmático pela televisão, a mídia perde o seu caráter plural, significando o conjunto de meios diversos, para assumir a designação de um campo singular, onde os diferentes meios atuam na forma de um sistema unificado.

Tendo na sua base a necessidade de construir uma audiência que possa ser comercializada, aliada à acirrada concorrência pela visibilidade dos produtos, mas, acima deles, suas marcas, fazem com que qualquer espaço propiciador de grande alcance de público, seja rapidamente incorporado a esse sistema. Assim, como pode ser notado na distribuição dos recursos publicitários no Brasil, apresentado acima, os meios de comunicação mais diferentes concorrem entre si, na conquista da audiência massiva, essa matéria-prima difusa e amorfa, constituída pelos espectadores, leitores, ouvintes e, até mesmo, os transeuntes das ruas, rodovias transportes coletivos. A audiência é o produto comum e unificador de todos esses meios, conforme já observara Ciro Marcondes Filho (1988; 1989: 26-27), o leitor e o espectador configuram-se, em uma etapa importante do processo midiático. São os números que as empresas e os veículos de comunicação de massa devem produzir para valorizar os espaços publicitários, que serão vendidos aos anunciantes, estes, sim, os clientes dos empreendimentos midiáticos⁸.

7 No Brasil, a palavra foi incorporada pela sua sonoridade na língua inglesa, onde *media* (plural de *medium*, em latim) é pronunciada com o som português da letra “i”, razão pela qual tem sido comum ser grafada como “mídia”.

8 Não foram poucos os autores que, de forma mais ou menos incisiva, indicaram estas como condições da importância central da mídia no capitalismo avançado. Para citar apenas alguns autores dentre os mais pertinentes a este trabalho, relaciono: Baran e Sweezy (1996) aprofundaram a discussão sobre o papel da publicidade no capitalismo monopolista; Dallas Smythe (1983) inaugurou as investigações sobre o caráter da mercadoria da comunicação de massa.

O modelo de negócios aplicado à mídia como um todo, nos meados do século XX, não pode, portanto, ser entendido apenas como uma estratégia de obtenção de lucro, tendo em vista alterar significativamente o próprio caráter desse setor na vida da sociedade. O capitalismo contemporâneo depende do consumo continuamente crescente, o que seria impossível sem a mídia, fazendo dela um agente social central, tornando também as políticas públicas a seu respeito excessivamente liberais.

É aqui que a mídia passa a ocupar, de forma incisiva e insidiosa, os espaços da vida social. Está no interior das casas e em todos os espaços públicos. Superpõe-se, na verdade ao espaço públicos, aqueles espaço da vida social, no seu sentido mais consistente: o espaço da política, da cultura e da vida comunitária. Neste sentido, a palavra sofre nova ressignificação, e tem-se que passar a analisar a mídia do ponto de vista de um espaço, um ambiente, o lugar da vida social.

Evidentemente, o poderoso papel que a mídia representa em nossa sociedade, não se resume ao desempenho dos veículos de comunicação, embora eles sejam as faces mais visíveis do processo. Como visto anteriormente, a publicidade ocupa um lugar de destaque no sistema, atraindo, inclusive, a maior parte dos estudantes interessados na área. Se, do ponto de vista dos veículos, a produção dos conteúdos dramáticos, jornalísticos, artísticos ou burlescos visa conquistar um público massivo, segmentado ou não, para valorizar o espaço a ser negociado com a propaganda e a publicidade, do ponto de vista destes últimos, o conteúdo é a essência do que se pretende entregar à audiência: marcas e produtos associados aos estilos de vida, às imagens públicas e aos desejos mais profundos das pessoas. Se, na medida em que vira mercadoria, na qualidade de audiência, o cidadão é passivo e destituído de ação individual, como audiência da publicidade ele reassume uma cidadania reformada, ao se tornar consumidor. Como consumidor ele volta a ser percebido como ator *ativo* do processo, reassumindo a importância daquele que fará circular as riquezas e os valores simbólicos, realimentando o sistema econômico e o próprio processo midiático⁹.

Resumindo, um processo de convergência dos diferentes meios de comunicação de massa e seus agentes, catalisado nos meados do século XX, termina por substituir o significado original do termo pela idéia de uma sistema, que se constitui como espaço privado de negócios, substituindo a clássica idéia do espaço público. A centralidade da mídia na sociedade brasileira contemporânea, ao superpor-se, de forma privada ao espaço público, produz outras transformações essenciais

⁹ É de se destacar o papel desempenhado pela lei federal, conhecida como o “Código de Defesa do Consumidor”, e o consenso estabelecido sobre a sua legitimidade e aplicabilidade.

na vida da sociedade, passando a ressignificar também os conceitos de cidadania e de cidadão:

- Como mercadoria, é passivo, é o número da audiência massiva dos veículos, que valorizam seus espaços publicitários por atingir um maior ou mais qualificado contingente.
- Como consumidor, é ativo, de uma forma revisada, uma concepção modificada de cidadania, onde o cidadão exerce uma ação interativa com o “espaço-mídia”, simultaneamente reproduzindo valores e provocando alterações no sistema.

Esta convergência intrínseca à mídia, sucessora do tempo em que a expressão só se referia aos entretenimentos, excluindo as atividades *sérias* da comunicação, como o jornalismo e outras campos da comunicação impressa e *alfabetizada*, não tem sido tônica nas discussões sobre esse campo. Quase sempre que ouvem qualquer referência à convergência, as pessoas se deparam com um discurso sobre novas plataformas técnicas, tecnologias digitais, redes informáticas, interatividade e imagens eletrônicas de alta resolução. O que este artigo buscou fazer, até aqui, foi apontar para a possibilidade da constituição da mídia nos anos 50, 60 e 70 do século passado, ter sido intrinsecamente baseada na convergência dos veículos e agentes da comunicação de massa e esta convergência, por opções de técnicas e de mercado, ser o *lugar*, e não o *objeto*, do que se convencionou denominar de convergência digital na mídia.

TECNOLOGIA DIGITAL E A CONVERGÊNCIA MIDIÁTICA

“Patinho feio” da Time Inc., em 1975, a empresa Home Box Office, mais conhecida do público pela sua sigla, HBO, começava a dar os seus primeiros passos para chegar a representar a metade do faturamento da *holding*. Para os executivos da Time de então, quase todos fortemente ligados ao jornalismo e à memória do fundador, o jornalista Henry Luce, as atividades da empresa no campo da televisão estava fortemente baseado no fracasso da concorrência enfrentada por uma de suas principais revistas, a *Life*, com a televisão. Os investimentos da Time nas HBO eram tímidos e temerosos, tendo em vista que a televisão representava, ou ao menos era o que seus executivos acreditavam, a antítese da filosofia implantada na empresa por Luce. O jornalismo, atividade da palavra escrita, prestaria, então, um serviço à sociedade e obteria o seu lucro subsidiariamente nesta atividade, era o que faziam questão de afirmar, como crença, os partidários da doutrina da empresa.

A história da Time Inc. é exemplar para a discussão sobre a convergência da mídia e a convergência da sua base tecnológica. Descrita apaixonadamente por um de seus ex-jornalistas, saudosos dos “velhos tempos”,

Richard Clurman, no livro *Até o fim da time*, essa é a história da construção de um império jornalístico até a sua incorporação por uma empresa de entretenimento, a Warner Communication Inc., produtora e distribuidora, dentre outros produtos, de conhecidos desenhos animados, música e proprietária de um canal de televisão a cabo, dirigida por um controvertido executivo do ramo, Steven Ross, conhecido por uma forma pouco ortodoxa de atuar no mundo dos negócios (Clurman, 1996: 60-84).

Emblemática desses “novos tempos”, a fusão começa com a preocupação da Time com o avanço da televisão, cujo competência comunicativa visual ficara patente quando um dos maiores empreendimentos visuais impressos, a supra citada revista *Life*, encerrou as suas atividades, por não conseguir concorrer no campo da informação visual com a televisão. Mesmo acreditando, contra todas as evidências, não concorrer no mercado da informação com a *mídia em geral*, a Time Inc. logrou se firmar como um dos maiores impérios jornalísticos do século XX. Suas captações publicitárias contavam-se em somas típicas das grandes corporações, ainda que, segundo Clurman, administrada para e por jornalistas e não por financistas. Suas publicações tinham distribuição nas maiores cidades dos cinco continentes, seus correspondentes estavam espalhados por todo o globo e o principal ponto da doutrina de Luce era a separação da *igreja* e o *Estado*, o que queria dizer, que o editor-chefe (a *igreja*, a liberdade de imprensa) era o responsável absoluto pelo que as revistas da empresa publicavam, enquanto os executivos (o *Estado*) cuidavam da administração da companhia, sem interferir no trabalho jornalístico (Clurman, 1996: 268-270).

De fato, a Time Inc. logrou o feito inigualável de se manter, por décadas a fio, sustentada por verbas publicitárias, ao mesmo tempo em que pregava, com certo sucesso, a independência editorial do seu jornalismo em relação a estes recursos. A contradição, entretanto, não poderia ser mantida em equilíbrio para sempre. Seus executivos começavam a vislumbrar a possibilidade de novos negócios tanto na produção e distribuição audiovisual, como na exploração de redes físicas de cabos, bem como começavam a manifestar o interesse pela infante atividade da informática. Isto, aliado à pressão dos acionistas por melhor desempenho financeiro, terminou levando ao início da longa negociação de incorporação da Warner, que culminou na bilionária¹⁰ incorporação da primeira pela segunda, em 1989. Era o fim do último gigante do jornalismo *não midiático*.

No Brasil, o que se viu nas década de 70, 80 e 90, a despeito das somas infinitamente inferiores, foi um processo semelhante. Jornais

¹⁰ Segundo Clurman (1996), as notícias da época afirmavam que o negócio atingia a mesma soma que o total da ajuda externa dos EUA em 1989.

tradicionais, como a *Folha de São Paulo*, *O Estado de São Paulo*, *O Globo* e o *Jornal do Brasil*, passaram por profundas reformulações, visando tornar suas leituras mais leves e compatíveis com o público formado pelo rádio e pela televisão.

Carlos Eduardo Lins da Silva, jornalista e pesquisador, participou do núcleo de reformulação da *Folha de São Paulo* em 1984 e analisa a experiência em sua tese para o título de Livre-Docência da Universidade de São Paulo (Silva, 1988). Em entrevista para Edgard Rebouças, publicada na *Revista do Pensamento Comunicacional Latino Americano*, Lins da Silva, sobre a reforma do jornal, muito criticada na época pelos jornalistas e pela academia, afirma: “os jornalistas trabalham para empresas que visam lucros” (Rebouças, 2000). Muito além da obviedade da afirmação, ela traduz o espírito que se estabelecia nas grandes redações: mudar as práticas e estilos, para conquistar o público, fundamental na sobrevivência das empresas jornalísticas, enfrentando a concorrência da televisão e de um sem número de outros veículos e iniciativas, que se estabeleciam no campo da comunicação de massa.

Bem mais do que isso, no interior dessas empresas começavam a ser gestados projetos de negócios, incorporando outros campos de atividades na área da mídia. Na mesma *Folha de São Paulo*, outro membro da equipe de reformulação do jornal e da empresa foi indicado, alguns poucos anos mais tarde, para se responsabilizar pelo muito bem sucedido empresarialmente projeto de ação do jornal no campo da Internet. O Universo On Line (UOL), tornou-se, rapidamente, um dos maiores provedores de acesso à rede, bem como logrou ser um dos mais solicitados provedores de conteúdo do país.

O caso da *Folha*, exemplifica muito bem como a convergência da mídia está relacionada à convergência tecnológica. Assim como muitos outros meios de comunicação brasileiros e de outros países, a concorrência acirrada, decorrente da articulação do sistema midiático, leva as empresas a se profissionalizar empresarialmente, buscando uma diversificação das suas atividades e buscando plataformas tecnológicas que, simultaneamente, reduzam os custos e ampliem as possibilidades de novos empreendimentos. A tecnologia digital e a Internet são contemporâneas a esta conjuntura e a estas preocupações, além de atender aos requisitos. A mídia não está mudando a reboque da convergência das tecnologias, mas, pelo contrário, a convergência das mídias tornou oportuna a apropriação das novas tecnologias oferecidas.

A visão contrária, de que o impacto das novas tecnologias teria provocado todas essas mudanças, terminou levando, por exemplo, ao desastroso equívoco da década passada, quando, apressadamente, diversos analistas enxergaram uma alteração estrutural da economia, batizada como *nova economia*, tendo em vista o crescente, mas não

estrutural, interesse em ações de empresas de base tecnológica na Nasdaq. Deu-se início a uma corrida pelas ações de pequenos empreendedores na Internet, fazendo com que empresas de capital quase inexistente, de uma hora para outra, vissem os seus papéis multiplicarem o valor por números astronômica e elevados. O fenômeno conhecido como a bolha da Nasdaq, construiu alguns poucos novos milionários, mas também pulverizou parte de fortunas pessoais e de companhias estabelecidas.

ALGUMAS CONSIDERAÇÕES FINAIS

Longe de qualquer intenção de esgotar o assunto, este trabalho pretendeu chamar a atenção para o fato de que o debate sobre as políticas, planejamentos e atividades legislativas e empresariais no âmbito da mídia brasileira deve buscar, antes do deslumbre com as *novas tecnologias* ou a rendição sobre a *inevitável* mudança produzida por elas, uma compreensão sobre a natureza do setor e as relações que estabelecem com a sociedade. Sem o aprofundamento de uma reflexão sobre o tema, o risco que se corre é o da decisão provocada pela pressão do imediatismo de empresários, cujos negócios estão perdendo competitividade, da ganância de oportunistas, que vêm nas turbulências, oportunidades para um lucro fácil, mas extremamente volátil, ou mesmo dos interesses na democratização da mídia, que, sem uma percepção dos mecanismos internos da área, não lograrão o intento.

BIBLIOGRAFIA

- Baran, P. e Sweezy, P. 1996 *Capitalismo monopolista* (Rio de Janeiro: Jorge Zahar).
- Borelli, Sílvia H.S. E Priolli, Gabriel (coords.) 2000 *A deusa ferida. Por que a Rede Globo não é mais a campeã absoluta de audiência* (São Paulo: Summus).
- Briggs, Asa e Burke, Peter 2004 *Uma história social da mídia. De Gutenberg à Internet* (Rio de Janeiro: Jorge Zahar).
- Clurman, Richard M. 1996 *Até o fim da time. A sedução e a conquista de um império da mídia* (Rio de Janeiro: Civilização Brasileira).
- Filho, Ciro Marcondes 1988 *A linguagem da sedução. A conquista das consciências pela fantasia* (São Paulo: Perspectiva).
- Filho, Ciro Marcondes 1989 *O capital da notícia. O jornalismo como produção social da segunda natureza* (São Paulo: Ática).

IBGE-Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística 2003a *Pesquisa Anual de Produtos e Serviços* (Rio de Janeiro: IBGE) Suplemento 2002-2003.

IBGE-Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística 2003b *Pesquisa Anual de Serviços* (Rio de Janeiro: IBGE) Vol. 5.

Meio & Mensagem 2004 *Anuário Meio & Mensagem* (São Paulo: Meio & Mensagem).

Rebouças, Edgard 2000 “Um paradoxo possível: a trajetória comunicacional de Carlos Eduardo Lins da Silva” en *PCLA* (São Bernardo do Campo) Vol. 1, Nº 3. En <www2.metodista.br/unesco/PCLA/revista3/perfis3-2.htm>.

Silva, Carlos Lins da Eduardo 1988 *Mil dias: os bastidores da revolução em um grande jornal* (São Paulo: Trajetória Cultural).

Smythe, Dallas 1983 “Las comunicaciones: ‘agujero negro’ del marxismo occidental” en Richieri, G. (comp.) *La televisión entre servicio público y negocio* (Barcelona: Gustavo Gili).

Rosa María de Lahaye Guerra*

MONTAJE Y DESMONTAJE DE UN ESPECTÁCULO

APUNTES SOBRE LA GUERRA MEDIÁTICA CONTRA CUBA

EL ESPECTÁCULO CAPITALISTA

Guy Debord no hubiera podido imaginar cuán lejos habría de llegar el capitalismo en su obligado afán de construir y deconstruir mundos espectaculares. La tiranía de los medios de comunicación de masas sobre la conciencia planetaria, que en la época en que se escribía *La sociedad del espectáculo* era apenas una amenaza “aunque real”, ha devenido hoy la más cotidiana de las realidades. En esta obra, el espectáculo se origina directamente en la realidad capitalista, en particular, en el proceso de conversión permanente de la fuerza de trabajo en una mercancía. Toda mención a los medios de comunicación es marginal y no atañe directamente a la lógica expositiva del pensador francés. Más aún, según Debord, “los *medios de comunicación de masas* son apenas la *manifestación superficial más abrumadora* del espectáculo” (Debord, 2003: 45; énfasis en el original).

Es cierto que el espectáculo está en todas partes: en el automóvil de ensueños y en la rubia que sonrío desde lejos; en la fastuosidad de una ceremonia religiosa y en la cristalería de una tienda de bisuterías; en un cartel de boxeo y en la fachada del Ministerio de Obras Públicas; en el uniforme de policía y en la sonrisa grasienta del carnicero. El

* Doctora en Ciencias Filosóficas. Profesora de la Universidad de La Habana, Cuba.

espectáculo penetra todo el sistema de educación, desde la escuela primaria hasta las universidades, y no sólo hace saber de sí en los títulos y los actos honoríficos, sino que permea todo el proceso de enseñanza-aprendizaje, desde los textos escolares hasta el atuendo de los maestros. El espectáculo atraviesa los sistemas formales e informales de salud, la cultura física y el deporte, las galerías de arte y la soledad del artista, las lecciones de moral y los tribunales, los cuarteles militares y las cárceles. No obstante, en ningún lugar se presenta de forma tan acabada, en ningún espacio su esencia se corresponde tanto con su apariencia como en la fantasmagoría de los medios de comunicación de masas, en particular, de la televisión.

También es cierto, como supone el propio Debord, que el desarrollo histórico subsiguiente a los “disturbios de mayo de 1968 no ha hecho más que confirmar e ilustrar la teoría del espectáculo” (Debord, 2003: 33), pero lo ha hecho por vías entonces imprevisibles.

No cabe duda de que, *por su contenido*, el espectáculo es un modelo ideal del sistema de producción y reproducción de la vida social en las condiciones pautadas por la economía capitalista; constituye la premisa y el resultado del modo de producción imperante; su lenguaje está configurado con los signos del inmenso arsenal de mercancías en que la carrera en pos de plusvalía ha convertido a la sociedad burguesa. Ahora bien, el espectáculo del cual nos habla Debord dimana precisamente de estas condiciones capitalistas de producción, vale decir, del mundo capitalista desarrollado; aunque tiene un carácter internacional, se entreteje, por así decirlo, en el marco nacional de las naciones imperialistas, las antiguas metrópolis coloniales, las actuales metrópolis neocoloniales. Del mundo desarrollado de la mercancía brota el mundo desarrollado del espectáculo, y se convierte en un presupuesto necesario de aquel. Algo diferente se ven las cosas cuando el espectáculo –o una buena parte de él– se construye en las condiciones del capitalismo desarrollado y es transportado a la periferia del capitalismo. Si nos expresáramos en lenguaje kantiano, diríamos que, en este caso, las categorías que vertebran el espectáculo en cuestión nacen en este capitalismo desarrollado; en tanto los hechos –situaciones, coyunturas, percepciones, intuiciones– a partir de los cuales se construye son tomados de aquella periferia. En la superficie de las cosas, sin embargo, las imágenes parecen surgir directamente de la realidad del mundo periférico. Y esta superficie de las cosas es tomada por realidad única e incontestable. En ello radica toda la magia de la inversión ideológica característica de la dominación colonial y neocolonial de nuestros días. El papel de los medios de comunicación de masas en este proceso es clave: sólo a través de estos medios técnicos puede viajar el espectáculo de un rincón a otro del planeta, y hacerlo en “tiempo real”; son ellos la alfombra mágica que traslada

nuestra imagen desde otros continentes y países al nuestro; sin ellos, no habría forma de conectar el mundo inconexo de la imagen ajena a su realidad y la realidad ajena a su imagen. Ahora bien, no es esta alfombra la que crea las imágenes, sino los intereses de clase de la burguesía, en última instancia, la susodicha mercancía.

Dos aspectos: se monta el espectáculo para los ciudadanos del mundo metropolitano, quienes aprenden a vernos como criaturas exóticas en cuyos hábitos y maneras perviven fases del desarrollo histórico ha tiempo superadas en el “mundo civilizado”; y para los ciudadanos del mundo colonial y neocolonial, quienes aprendemos a vernos a través de las categorías espectaculares del mundo metropolitano.

Por otra parte, la *forma* del espectáculo ha variado: no se trata ya sólo y simplemente de información, propaganda, publicidad y consumo directo de diversiones (Debord, 2003: 39), sino de un universo omnipresente de mediaciones político-simbólicas; de un aparato mediático altamente concentrado en su capacidad productora, y desconcentrado en su misión reproductora; de unas y las mismas imágenes, tejidas en estricta correspondencia con los intereses de clase de sus emisores.

Los automóviles corren raudos por las calles de una ciudad atestada de consumidores transeúntes, o sobre las arenas pardas de un desierto incógnito; los edificios se levantan imponentes y fulgurantes, diversos y pujantes en su pluralidad posmoderna; las noches brillan, centellean, se extienden en billones de luces de colores caprichosos, alargados, persistentes. La mercancía se desdobla en hamburguesas, discos, computadoras personales, películas, revistas, jabones, aparatos que permiten adelgazar en cuarenta y cinco días, zapatillas, corbatas, chocolates en el horario diurno y mujeres en el nocturno. Los huracanes tropicales se persiguen desde su génesis en algún punto perdido en el océano de la imaginación. Cada día una persona muere algún perro. Salen al mercado golosinas con colores que agraden a los adultos. En una ciudad latinoamericana mueren mujeres sin causa aparente, y en otra aumenta el índice de atracos. Durante el trimestre en curso se “desacelera” la productividad de las empresas, y aumenta el costo de los combustibles. Los inversionistas apuestan a que la Reserva Federal mantendrá su política de incremento de las tasas de interés. Las autoridades iraníes persisten en sus programas nucleares. Los niños afganos aprenden jugando cuál es el camino de la paz. El presidente Chávez se niega a “cooperar” con las autoridades norteamericanas en el punto 705 de su agenda latinoamericana; en tanto el presidente Fox promociona una utilización racional del agua. La viuda de un actor famoso padece de cáncer. En Estados Unidos se realiza una campaña de inmunización contra la varicela. Los protagonistas revelan los entretelones de la filmación de la película más taquillera del momento. Doscientos cincuen-

ta personas se reúnen en Inglaterra para hablar sobre Harry Potter. En Cuba se realiza el funeral de un conocido cantante.

CUBA Y SUS IMÁGENES ESPECTACULARES

Pero no sólo: el oriente de Cuba es azotado por una sequía y se forman largas colas de habitantes del Tercer Mundo con cara de hastío junto a un camión cisterna, cargados con cubos y latas, con el trasfondo descolorido de casas de tejas y cal. Una prostituta de nuevo cuño, llamada “jinetera” en la isla, ofrece sus servicios a un turista panzudo y declara, socarrona, que todo en la vida conlleva sacrificios. Cuba sigue atrayendo a los narcos. Como cada año, el tema de los derechos humanos en Cuba. El tema de los disidentes y la petición por parte de algunos gobiernos de la UE de la puesta en libertad de los llamados “presos de conciencia”. También, la oposición en Uruguay objeta la incorporación de Cuba al MERCOSUR. Se trata de hacer creer al mundo que existe un ambiente hostil hacia Cuba por parte de los pueblos y los movimientos sociales, de satanizar todo lo relacionado con Cuba. De vez en cuando, una multitud corre por las calles del malecón habanero protestando contra alguna política norteamericana encaminada, por ejemplo, a promover los “derechos humanos” y la “transición hacia la democracia” en Cuba. ¿Por qué la “gran prensa” no habla del caso de los cinco cubanos presos injustamente en cárceles imperiales? Aquí no ha funcionado el “gran sentido común americano”, pues se trata de uno de los mayores escándalos judiciales del siglo XX. ¿Cuál es el misterio que encierra esta historia, que las transnacionales de la información no informan nada al respecto?

Todo está claro, a escala planetaria, la comunicación se efectúa en un sentido único: los países subdesarrollados son vistos a través del prisma de los productores de las metrópolis de la información.

A los ojos del mundo, la vida económica, política, social y cultural de Cuba se presenta como una superposición de espectáculos, cuyo referente de contenido lo ofrece esta propia vida, y cuya forma la proporcionan los medios transnacionales de comunicación o, con más precisión, el cinturón mediático mundial. Todo lo que los cubanos sentimos, experimentamos, pensamos, hacemos y creamos se vierte en los moldes de la dominación ideológica transnacional. Esta inversión garantiza el monopolio de las apariencias y la continuidad de la hegemonía burguesa.

El espectáculo resultante, o mejor, la superposición de espectáculos que resulta de la manipulación mediática, conduce a que la sociedad cubana no sólo se presente como una realidad exótica para los metropolitanos, sino también para los pobladores de los países del Tercer Mundo, incluidos los latinoamericanos. Es por ello que no es raro escuchar a un latinoamericano que arriba a Cuba preguntar si

es cierto que tenemos toque de queda diario a las 10 PM, si es verdad que no nos permiten usar jeans, que no hay edificios altos, que si sólo se puede conseguir alimentos a principio de mes, o si los policías son cincuenta por cada civil¹.

Este espectáculo dista de constituir una imagen unitaria; se presenta, antes bien, como una dislocación de elementos yuxtapuestos, superpuestos, amontonados, entrelazados, en la cual se desvanece toda unidad de sentido. Frente al espectador, la realidad se distancia como un cuasimundo con sustantividad aparente. La imagen construida adquiere vida propia frente al espectador. Ello significa que la realidad se ha trastocado en su contrario, vale decir, en espectáculo. La inversión que tiene aquí lugar es análoga a la que en un momento tuvo lugar con la dialéctica en las manos de Hegel.

El espectáculo de los medios de comunicación se presenta como la sociedad cubana misma y, a un tiempo, como parte de esta sociedad. Es este el espacio de la mirada engañada y de la falsa conciencia (o como lo quiso explicar Debord con una categoría como la de simulacro), que no constituye simplemente un ensamblaje de representaciones, sino una mediación entre el espectador que asiste desde cualquier rincón del planeta al juego de las imágenes desmaterializadas y la sociedad cubana, es decir, los hombres y mujeres, niños y niñas, ancianos y ancianas que en la isla desarrollan su actividad vital. La imagen distorsionada que se ofrece en los medios de comunicación no es simplemente un engaño colectivo, sino una visión de la realidad cubana que adquiere objetividad ante el espectador y condiciona su forma de percibir aquella realidad, los diferentes acontecimientos que en ella se verifican, los protagonistas y las acciones de masas. Vistas así las cosas, en las actuales condiciones, no podemos hablar de simulacro, imitación o fantasía, al menos como lo sugería el pensador francés. El Imperio ha desbordado aquellas, y cualesquiera, expectativas.

Así pues, como resultado de la labor de los medios de comunicación transnacionales, se verifica una bifurcación total entre la realidad cubana y su imagen. Tan categórica es esta escisión que la práctica social frente a la cual se erige el espectáculo ni siquiera lo engloba como un momento constitutivo suyo, sino que se encuentra fuera de él en calidad

¹ “Nuevos arrestos y más policías en la calle suben la tensión política en Cuba’. Por Wilfredo Cancio Isla. Un impresionante despliegue policial en las calles, nuevos arrestos de disidentes y un lenguaje de guerra al calor de una maniobra militar en las afueras de La Habana, sumaron ayer nuevos ingredientes al panorama de tensiones sociales e inconformidad popular que vive el país. Activistas de derechos humanos reportaron el martes un incremento sin precedentes de la presencia policial en La Habana y otras ciudades del interior, con la detención de tres disidentes, que permanecían bajo arresto al cierre de esta edición” (*El Nuevo Herald*, 2005a).

de realidad autónoma e independiente, como un referente distante con el cual se vincula de forma externa. La magia del espectáculo consiste en que, más allá de las fronteras de la isla, logra desplazar, sustituir y, en buena medida, anular la realidad cubana. Para ello, opera con un lenguaje que se fundamenta directamente en las condiciones de vida del espectador mundial, al cual, por consiguiente, este lenguaje le resulta totalmente familiar, en la misma medida en que es extraño a la lógica objetiva del movimiento de la realidad cubana. Desde el lado opuesto, allende el mar, la realidad que vive el espectador se ve invadida, entre otras agresiones, por un espectáculo construido en sustitución de una realidad diferente, la realidad cubana, sobre la cual no se tiene virtualmente ninguna otra referencia. Esta última realidad emerge ante el espectador a través del espectáculo, el cual se enraíza en su vida como la más incontestable de las realidades, o, con más exactitud, como una realidad ideal que apenas resulta posible contrastar con su referente objetivo.

El espectáculo contrarrevolucionario cubano es parte irremplazable del discurso que la sociedad burguesa mantiene sobre sí misma, de lo que Debord llamaba su “largo monólogo autoelogioso” (2003: 45). Al demonizar la Revolución Cubana, y cualquier otra experiencia anticapitalista, el capital se santifica a sí mismo (ver Anexos) o, tal vez, pone una hoja de parra sobre su honor mancillado por el triunfo revolucionario. Valga resaltar en este espacio una información que se dio a conocer por el propio *Nuevo Herald*, sobre el caso de diez empleados de correos que fueron arrestados en Miami por piratear la señal de satélite de una empresa de distribución de canales de televisión, y a consecuencia enfrentan treinta años de cárcel. Dichos individuos están acusados de “asociación criminal” y “conspiración para formar una asociación criminal”. ¿Es tan difícil el asunto? No. Se trata de graves delitos y de terrorismo de Estado, con severas sanciones, si rozan los intereses de la política imperial. Si los mismos hechos se realizan contra la Revolución Cubana, entonces las banderas están ondeadas.

Miradas bien las cosas, más que un retrato de la realidad cubana, el espectáculo es un autorretrato de la burguesía imperialista y proimperialista (cubana y no cubana). Y más que un reflejo tergiversado de esta realidad, la visión espectacular constituye un reflejo de la frustración de los proyectos anexionista y autonomista incubados en la isla desde la primera mitad del siglo XIX, metamorfoseados en la república neocolonial instaurada en 1902 y expulsados del país a raíz del triunfo de 1959. La Cuba del espectáculo constituye un modelo de valores negativos desde el punto de vista de aquellos proyectos e implica la afirmación categórica de una opción contrapuesta. La forma y el contenido de este espectáculo no son otra cosa que la justificación de las aspiraciones contrarrevolucionarias.

EL ESPECTÁCULO CONTRARREVOLUCIONARIO

A diferencia del espectáculo que se presenta a los espectadores del Primer Mundo sobre sí mismos, el cual, con sus claroscuros obligados –en aras de la verosimilitud o credibilidad– constituye una enorme positividad, el espectáculo que se ofrece sobre la realidad cubana es, en esencia, una negatividad total. Este espectáculo sólo admite una lectura: lo que aparece es malo; lo malo es lo que aparece. Por consiguiente, lejos de exigir una aceptación pasiva, como ocurre en el primer caso, el espectáculo contrarrevolucionario cubano demanda una posición de rechazo, crítica o, cuanto menos, distanciamiento. La conversión de la sociedad cubana en espectáculo por obra y gracia de los medios transnacionales de comunicación de masas no constituye sólo un resultado necesario de la guerra ideológica y psicológica del imperialismo contra la Revolución Cubana, sino que lleva en sí el proyecto de negación de esta sociedad, es decir, de restitución de las relaciones de producción capitalista subordinadas y, en general, de la relación neocolonial que antes del triunfo revolucionario había adquirido en Cuba una forma clásica de existencia. Poco importa que, con el objetivo de aparentar imparcialidad, entre col y col aparezca alguna lechuga: tampoco en este caso una golondrina resulta capaz de hacer verano. Una estrella del deporte nacional que comenta su más reciente proeza, un músico aclamado por las multitudes e, incluso, una gigantesca concentración política “progubernamental”, lejos de provocar una alteración o interferencia grave en el proceso de construcción del espectáculo, son apenas presupuestos del espíritu mefistofélico de la negatividad que lo anima.

De manera análoga, en relación con el espectáculo mediático orquestado en torno a la realidad cubana desde los centros transnacionales de manipulación de la conciencia planetaria, no podría afirmarse que el fin no es nada y el desarrollo lo es todo, o bien, que “el espectáculo no conduce a ninguna parte salvo a sí mismo”. Todo lo contrario, diríamos aquí que, como ocurre con todo espectáculo (salvo con aquel mayúsculo del mantenimiento ideológico de la sociedad burguesa metropolitana con sus propias categorías y hechos), el desarrollo no es sino el medio necesario para alcanzar el fin que constituye el todo: vencer a la Revolución Cubana en la Batalla de las Ideas, como premisa necesaria para su derrocamiento. El movimiento, en este caso, desaparece en su finalidad. Se trata de una finalidad inmanente. La verdad del espectáculo es la unidad de la finalidad y del movimiento que conduce a ella. Claro está que el espectáculo en sí mismo constituye una mercancía y, como tal, produce beneficios a su vendedor: el espectáculo sigue siendo la principal producción del mundo capitalista, su mercancía principal. Su racionalidad, pues, no es sólo política, sino también económica. Pero, en el juego relativo de fuerzas y contrafuerzas menudas que se establece a

diario entre la economía y la política, esta última lleva la voz cantante, justamente en la medida en que conduce, a largo plazo y de la forma más promisorio, a la afirmación absoluta de la primera, como alfa y omega de la sociedad burguesa. Así, pues, en relación con los ciudadanos del resto de mundo, el espectáculo en que ha quedado convertida la realidad cubana constituye un momento más o menos orgánico del rompecabezas mayor de espectáculos con los cuales se procura modelar su pensamiento, su sentimiento y su sistema de valores. Ahora bien, si es cierto que este espectáculo logra someter a estos espectadores, en la misma medida en que los ha sometido el modo de producción capitalista, no ocurre lo mismo con un espectador *sui generis*: el pueblo cubano, libre de ese modo de producción y participe de un poderoso sistema de influencia ideológica centrado en los valores socialistas.

Para los extranjeros, el espectáculo construido sobre la realidad cubana es un sueño banal, diríamos trivial; para los cubanos, en cambio, es un sueño azul que se desvanece, cuando no una pesadilla.

El espectáculo contrarrevolucionario cumple, así, una doble función: por un lado, contribuye a la dominación ideológica del espectador mundial; por otro, procura influir en la concepción del mundo y el sistema de valores del espectador cubano.

En una entrevista que realicé a Gianni Miná en 1997 y que aparece publicada en la revista cubana *Contracorriente*, el periodista italiano, que en aquel momento contaba con 37 años de experiencia profesional, me decía con un dejo de angustia: “La prensa internacional en un 80% está contra Cuba, porque ustedes son los protagonistas de un hecho increíble. Rompieron una exclusividad que era sólo de las grandes naciones, Inglaterra, Alemania, Rusia, Francia, EE.UU., Italia: la de ser un laboratorio de nuevas ideas, de nuevas posibilidades, de propuestas políticas al mundo” (Lahaye Guerra, 1997). Y eso no lo perdonará nunca el gran imperio del Norte.

Tras el “principio de la libre circulación”, la estructura internacional de circulación de la información acusa la mayor asimetría y desequilibrio. Aparentemente, se trata de una lucha por la libertad de expresión; en realidad, nos hallamos frente a una batalla campal por el poder.

Es sabido que los medios de comunicación no se limitan a transmitir la política: contribuyen a definirla y asumen el papel de principales intermediarios entre esta y la sociedad. En virtud de su acción, en considerable medida, la política deviene en espectáculo. El espectáculo no es un conjunto de imágenes sino una relación social entre las personas, mediatizada por las imágenes (Debord, 2003: 38).

Por ello, este análisis se hará considerando los mensajes y observando las matrices de opinión a fin de caracterizar los códigos utilizados para desinformar y crear opinión.

Desde el punto de vista del contexto, esta invasión de imágenes se produce en un mundo que tiende hacia la unipolaridad, a raíz del derrumbe de la Unión Soviética y la destrucción del campo socialista europeo. El mito arcaico del fin de la historia ha llegado a adquirir visos de ideología planetaria: el futuro será, en esencia, idéntico al presente, un mundo en extensión del sistema de relaciones capitalistas de producción, regida por las leyes de la compraventa de la fuerza de trabajo, en la que los ideales del socialismo han sido enterrados definitivamente, la noción de soberanía e independencia nacional se presenta como un freno al “progreso social” –atado, por obra y gracia de una nueva mano invisible, a la “nave espacial” de los monopolios transnacionales, en esencia desnacionalizadores– y las ideas de justicia social y solidaridad no pasan de ser piezas de museo, sueños de una noche de verano o reliquias de una era en que algunas inteligencias atrevidas soñaban con la emancipación del trabajo.

El propósito es lograr que los cubanos veamos el socialismo como una sociedad antidemocrática, patriarcal, burocrática, despótica, de economía estatizada (no socializada), en la que la dictadura del proletariado es convertida en dictadura de la elite partidista, todas las organizaciones sociales son transformadas en correas de transmisión de una voluntad única, y el productor directo no se realiza como propietario.

Correspondientemente, se trata de encandilar a los cubanos “en virtud del llamado *efecto de demostración*, es decir, del crecimiento desmedido y desajustado de las expectativas provocado por la transnacionalización de los símbolos y valores del *american way of life*” (Lahaye Guerra, 1997).

Mensaje: una idea central, elaborada por el Departamento de Estado norteamericano, la CIA y el Pentágono en el marco del llamado “conflicto de baja intensidad”, confiere unidad a la propaganda y a los cuchicheos contrarrevolucionarios: “El socialismo ha fracasado en el mundo. En Cuba también es un fracaso, lo cual se refleja en los estándares de vida de la población. Quienes continúan apoyando el socialismo están en el lado de los perdedores” (Lahaye Guerra, 1997). La única alternativa viable para Cuba es librarse de la pesadilla de Castro. Esta, se nos dice desde entonces a través de millares de informaciones de la más diversa índole, es la vía exclusiva para el rescate de la nacionalidad y el logro de la reconciliación nacional, para, según palabras que Mas Canosa gustaba repetir, convertir a los cubanos de proletarios en propietarios, elevar a Cuba a mediano plazo a los niveles de desarrollo de Taiwán o Corea del Sur, garantizar la “libertad” y la “democracia”, desatar la iniciativa económica y política del pueblo, amarrada por “la tiranía”, restaurar los derechos políticos y civiles, asegurar “un porvenir digno para todos los hijos de la patria”, realizar, en fin, los sueños

de José Martí (ha de tenerse presente que la principal emisora radial contrarrevolucionaria del gobierno de EE.UU., manejada por apátridas cubanos, se había endilgado como rótulo el nombre del Héroe Nacional de Cuba). Para ello, se nos asegura, contamos con la creatividad y diligencia congénitas del pueblo cubano, las mismas que hicieron triunfar en EE.UU. a la mayoría de los exiliados y que “el comunismo sólo pudo adormecer, no anular. Contamos, asimismo, con la ayuda del gobierno de EE.UU., de otros gobiernos del mundo libre y, sobre todo, de los prósperos emigrados cubanos, cuya única aspiración es ver dichosa a su tierra” (Lahaye Guerra, 1997). Contamos, por último, con las bondades del régimen capitalista, que es la forma natural de existencia de las relaciones entre los hombres, la única que corresponde a la naturaleza humana.

Al mensaje contrarrevolucionario que hemos esbozado se enfrentan a diario el espectador mundial y el espectador cubano, en formas más o menos sutiles o desembozadas, marcadas por la pasión o refrenadas por la aspiración académica. Otros discursos se le subordinan objetivamente y con independencia de la voluntad de sus emisores.

DESMONTANDO EL ESPECTÁCULO

El torrente ideológico y propagandístico de la Revolución fue favorecido por un conjunto de circunstancias nacionales e internacionales que el discurso político y los medios de comunicación masiva resaltaban sin descanso: la situación económica y social depauperada y los conflictos sociales en el Tercer Mundo, particularmente en América Latina; las dificultades múltiples que atraviesan los países del Este europeo y la antigua URSS: guerras, huelgas, inflación, xenofobia, represión de comunistas, expropiación de beneficiados por el régimen socialista; los problemas económicos y sociales de los países capitalistas desarrollados, vinculados a la transnacionalización del capitalismo y a la universalización de las políticas neoliberales: recesión, inflación, déficit fiscal, litigios comerciales, predominio suicida de la especulación financiera sobre la esfera productiva, crisis financieras y gubernamentales, falta de credibilidad de las instituciones legislativas, ejecutivas y judiciales, abstencionismo electoral, desmontaje forzoso del llamado Estado de Bienestar, drogadicción, crimen organizado, guerras separatistas; el creciente reconocimiento internacional del carácter ilegal, inmoral y genocida del bloqueo norteamericano contra el pueblo cubano, acrecentado con la promulgación de la Helms Burton; el anexionismo cada vez más desembozado de la ultraderecha de la emigración cubana y la pérdida progresiva de sus posiciones frente a los llamados sectores moderados; los proyectos de recuperación de propiedades en Cuba lanzados desde Miami; la preservación, pese a la crisis, de los niveles de educación, salud y seguridad social más altos

del Tercer Mundo, incluida la reducción de la mortalidad infantil y el incremento de la esperanza de vida hasta índices comparables con los del mundo desarrollado; la reanimación de sectores económicos aislados, tales como la producción de níquel, cítricos, petróleo, tabaco y, con altibajos, azúcar; la progresiva aceptación internacional de los productos de la industria biotecnológica cubana; el crecimiento acelerado del turismo; el incremento de las inversiones y asociaciones con capital extranjero. Con una fuerza sin precedentes, el trabajo ideológico de las instituciones del Estado se orientó hacia el pleno rescate de la originalidad de la Revolución Cubana, hacia la historia patria y los valores nacionales. No se trataba de relegar a un segundo plano el espíritu internacionalista que había caracterizado la historia precedente de la Revolución: en las circunstancias configuradas –proclamaba Fidel Castro– el más importante deber internacionalista de los patriotas cubanos era defender la Revolución. Tampoco se trataba de exacerbar pasiones chovinistas, sino de hacer valer el potencial revolucionario del *nacionalismo de nación oprimida*, frente a las intenciones expresas de barrer la nación cubana, declarada “inviabile”, y a las tendencias objetivas hacia la desnacionalización del poder político, la devaluación de los Estados de los países subdesarrollados, la atrofia de sus funciones nacionales y la adquisición de funciones transnacionales subordinadas.

Estas determinaciones y constantes del discurso ideológico de la Revolución pueden agruparse en tres categorías fundamentales; primera: crisis económica, política y social permanente del mundo contemporáneo, condicionada por la propia naturaleza del modo de producción y reproducción capitalista; segunda: incapacidad del Tercer Mundo y de los otrora países socialistas de superar por vía capitalista sus problemas económicos, políticos y sociales; y tercera: viabilidad del proyecto socialista y de independencia nacional cubano (ahora, venezolano y boliviano) como única opción real frente al “nuevo orden mundial” establecido por el imperialismo y a los proyectos restauracionistas del gobierno de EE.UU. y sus asalariados de origen cubano en el exterior y el interior del país. Con otras palabras, el capitalismo no tiene nada que ofrecer a la humanidad y, menos aún, al mundo subdesarrollado. El derrocamiento del poder revolucionario y la restauración del capitalismo en Cuba darían al traste con los ideales de soberanía e independencia nacional, justicia social y solidaridad por los cuales ha luchado nuestro pueblo durante casi 130 años. En tal caso, se reimpondría en el país la ley de la selva; se sumiría en la miseria a tres cuartas partes de la población, como ocurre en la mayoría de los países neocoloniales; se repartiría la riqueza nacional entre los monopolios transnacionales –sobre todo, los de matriz norteamericana– y los potentados cubanos de la emigración; serían inevitables las guerras, las persecuciones y las venganzas. Sólo

la continuidad del proceso revolucionario y el perfeccionamiento del socialismo pueden ofrecer una garantía a la preservación de la identidad y la soberanía nacionales y de los niveles de justicia social, empleo, salud, educación, seguridad social y cultura alcanzados por nuestro pueblo. Tal era –y es– el mensaje.

La historia no ha conocido ensañamiento tan brutal como el del imperio más poderoso del mundo actual contra una pequeña isla, y durante tanto tiempo. El 21 de marzo de 1960 se inició de manera oficial esa agresión radial a través de Radio Swan (clandestina, y por tanto jamás inscrita en el Registro Internacional de Frecuencias de la Unión Internacional de Telecomunicaciones-UIT); el 20 de mayo de 1985 se incrementó con la mal llamada Radio Martí; y el 27 de marzo de 1990 se le incorporó la agresión televisiva directa de Tele Martí, que continúa hasta hoy. Es impresionante conocer que, en lo que va del año 2007, el conjunto de transmisiones anticubanas cubren 2.425 horas semanales.

Desmontaje: el discurso político de la Revolución y la labor de los medios de comunicación masiva a su servicio juegan un considerable papel en la tarea de contrarrestar la avalancha de fuerzas ideológicas procapitalistas y garantizar la permanencia del consenso mayoritario entre la población en torno al proceso revolucionario, frente a la confabulación universal contra los ideales del socialismo.

De los más de veinte medios impresos revisados en relación con Cuba, he tomado los de EE.UU., México y España fundamentalmente (estos dos últimos, sin duda, bajo el mandato imperial): *Washington Post*, *The New York Times*, *La Estrella*, *Las Américas*, *Houston Chronicle*, *Nuevo Herald*, *El Universal*, *El País* y las televisoras CNN, BBC y EURONEWS. Todos ellos han dedicado grandes espacios a continuar con las campañas desprestigiadoras y difamatorias que los han caracterizado desde hace ya medio siglo.

Las *matrices* generales continúan en la línea de que Cuba y Castro son una amenaza en América Latina, y una provocación constante que EE.UU. no debe tolerar:

- Castro (ahora junto a Chávez y Morales) encabeza peligrosamente una perenne conspiración contra Estados Unidos².

2 “Pentágono: Cuba y Venezuela apuntan hacia Bolivia”. Por Néstor Ikeda. Cuba y Venezuela están en campaña de desestabilización por toda América Latina para instalar gobiernos izquierdistas y pueden lograr su objetivo en Bolivia con el ascenso al poder de un dirigente cocalero populista, dijo el martes un funcionario del Pentágono. Roger Pardo Maurer, subsecretario asistente de Defensa a cargo de asuntos interamericanos, afirmó que ‘no hay duda’ de que el presidente venezolano Hugo Chávez ‘está financiando y dando apoyo moral’ a las fuerzas radicales en Bolivia que han creado el caos y pueden llevar al poder en diciembre al sindicalista Evo Morales” (*El Nuevo Herald*, 2005b).

- Por ello, Cuba es un país terrorista.
- Uno de los productos políticos que más se trafica en el abortado continente americano es el antiamericanismo, manejado por Castro desde hace 46 años.
- Los soberbios desafíos de Castro son una extraña amalgama de mito y peligro real.
- Hay que ver con profundo temor las tendencias populistas que están renaciendo en algunos países iberoamericanos, pues eso le abre las puertas a la demagogia izquierdista.

Estas matrices pueden afianzarse reforzando una serie de afirmaciones que tratan de imponerse como “verdades” en el llevado y traído espectáculo, que en el caso de Cuba lleva 46 años y medio en cartelera. Y se realizan por medio de determinados recursos bien conocidos en los “medios”: la *desinformación* y el *silencio*.

Para desinformar, un procedimiento muy recurrido es la *descontextualización*: si se hacen declaraciones o se presentan hechos al margen de su contexto, no se logra comprender el mensaje por más vueltas que se le pueda dar. Este artilugio se utiliza casi siempre en la cobertura de las declaraciones de Fidel.

EURONEWS, 27-07-05. “Castro advierte durante el Día de la Rebeldía que no tolerará provocaciones de los disidentes”. El Día de la Rebeldía, que conmemora el comienzo de la Revolución Cubana, ha pasado de puntillas este año por La Habana. Quizá por el descontento social que reina en el país caribeño, esta vez no ha habido desfile popular por el Malecón. Sólo el tradicional discurso de Fidel Castro, que una vez más ha culpado a EE.UU. de todas sus desgracias³. Cinco mil personas le escucharon en el teatro Karl Marx arremeter contra los disidentes, que según el líder cubano son traidores y mercenarios de Washington a los que hay que combatir. De hecho, el pasado viernes, el régimen detuvo a treinta y tres opositores, de los cuales nueve siguen en prisión, en la que ha sido la mayor reclusión llevada a cabo desde 2003.

3 “EE.UU. sustenta a la disidencia’. Por Fernando Ravnsberg. El presidente Fidel Castro arremetió contra Washington acusando a la administración republicana de ser la creadora y el sustento de la disidencia interna, cuyas actividades enmarcó dentro del enfrentamiento bilateral. Durante su discurso por el 52 aniversario del asalto al Cuartel Moncada –inicio de la lucha armada contra la dictadura de Batista–, Castro sostuvo que la sede diplomática de EE.UU. abastece de equipos y materiales a la oposición” (emitido por la cadena BBC, el 27 de julio de 2005).

El contenido de esta noticia se basa en falsos alegatos y hasta se percibe en ella un estímulo al desorden y el odio.

Otro procedimiento es el *falseamiento de hechos e imágenes*: en esto los medios imperiales son campeones; en alterar los hechos reales mezclando juicios valorativos con hechos y fantasías.

El 30 de junio de 2005, GLOBOVISIÓN mantuvo la información emitida el día anterior por el Frente Nacional por los Presos Políticos de Venezuela (“Declaran ‘persona extremadamente no grata’ a Fidel Castro”). El canal GLOBOVISIÓN amplió la información del mencionado Frente convocando a una manifestación para el 2 de julio desde la Plaza Altamira hasta la sede de la Fiscalía, para protestar por los llamados presos políticos en Venezuela y Cuba. TELEVEN transmitió la información de igual modo.

Las imágenes utilizadas fueron alteradas, incluso algunas de ellas, pasaditas algunos años. Sin el menor escrúpulo, colocan imágenes de archivo en sucesos de la más reciente actualidad, dando crédito oculto a periodistas y agencias no identificadas.

Otro procedimiento es el destructivo *efecto contaminación*: presentan un hecho o una situación, o una sucesión de ellos, y, como las epidemias, lo contaminan cargándolo de imágenes y calificativos enfermizos y diabólicos, lo que, apoyándose en silogismos, da la apariencia de demostración contundente. En este caso se presentan dos hechos falsos respaldados por ejemplos igualmente falsos: “Todo lo que ha hecho y hace el presidente cubano no es en pro del pueblo cubano, sino para tratar de acabar con los EE.UU.” y “Se aduce que si un país se distancia de EE.UU., se distancia de las democracias del mundo”.

Luego estas afirmaciones se asocian con las siguientes: “Cuba es un país que está en las condiciones de subdesarrollo, porque ha dedicado todo su tiempo a acabar con las democracias del mundo y no a construir su futuro”.

Así, es fácil concluir: “Por tanto, Cuba es un país terrorista y merece ser tratado como a Irak”.

A través de este procedimiento, se orquesta una campaña televisiva⁴ y se prepara la escena para futuras acciones que deben tener el

4 En el texto de la tristemente célebre Ley Helms-Burton (marzo de 1996) –o Ley de la Esclavitud, como la llama nuestro presidente de la Asamblea Nacional–, en la sección 107, titulada “Trasmisiones televisivas hacia Cuba”, se plantea:

“a) Conversión a UHF. El director de la Agencia de Información de los EE.UU. efectuará la conversión de frecuencia ultra alta (UHF) de las trasmisiones televisivas hacia Cuba del Servicio de Televisión Martí.

b) Informes periódicos. El director de la Agencia de Comunicaciones de los EE.UU. presentará un informe a los comités congresionales pertinentes sobre los progresos alcanzados en el cumplimiento del inciso a) en un plazo no mayor de 45 días contados a partir de la promulgación de esta Ley, y después cada tres meses hasta que se termine la

consentimiento de la opinión pública internacional a partir de determinados estereotipos. El hecho de hacer aparecer a Cuba en la lista de los países terroristas, de ubicarla como uno de esos oscuros rincones que deben ser iluminados por las democracias primermundistas, donde se violan los derechos humanos y hay un sistema represivo espantoso, es la preparación que necesita la opinión mundial para apoyar cualquier invasión a la isla (fue el mismo procedimiento que siguieron con Irak).

Otro procedimiento de la desinformación es la *reiteración* de la información. Repetir, repetir y repetir. El repetir una información mediante distintas fórmulas busca el objetivo de crear un núcleo determinado. Por ejemplo, el tema de los derechos humanos en Cuba ha sido la comida de EE.UU. en los últimos diez años, con el respaldo de casi toda la prensa norteamericana y europea. Como toda persona informada sabe, el tema de los derechos humanos en Cuba está tomando credibilidad en el Comité de Derechos Humanos de la ONU, pero no es gracias a los medios, sino pese a ellos.

El otro recurso es el *silencio*, mucho más destructivo que la mentira, pues de lo que nadie sabe no se puede opinar. Pero este es casi imposible de mantener todo el tiempo. Ni siquiera intentaría poner ejemplos, pues desde 1959 todo lo que ha logrado la Revolución Cubana ha sido envuelto por los medios norteamericanos en un silencio mortuorio, obstinado y desgarrador; en un silencio de lobos.

Indudablemente, para subvertir el actual “orden mediático” es necesario poner sobre sus pies a este mundo que, al decir de Galeano, “anda patas arriba”.

conversión descrita en el inciso a)”. La agresión radial y televisiva ha sido durante cuatro décadas y media uno de los principales instrumentos de la política norteamericana contra Cuba en sus propósitos de distorsionar la realidad de la sociedad cubana y restar prestigio a la Revolución y a sus dirigentes, así como estimular acciones terroristas de la más diversa índole. Las transmisiones radiales contra la Revolución comenzaron desde el propio año 1959 con Radio Swan, emisora situada en esta isla del Caribe. En 1960, otras emisoras se sumaron a esta labor desestabilizadora y contraria a los convenios internacionales. A fines de 1961, La Voz de las Américas se sumaba a este programa de agresiones contra Cuba. Los intentos de agresión televisiva están presentes desde 1962 y materializados a partir de 1989, cuando el Senado y la administración norteamericanos avalaron la salida al aire de la subversiva emisora Televisión Martí (Ley 98-111 del Congreso de los Estados Unidos, aprobada el 27 de marzo de 1990).

BIBLIOGRAFÍA

- Aharonián, Aram 2005 “Desalambrando los latifundios mediáticos latinoamericanos” en *Ko'Eyú latinoamericano* (Caracas) Año 26, N° 87.
- Debord, Guy 2003 *La sociedad del espectáculo* (Valencia: Pre-Textos).
- El Nuevo Herald* 2005a (Miami) 20 de julio.
- El Nuevo Herald* 2005b (Miami) 27 de julio.
- Izarra, Andrés 2005 “La nueva ofensiva mediática hacia Venezuela”, Ministerio de Comunicación e Información, Gobierno de la República Bolivariana de Venezuela, Comunicado del 6 de mayo.
- Lahaye Guerra, Rosa María de 1997 “Gianni Miná: la fuerza viva de la comunicación social” en *Contracorriente* (La Habana) Año 3, N° 10.
- Ramonet, Ignacio 2001 *Propagandas silenciosas* (La Habana: Ediciones Especiales).
- Skalon, Ana 2005 “Nuestra última trinchera” en *Ko'Eyú latinoamericano* (Caracas) Año 26, N° 87.
- Verdú, Vicente 2003 *El estilo del mundo. La vida en el capitalismo de ficción* (Barcelona: Anagrama).

ANEXO

Se transcribe un ejemplo de la construcción del espectáculo contra-revolucionario que definiéramos, en este caso, en el tratamiento de la cadena CNN sobre el caso del terrorista Luis Posada Carriles.

INTERVENCIONES EN LA CNN, ATLANTA, 10 DE MAYO DE 2005

Glenda Umaña: El residente cubano Luis Posada Carriles pidió asilo político en EE.UU. Esta solicitud ha reavivado la polémica en torno a Posada Carriles, admirado por unos y calificado como un terrorista por otros.

Jeny Rizo Patrón: Para algunos exiliados cubanos, Luis Posada Carriles es una leyenda por su cruzada contra Fidel Castro.

Santiago Álvarez, exiliado cubano: [Posada Carriles] ha sido una guía para todos los que luchan contra Fidel Castro.

Jeny Rizo Patrón: Para sus críticos es un terrorista. ¿Por qué se esconde Posada en EE.UU.? Sus seguidores dicen que los espías cubanos que hay en Miami pueden matarlo. Después de ayudar a organizar la fallida operación de Bahía Cochinos para derrocar a Castro, Posada recibió entrenamiento en explosivos y sabotajes por parte de la CIA en Fort Benning. Después de cuatro décadas de cruzada anticastrista, ha pedido asilo para vivir entre sus seguidores en Miami.

Eduardo Soto, abogado de Posada Carriles: Creo firmemente que si el señor Posada Carriles fuera extraditado desde EE.UU. aparecería muerto.

Jeny Rizo Patrón: El columnista del *Miami Herald* Gim Defede se opone.

Gim Defede, columnista del Miami Herald: Si se concediera asilo a Posada revelaría una doble moral por la que se ridiculizaría a EE.UU. en todo el mundo.

Jeny Rizo Patrón: Los críticos apuntan al pasado de Posada, acusado de múltiples actos terroristas que él, sin embargo, siempre ha negado. Venezuela, 1976: Acusado de hacer volar un avión de pasajeros cubanos que mató a 73 personas. Negó estar involucrado y nunca fue condenado. Pasó nueve años en una cárcel venezolana hasta que se fugó. Los venezolanos lo quieren, lo consideran un terrorista y planean pedir su extradición para un nuevo juicio. Cuba, 1997: Hoteles de La Habana son blanco de atentados con bombas. Un turista italiano muere. Posada se atribuyó la responsabilidad en una entrevista con dos periódicos estadounidenses. Posteriormente dijo que la confesión era mentira y negó cualquier vínculo.

Panamá, 2000: Posada y tres exiliados cubanos son acusados de planear el asesinato de Castro durante su visita. Fue condenado en Panamá, pero recibió un perdón presidencial.

Independientemente de las consecuencias, Posada defiende su lucha contra Castro.

Luis Posada Carriles: Jamás hemos hecho ninguna acción terrorista donde haya civiles metidos.

Jeny Rizo Patrón: Pero a sus críticos no los convence.

Gim Defede: Da igual a quien quieras derrocar. No importa cuál sea el resultado final, las tácticas importan.

Jeny Rizo Patrón: Castro también quiere que EE.UU. le entregue a Posada.

Fidel Castro, presidente de Cuba: Nueve días que el individuo, que el monstruo está allí (declaraciones de Fidel Castro a la prensa, 09/05/05).

Santiago Álvarez: Posada Carriles no es un terrorista; es un guerrillero de la libertad y está siendo señalado por el régimen de Castro.

Jeny Rizo Patrón: ¿Guerrillero de la libertad o terrorista? Para algunos la respuesta depende de si se está en Miami o en La Habana.
¿Por qué no ha sido detenido en EE.UU.? Las autoridades policiales dicen a CNN que no saben dónde está y que no existe una orden de arresto, pero si Posada se presenta a la entrevista por su asilo, si es que lo hace, las autoridades dicen tener muchas preguntas para hacerle.

Jovana Cestille*

MST E CINEMA

*A arte não serve de nada se não for entendida pelos
operários e pelos camponeses.*

Bayardo Arce

INTRODUÇÃO

O presente texto pretende elencar alguns elementos que consideramos fundamentais para aprofundarmos o debate sobre a produção e a utilização do audiovisual pelo Setor de Comunicação e também pelo conjunto da organização do Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem Terra (MST).

Não podemos iniciar falando de cinema, sem antes fazer uma referência sobre a palavra de ordem definida no IV Congresso Nacional do MST, realizado em agosto de 2000: Reforma Agrária, por um Brasil sem latifúndio! A definição desta palavra de ordem resume nosso entendimento de que enquanto houver latifúndio no Brasil, haverá fome, desemprego, miséria. Quando falamos de latifúndio, não estamos falando apenas do latifúndio da terra, porque em nosso país há outros latifúndios: da educação, do saber, da tecnologia, da comunicação, da cultura, e tantos outros.

Entendemos que temos que acabar com todas as cercas, como diz Dom Pedro Casaldáliga “que nos privam de viver e de amar”. Enquanto os meios de comunicação estiverem concentrados nas mãos de 5, 6 famílias – para termos uma idéia, segundo o Fórum Nacional de

* Militante do Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem Terra (MST), Brasil.

Democratização da Comunicação: as famílias dominam as seguintes empresas de comunicação: redes de TV Globo, Record, SBT e Bandeirantes; a Editora Abril, que domina 69,3% do mercado de revistas e 14% do mercado de TV por assinatura; os jornais paulistas *O Estado de São Paulo* e *Folha de São Paulo*, com forte presença no mercado de jornais, representando, apenas estes dois, cerca de 10% da tiragem de todos os jornais diários existentes no país. Enquanto as multinacionais detiverem os direitos das inovações tecnológicas, enquanto o acesso ao saber for restrito, nosso *rico* país, continuará tendo e produzindo misérias.

E nesse sentido, consideramos que o cinema também é uma *cerca* a ser rompida. O cinema, e a cultura como um todo, é um privilégio de poucos, quando andamos pelo interior do país, podemos observar que nas pequenas e médias cidades, nem se quer há uma sala de exibição, na zona rural então, nem se fala. Nos grandes centros urbanos, as salas de exibição tradicionais estão sendo fechadas, e em sua maioria, transformadas em igrejas evangélicas, os cinemas estão indo para dentro dos Shopping Centers, onde as classes populares não estão presente. E ainda, a maioria dos filmes são legendados, sendo mais um obstáculo, pois uma parcela significativa do povo brasileiro não sabem ler, segundo dados do Censo 2000, divulgados pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), 16% da população brasileira não sabem ler e escrever, e uma outra parcela significativa são analfabetos funcionais, ou seja, conseguem ler apenas frases simples como de uma placa ou nome de uma determinada linha de ônibus, um problema que impede não somente o acesso ao cinema, mas a vários direitos sociais, inclusive de educação escolar, que é um dos direitos fundamentais garantidos pela Constituição Federal.

E mesmo as pessoas que hoje tem acesso ao cinema, que tipo de filme podem assistir na maioria das salas brasileiras? Filme estadunidense, como se somente os Estados Unidos produzissem filmes, quando não o é. E porque temos que aceitar que nas telas brasileiras aparecem tantos filmes estadunidenses, enquanto que tanto no Brasil, como em outros países existem excelentes produções que nós não temos acesso?

Mal sabemos que o México e a Índia são importantes produtores cinematográficos, que Irã, Venezuela, Angola e Nigéria também produzem cinema. Ignoramos a história cinematográfica desses países porque as censuras políticas e comerciais são eficientes e “alijam tudo o que não é produzido ou distribuído pelas multinacionais” (Bernardet, 1980: 100).

Pois, como afirma Fischer, “o capitalismo transformou tudo em mercadoria [...] levou o homem a uma crescente alienação da realidade social e de si mesmo” (Fischer, 1971: 59), e com o advento da televisão houve um aprofundamento desse processo, chegando ao ponto de que, para muitas pessoas só os fatos que aparecem na tele-

visão realmente acontecem, ou acreditam apenas na versão apresentada pela TV, que sempre são editadas de acordo com o ponto de vista do editor, que nem sempre corresponde às verdades dos fatos. Uma grande parte da humanidade conhece o mundo a partir da *janela* do seu televisor, nunca tiveram a oportunidade, se quer, de viajarem para uma cidade vizinha, e se acreditam apenas nas imagens que vêm na televisão, que mostra o mundo de forma pasteurizada, terão sempre uma visão fragmentada da realidade.

O problema da fragmentação ainda é maior. Esta intimamente ligado à tremenda mecanização e especialização do mundo moderno, com a força opressora de suas máquinas anônimas, com o fato de a maior parte de nós ser forçada a se empenhar na execução de tarefas que constituem apenas pequena parte de processos cujo significado e desenvolvimento global permanecem fora do alcance da nossa posição (Fischer, 1971: 108).

A partir de uma visão fragmentada e alienada da realidade, vivendo num mundo onde tudo é transformado em mercadoria, onde se valoriza o consumismo e o individualismo, as pessoas vivem num mundo de ilusões, ou como disse Fischer “a ilusão se coloca no lugar da contradição” (1971: 223).

Talvez esse seja um dos papéis mais importantes que o cinema e a televisão cumprem para a hegemonia dominante, manter o povo num mundo de ilusões, esquecendo das diferenças sociais, das contradições existentes na sociedade, enfim esqueçam a luta de classes. E como enfatiza Gutiérrez Alea:

O cinema, com sua capacidade de criar verdadeiros fantasmas, imagens de luz e de sombra, intocáveis, como um sonho compartilhado, foi o melhor veículo para provocar falsas ilusões no espectador, para servir-lhe de refúgio, substituindo uma realidade que o impedia de desenvolver-se humanamente e que em compensação, lhe permite sonhar (Gutiérrez Alea, 1984: 27).

Gutiérrez Alea demonstra como o cinema estadunidense foi o que mais avançou nesse sentido:

Foi o mais vital e rico em descobertas técnicas e expressivas [...] foi dando origem a diferentes gêneros (comédias, westerns, filmes de gangsters, super produções históricas, melodramas...) que rapidamente se converteram em “clássicos”, ou seja, se consolidaram como modelos formais e alcançaram um alto nível de desenvolvimento, ao mesmo tempo que se transformavam em estereótipos vazios. Foram a expressão

mais eficaz de uma cultura de massa produzida em função de um consumidor passivo, de um expectador contemplativo e desgarrado na medida em que a realidade reclama do próprio uma ação e ao mesmo tempo fecha-lhe todas as possibilidades de atuação (Gutiérrez Alea, 1984: 26-27).

Ou seja, criam um mundo mistificado, encobrendo a realidade.

As condições sociais, bem como os fenômenos e conflitos do nosso tempo, são transportados para uma realidade não temporal, que não muda [...] O mundo socialmente condicionado é apresentado como um mundo cósmico, sem condicionamentos (Fischer, 1971: 111).

Ainda segundo Fischer, outro problema é o da dessocialização e desumanização da arte, que se agudiza com o aperfeiçoamento das técnicas de reprodução, dando origem a “uma colossal indústria de entretenimento que serve a vastas massas de consumidores de arte. O caráter bárbaro, o conteúdo antihumanista e o brutal sensacionalismo desses produtos artísticos oferecidos às massas em forma industrializada, sob o capitalismo, são notórios” (Fischer, 1971: 117).

Além da problemática já levantada, o surgimento da TV, que é de longe o principal veículo de massa, provocou uma reação no cinema:

Se o que importa é o lucro e se a TV está dando, não há por que os produtores de cinema não se voltarem para a TV [...] A TV torna-se também um novo mercado que pode renovar até o valor comercial de filmes antigos: a invasão da TV brasileira pelo filme americano dá uma idéia (Bernardet, 1980: 88).

A TV brasileira, além de exhibir os filmes estadunidenses, também criou um estilo de produção cinematográfica, que tem referência nas telenovelas da Globo; um exemplo é o filme *Olga*, que embora temos utilizado em diversas atividades. Ele não deixa de ser um produto com o “padrão Globo de qualidade”, sem contar que os filmes brasileiros de maior bilheteria nos últimos anos tem sido os filmes da Xuxa, do Didi, famosos apresentadores de programas infantil e de comédia, respectivamente, da TV Globo, produzidos e distribuídos através da Globo Filmes, ou seja a concentração dos grandes meios de comunicação de massa se dá desde a produção de filmes, programação televisiva e radiofônica, edição de jornais e revistas até sua distribuição.

A TV brasileira, tem cada vez mais influência no cinema brasileiro. E como as empresas de televisão estão concentradas no eixo Rio-São Paulo, “vem produzindo um determinado imaginário [...] que se pretende nacional e que acaba sendo assim apreendido, com conseqüências pro-

fundas na política, na economia e nas relações sociais. É o Sudeste branco falando para o Brasil, em nome do Brasil, como se fosse todo o Brasil, e com a anuência pacífica da maioria dos brasileiros” (Priolli, 2000: 16).

A televisão brasileira [e o cinema], assim como o próprio país, é controlada por uma elite majoritariamente branca, radicada na região sudeste mas exógena, voltada para a Europa e os Estados Unidos [...] Essa elite, que vive de costas para o restante do Brasil, cria a sua peculiar imagem do país, quase sempre folclorizando e discriminando índios, negros e asiáticos, pelo ângulo racial; mulheres e homossexuais, pelo ângulo do gênero, e nordestinos e nortistas, pelo ângulo geográfico. A sua televisão cria e impõe uma determinada noção de identidade nacional, enquanto impede o livre acesso à tela, para a afirmação de outras identidades, contrastantes, divergentes (Priolli, 2000: 14).

E um outro problema, para nós camponeses/as, é que a televisão e o próprio cinema são feitos pela e para a população urbana.

Outros dados importantes, que estão disponíveis na página da senadora Ideli Salvati, dizem respeito aos filmes veiculados em nosso país:

Hoje, no Brasil, 80% do que são veiculados nas salas de cinema são filmes produzidos nos Estados Unidos; na tevê, esse índice chega a 90%. Portanto, exatamente o veículo que poderia fazer com que o povo brasileiro acessasse a produção brasileira restringe ainda mais do que as próprias salas de cinema. Existe aqui apenas uma sala de cinema para cada 110 mil brasileiros. Essas salas de cinema estão concentradas em apenas 7% dos municípios e o filme brasileiro é veiculado no máximo em 1% de nossas cidades. O mercado brasileiro de vídeo e DVD, significativo para o cinema americano, é quase inexistente para as produções nacionais. O filme brasileiro, infelizmente, fica praticamente inédito. Bom frisar: a tevê atinge 41,5 milhões de domicílios no Brasil e 90% dos filmes veiculados são produções dos Estados Unidos (Salvati, s/f).

Se a indústria cinematográfica esta nas mãos da elite, e isso gera a dificuldade de acesso às produções cinematográficas, em consequência temos dificuldades também para produzir cinema, embora nos últimos anos, surgiram muitas produções alternativas, se popularizou vários equipamentos, como por exemplo as câmeras VHS e mais recentemente as câmeras digitais, que podem ser encontradas em festas de aniversários e passeios turísticos, estas passaram a ser um objeto de lazer. Porém para nós do MST continuam sendo um objeto de documentação

histórica, os poucos equipamentos que temos, servem para registrar nossas lutas, nossas conquistas.

Desde 2000, a partir da oficina de linguagem audiovisual, realizada em parceria com o Festival Internacional de Teatro de Londrina (FILO), coordenada pela cineasta Berenice Mendes, desenvolvemos várias experiências na área do audiovisual, em parceria com as cineastas Maísa Mendonça e Aline Sassahara, com o Cinema BR em Movimento, UBV (Suécia) e Witness (EUA), mais ainda temos muitas deficiências a serem superadas, por outro lado, temos muita vontade de aprender, de produzir nossos próprios materiais, de criar condições para que os/as camponeses/as tenham acesso ao cinema, temos muita vontade de romper mais uma cerca.

E para avançarmos na produção e utilização do audiovisual é importante conhecermos a história do cinema, e assim tentarmos evitar de simplesmente reproduzirmos um processo de dominação cultural e ideológico burguês e criar um processo de conscientização e elevação do nível cultural de nossa base.

ROMPENDO AS CERCAS

E é na perspectiva de romper as barreiras impostas por esta lógica burguesa que temos que pensar como desenvolver nossas próprias produções audiovisuais, sem ter uma receita pronta de como fazer, mas buscando referências no cinema soviético, cubano e em outras experiências alternativas desenvolvidas ao longo da história cinematográfica.

Sem esquecer que nossas produções devem estar vinculadas aos princípios e objetivos de nossa organização, portanto nossas produções devem contribuir com a luta pela terra e pela reforma agrária, para a construção de uma sociedade justa e igualitária, difundindo os valores humanistas e combatendo todas as formas de discriminação social e buscar a participação igualitária da mulher. Também devemos nos lembrar de algumas reflexões que já foram feitas sobre a utilização do audiovisual, que pode ser utilizado como:

Registro Histórico: para nós é fundamental fazermos o registro de nossas lutas, conquistas, enfim dos momentos históricos, temos o *Jornal Sem Terra* que cumpre este papel de registro escrito, mas o registro de imagens também é importante. Por exemplo, o filme da Berenice Mendes *A Classe Roceira* é o registro do surgimento do MST no Paraná, é importante que as pessoas que não vivenciaram aquele momento tenham presente como foi o início da nossa luta, assim como o *Terra para Rose* da cineasta Tetê de Moraes, e tantos outros filmes. Também é importante o registro de fatos, momentos que marcam nossa história, como a Marcha à Brasília, de 1997, nosso IV Congresso que aconteceu em 2000, e tantos outros momentos, fatos que acontecem no dia-a-dia de nossa luta.

Formação: o audiovisual é um importante instrumento de formação, através dele podemos trabalhar a história do MST, a história da luta pela terra (como Canudos, Contestado) a história dos trabalhadores no Brasil, na América Latina e no mundo, também há os vídeos temáticos sobre educação, meio ambiente, saúde, gênero, entre outros. O vídeo é muito utilizado em nossas atividades, encontros, nos assentamentos e acampamentos, em nossas escolas, centros de formação, pois é um instrumento de comunicação, educação, lazer e cultura.

Relação com a sociedade: divulga nossa luta, nossa organização (O futuro da Terra, Uma luta de todos, entre outros), também é um espaço para denunciarmos a violência, a repressão que sofremos, como mostra o *Arquiteto da violência*, que foi legendado para o inglês, espanhol e francês; outras duas produções também foram legendadas por nós, *Terra é mais que Terra* (inglês) e *Raiz Forte* (inglês, espanhol e italiano – chegou a ser vendido em bancas na Itália). Também é uma ferramenta de divulgação de atividades, de eventos que motivam outras organizações a se mobilizarem, de articulação e organização de atividades com outras organizações, como por exemplo, o Plebiscito da ALCA, possibilitando não só a organização de atividades, mas contribuindo para o desenvolvimento de um processo de mudança social, pois o audiovisual também é formador de consciência e de opinião.

Proteção: uma câmara de vídeo também pode nos proteger, já houve momentos em que poderiam ocorrer violação de Direitos Humanos, e o fato de ter uma pessoa filmando impediu que isso ocorresse, ou possibilitou o registro de momentos de violação de Direitos Humanos, tornando as imagens uma importante prova judicial.

Temos um compromisso, não só na produção audiovisual, bem como na projeção de produções cinematográficas, que estes sejam processos de conscientização e não de alienação, pois o segundo a burguesia já faz muito bem.

Gutiérrez Alea enfatiza que não podemos simplesmente pegar uma câmera, captar fragmentos da realidade, isso até pode ser uma maneira legítima de fazer cinema, “mas só a condição de que o cineasta saiba escolher aqueles aspectos que em íntima relação uns com os outros, ofereçam uma imagem significativa da realidade que lhes serve de ponto de partida e de chegada. O cineasta, imerso numa realidade complexa cujo profundo significado não é evidente, se quiser expressá-la coerentemente e ao mesmo tempo responder às exigências que a própria realidade cria, deve ir armado não somente de câmera e sensibilidade, mas também de sólidos conhecimentos no plano teórico para poder interpretá-la e transmitir a sua imagem com riqueza e autenticidade” (Gutiérrez Alea, 1984: 21) e continua: “ou seja, o cineasta [...] ver-se-á na necessidade inevitável de impulsionar o desenvolvimento teórico de sua prática artística” (Alea, 1984: 22).

Portanto, para nós, não basta apenas ter uma *boa idéia* na cabeça é uma câmera no ombro, se queremos que nossas produções audiovisuais atenda as nossas necessidades, e acrescentando, se queremos ter um sistema de comunicação eficiente, se queremos resgatar e valorizar a cultura camponesa, os/as companheiros/as que atuam no setor de comunicação e no coletivo de cultura, além de estudarem temas específicos, relacionados a comunicação e cultura, devem apropriarem-se de conteúdos de filosofia, sociologia, psicologia, economia e outros temas que nos ajudem a compreender a realidade em que estamos inseridos.

Ainda, segundo Gutiérrez Alea, a função social do cinema em Cuba é “contribuir da maneira mais eficaz para elevar o nível de consciência revolucionária do expectador, armá-la para a luta ideológica que estamos obrigados a sustentar contra as tendências reacionárias de todo tipo, contribuir para que se desfrute melhor a vida” (Gutiérrez Alea, 1984: 22). Eis nosso desafio, transformar o cinema em uma efetiva ferramenta de luta.

BIBLIOGRAFIA

- Bernardet, Jean-Claude 1980 *O que é cinema* (São Paulo: Brasiliense).
- Fischer, Ernest 1971 *A necessidade da arte* (Rio de Janeiro: Jorge Zahar).
- Gutiérrez Alea, Tomás 1984 *Dialética do espectador: seis ensaios do mais laureado cineasta cubano* (São Paulo: Summus).
- Priolli, Gabriel 2000 “Antenas da brasilidade” em Hamburger, Esther e Bucci, Eugênio (orgs.) *A TV aos 50: criticando a televisão brasileira no seu cinquentenário* (São Paulo: Fundação Perseu Abramo).
- Salvati, Ideli s/f “A Tela é nossa” em <www.ideli.com.br/artigosver.php?id=56>, consultado 17 de abril de 2005.
- Xavier, Ismail 1984 *O discurso cinematográfico: a opacidade e a transparência* (Rio de Janeiro: Paz e Terra).

Mariano Mestman*

LA EXHIBICIÓN DEL CINE MILITANTE

TEORÍA Y PRÁCTICA EN EL GRUPO CINE LIBERACIÓN**

DESDE LA PRIMERA DECLARACIÓN pública de Cine Liberación (CL) que en mayo de 1968 acompañó la aparición de *La hora de los hornos*, el grupo expresaba el objetivo de utilización del cine como arma político-cultural: “*La hora de los hornos*, antes que un film, es un acto. Un acto para la liberación. Una obra inconclusa, abierta para incorporar el diálogo y para el encuentro de voluntades revolucionarias”.

En el marco del régimen militar conocido como “Revolución Argentina”, inaugurado en 1966 con el golpe encabezado por el general Juan Carlos Onganía, la distribución clandestina o semiclandestina de este y otros films ocupó un lugar destacado en la historia del grupo. La experiencia práctica de exhibición en esos años constituyó una de las fuentes básicas de las que se nutrieron las reflexiones de CL; al mismo tiempo, algunos aspectos significativos de las proyecciones trascienden lo que quedó registrado en los escritos más conocidos del grupo.

En diversos artículos y documentos, CL fue analizando la situación cinematográfica nacional e internacional, definiendo su propia

* Investigador del CONICET, Instituto de Investigaciones Gino Germani, Facultad de Ciencias Sociales, UBA.

** Este artículo es una reescritura de la ponencia presentada en el VIII Congreso Internacional de la Asociación Española de Historiadores del Cine (AEHC), Orense, 1999.

experiencia y construyendo su propuesta. Si consideramos el conjunto de escritos elaborados entre 1968 y 1973 por Fernando Solanas y Octavio Getino, podemos establecer que es hacia 1971 cuando alcanza una cierta sistematización su concepción del cine militante, a partir de las siguientes “hipótesis”.

Cine militante es aquel cine que se asume integralmente como instrumento, complemento o apoyatura de una determinada política y de las organizaciones que la lleven a cabo, al margen de la diversidad de objetivos que procure: contrainformar, desarrollar niveles de conciencia, agitar, formar cuadros, etcétera [...]

Lo que define a un filme como militante y revolucionario son no solamente la ideología ni los propósitos de su productor o su realizador, ni aun siquiera la correspondencia existente entre las ideas que se expresan en el filme y una teoría revolucionaria válida en determinados contextos, sino la propia práctica del filme con su destinatario concreto: aquello que el filme desencadena como cosa recuperable en determinado ámbito histórico para el proceso de liberación” (ver “Cine militante: una categoría interna del Tercer Cine, texto de marzo de 1971 incluido en Solanas y Getino, 1973).

En este mismo documento se incluía al Cine Militante como una categoría interna, “la más avanzada”, del Tercer Cine, concebido este último como un cine de “liberación”, de “descolonización cultural”, que podía expresarse a través de diversas concepciones estéticas o narrativas, con cierta distancia de la idea de instrumento de intervención inmediata asociada al cine militante. Como su propio nombre lo sugiere, en el plano político, la propuesta del Tercer Cine se vincula al ambiente conmocionado por la eclosión del tercermundismo durante la década del sesenta¹, y en particular se refiere a las búsquedas de un cine de descolonización cultural para el Tercer Mundo, que se define por oposición al cine de Hollywood (Primer Cine) y que intenta superar las limitaciones atribuidas al denominado “cine de autor” (Segundo Cine).

Si (tendencialmente) la búsqueda de un Tercer Cine remite al problema de la creación de un nuevo lenguaje, el cine militante involucra en un lugar central la discusión sobre el desarrollo de un circuito popular de exhibición.

Hacia 1979, desde el exilio, Octavio Getino reflexionaba sobre el tratamiento de la noción de Tercer Cine en los escritos previos del grupo e

¹ A la participación del cine político argentino en la “construcción” de ese tercermundismo cinematográfico nos referimos en Mestman (2002: 40-53).

identificaba tres materiales teóricos principales “referidos a fijar nuestra visión del concepto del Tercer Cine” (Getino: 1981)²: un reportaje publicado en la revista *Cine Cubano* (Grupo Cine Liberación, 1969); el artículo “Hacia un Tercer Cine”, publicado en octubre del mismo año (Solanas y Getino, 1969); y el citado “Cine militante: una categoría interna del Tercer Cine”, de 1971. Getino afirmaba que este último intentaba producir alguna aclaración sobre “ciertas generalidades e imprecisiones” que ellos mismos observaban en “Hacia un Tercer Cine”, como la distinción entre Tercer Cine y cine militante, nociones que podían confundirse al remitir “a veces [a] las mismas cosas”; y recuperaba el escrito de 1971 como aquel en que se intentó avanzar en la precisión de los términos a partir de las hipótesis citadas más arriba, así como de otras observaciones que veremos más adelante (Getino, 1981).

Desde nuestro punto de vista, en esta etapa de desarrollo del cine militante de oposición al régimen militar (1968-1972), la distancia observable en la elaboración de nociones y conceptos de CL entre sus primeros escritos y declaraciones (años 1968-1970) –que no son pocos– y los posteriores (años 1971-1972) reside fundamentalmente en la riqueza de la práctica de exhibición clandestina. Es decir, la experiencia de funcionamiento político de sus primeros films –nutrida a su vez de las primeras elaboraciones teóricas– es la que enriquece la reflexión de este segundo momento. Esta idea, sostenida en años posteriores por el propio grupo³, se explora en las páginas siguientes.

I

Cine Liberación irrumpe en la escena político-cinematográfica dando origen al cine militante argentino con la presentación pública de *La hora de los hornos*, en la IV Muestra Internacional del Nuevo Cine de Pesaro (Italia), en junio de 1968. Si en el plano internacional el film se inserta tanto en el circuito de festivales y encuentros como en ámbitos alternativos del ambiente creados post-Mayo del 68 –en el proceso de consolidación de un Movimiento del Nuevo Cine Latinoamericano o incluso, luego, en ciertos espacios en los sistemas de televisión pública europea o universidades norteamericanas–, en la Argentina el grupo se constituye en el proceso de exhibición de la película, en el que a los fundadores (Fernando Solanas, Octavio Getino y Gerardo Vallejo) se van incorporando una serie de tra-

2 Este mismo trabajo, con algunas modificaciones y bajo el título “Algunas observaciones sobre el concepto del ‘Tercer Cine’”, fue publicado en la revista *Comunicación y Cultura* (Getino, 1982). Asimismo, fue reproducido en *Notas sobre cine argentino y latinoamericano* (Getino, 1984).

3 En “A diez años...”, Getino (1981) la formula en términos generales en un breve apartado con el subtítulo “La práctica como generadora de teoría”. Cuando se publica este texto con el título “Algunas observaciones...” (Getino, 1982), se introduce otro apartado breve con el título “La teoría como nutriente y orientadora de la práctica”.

bajadores del cine o militantes culturales y políticos. Ya en los años de realización del film (fines de 1965-mediados de 1968) los cineastas habían afianzado su relación con ciertos sectores del sindicalismo peronista, así como con algunos pensadores de la denominada “izquierda nacional”. Así fue madurando la opción de CL por el Movimiento Peronista, que pasó a considerarse como la herramienta de transformación revolucionaria en la Argentina. Esa adhesión al peronismo (en un principio a sus sectores juveniles y sindicales duros o combativos, aunque no exclusivamente), la propuesta revolucionaria del film y la voluntad explícita de inscribirlo en las estrategias de lucha por el poder condujeron a la utilización de un circuito de exhibición vinculado a organismos políticos, sindicales, estudiantiles y culturales para su difusión clandestina en la Argentina. La articulación entre los grupos que llevaron a cabo dicha tarea se intentó materializar a través de personas encargadas o de reuniones nacionales (más o menos formales, según los casos), y fue sostenida por documentos internos como las “Notas de Cine Liberación”. De esta manera, mientras se realizaban otros films, en estos años se fueron constituyendo las *unidades móviles* de CL, que tuvieron a su cargo la exhibición de *La hora de los hornos*. Si bien es difícil establecer con precisión la cantidad de grupos a lo largo de la Argentina, entre 1969 y 1973 el propio núcleo fundador identificaba la existencia de unidades móviles en importantes ciudades como La Plata, Rosario, Santa Fe, Córdoba, Tucumán, más de una en Buenos Aires, y tal vez en algunas otras.

En cuanto a la reflexión de CL sobre esta experiencia, ya señalamos que en los primeros documentos la distinción entre cine militante y Tercer Cine no había sido establecida con precisión. Como observó Getino tiempo después (1981), dos de las principales líneas de reflexión de los primeros escritos⁴ remiten a la “neocolonización cultural” y a la dependencia de la cinematografía nacional, dos ejes importantes en la constitución de la identidad del grupo. Pero en aquellos textos, el concepto de cine militante había quedado desdibujado entre otros: en particular, el de *cine guerrilla*. Esto se observa en el principal escrito de ese primer momento, “Hacia un Tercer Cine” (1969), a partir del cual incluso podía confundirse el alcance de algunas nociones, como Tercer Cine, cine guerrilla, cine revolucionario, cine militante, etcétera.

4 Nos referimos a: “Primera Declaración del grupo Cine Liberación”, mayo de 1968; “La situación del cine en Argentina”, cuestionario contestado por Solanas en junio de 1968, en el Festival de Pesaro; “Por un cine que enfrente a la censura” (o “La hora de la censura”), del 20 de febrero de 1969; “La cultura nacional, el cine y *La hora de los hornos*”, publicado en *Cine Cubano*, en marzo de 1969; “Hacia un Tercer Cine”, de octubre de 1969; “Significado de la aparición de los grandes temas nacionales en el cine llamado argentino”, aparecido en *Cine del Tercer Mundo* (Montevideo) N° 1, en octubre de 1969; “Apuntes para un juicio crítico descolonizado”, en *Cine del Tercer Mundo* (Montevideo) N° 2, noviembre de 1970 (todos en Solanas y Getino, 1973).

Cuando el documento de marzo 1971 avanza en la distinción entre Tercer Cine y cine militante, se aclara que las definiciones sobre este último son sólo “hipótesis”, ya que se refieren a un proceso abierto, no concluido. Aun así, resulta evidente que estas hipótesis de 1971 se asocian a una experiencia en pleno desarrollo en la Argentina. Téngase en cuenta que en diversos escritos, aunque se reconocen las dificultades para constituir un circuito alternativo de exhibición durante el primer año posterior a la aparición del film (1969), el año 1970 se destaca como el primero en el que las experiencias de exhibición en diversas ciudades alcanzan cierta significación e importancia⁵.

Ahora bien, las citadas hipótesis clasificatorias del cine militante remiten a dos aspectos principales: por un lado, la vinculación u organización a grupos o fuerzas políticas que apuestan por la transformación social; por otro, el proceso de instrumentalización en sí mismo.

El primer aspecto alcanza una primera –aunque breve– cristalización más precisa entre fines de 1968 y comienzos de 1969, con el intento de establecer un informativo cinematográfico sindical en la central obrera de oposición a la dictadura, los *Cineinformes de la CGT de los Argentinos*. En torno a los gremios e intelectuales vinculados a esta central político-sindical, así como a diversos sectores de la juventud peronista, se realizan los primeros contactos para la constitución del circuito de exhibición de *La hora de los hornos*; y desde 1969-1970, se van constituyendo las unidades móviles de CL, que proyectan el film articuladas, en general, a organizaciones vinculadas al peronismo revolucionario (y en menor medida algún sector de la nueva izquierda). En 1971, Gerardo Vallejo finaliza en la ciudad de Tucumán el rodaje de su primer largometraje, *El camino hacia la muerte del viejo Reales*, y son varias las organizaciones –en particular las sindicales de la CGT local, la FOTIA (trabajadores del azúcar) y la Juventud Peronista– que reclaman ante las autoridades locales por su proyección pública o colaboran en su exhibición por otros circuitos. Esta vinculación con la FOTIA, que se profundizaría en años posteriores e incluyó la difusión de *La hora...*, da cuenta también del sentido de esta hipótesis sobre el cine militante.

Pero es en la segunda mitad de 1971 cuando la referida organicidad alcanza su mayor expresión. Entre junio y octubre, los principales referentes de CL (Solanas, Getino y Vallejo) concretan en Madrid el registro de una serie de entrevistas con Perón que –junto a material de archivo– se convertirían en los largometrajes documentales *Actualización política y doctrinaria para la toma del poder* y *Perón, la revolución*

⁵ Ver, entre otros, “Cine militante: una categoría interna del Tercer Cine” (marzo de 1971) y “Apuntes sobre la experiencia realizada” (de mediados de 1972) en Solanas y Getino (1973: 122 y 180).

justicialista. Fueron films financiados con el aporte de empresarios peronistas y del propio Movimiento Nacional Justicialista, y considerados por los realizadores como el punto más alto de su integración como cineastas revolucionarios a la experiencia histórica del pueblo⁶.

Por su parte, el trabajo político-cinematográfico de los grupos de CL se asocia a la segunda hipótesis, la referida a la instrumentalización de los materiales en la acción política. También aquí podemos pensar que las reflexiones elaboradas derivan en gran medida de los distintos tipos de films realizados desde 1968 y su utilización.

En este sentido, en un intento de clasificación de los films militantes, el documento de 1971 establecía una primera distinción entre un cine de objetivos estratégicos y otro de objetivos tácticos, y luego diferenciaba algunos “géneros”: el cine ensayo (o de reflexión), el cine información (o de denuncia) y el cine panfleto (o de agitación)⁷.

Estos conceptos pueden encontrarse en los primeros escritos, en particular en “Hacia un Tercer Cine”. Sin embargo, es recién en este segundo momento en que se ordenan y se asocian en cada caso a películas argentinas o latinoamericanas. Como ejemplo del cine ensayo estratégico en la Argentina, se remite a *La hora de los hornos*. En tanto, se considera como cine ensayo táctico a *Ya es tiempo de violencia* (Enrique Juárez, 1969) y *Argentina: Mayo de 1969. Los caminos de la liberación* (“Realizadores de Mayo”, 1969), ambos sobre el Cordobazo y las protestas populares de 1969. Uno de los ejemplos del cine panfleto es *Ollas populares*, un cortometraje sobre una olla popular en Tucumán, creada a partir del cierre de ingenios azucareros, realizado por Vallejo en 1968 (con material rodado para *La hora...* a fines de 1967).

Por su parte, el principal ejemplo del cine información estaría constituido por los *Cineinformes de la CGT de los Argentinos*. Tal como ocurre con la definición del cine ensayo respecto de *La hora...*, la del cine información remite con bastante precisión a esta breve experiencia de noticiero sindical: aunque podría discutirse que su “virtud” haya sido la “rapidez y la masividad de su difusión” y aunque sólo llegó a realizarse el *Cineinforme N° 1* (presentado en enero de 1969), este efectivamente apuntaba a lo “coyuntural” para operar sobre “circunstancias determinadas”⁸ e intentaba utilizar una “infraestructura sindical” que “se manejaba en los márgenes que daba el régimen” a la acción sindical

6 Ver al respecto Mestman (2007).

7 También se incluye como “géneros” al “cine documental” y al “cine inconcluso” (ver “Cine militante...”, citado en Solanas y Getino, 1973: 158-164).

8 Constaba de tres partes, que incluían el desarrollo de la huelga petrolera de septiembrenoviembre de 1968, la situación de la provincia de Tucumán tras el cierre de los ingenios azucareros y la evocación del 17 de octubre de 1945.

de oposición⁹. El problema de la lucha contra la desinformación en los países “neocolonizados” formó parte de la agenda de CL desde su “Primera Declaración” (mayo de 1968), pasando por “Hacia un Tercer Cine”, hasta los “Apuntes sobre la experiencia realizada” de 1972. En todos sus escritos y entrevistas pueden encontrarse referencias a esta temática. En este sentido, la idea de “denuncia y contrainformación” de la definición de 1971 sin duda se asocia a ese recorrido, y en particular es solidaria con las prácticas político-culturales de periodistas, artistas e intelectuales en torno a la CGT de los Argentinos entre 1968 y 1970.

II

En la perspectiva de CL, los films militantes podían incorporar tras su exhibición una discusión centrada en su temática o en cualquier cuestión propuesta por los participantes. Por ello, se consideraba que el carácter militante de este cine derivaba más de la experiencia que desencadenaba, de la generación de un acto político durante o tras la proyección, que del propio contenido de los films.

En este sentido, *La hora...* y *Actualización...* contemplaban en su propia estructura formal la convocatoria al debate y la acción política. Aunque en general no fueron trabajados por los mismos grupos de exhibición y la intervención política con cada uno de ellos remite a coyunturas distintas, tanto en la Parte II del primero (que incluye las secciones “Crónica del peronismo” y “Crónica de la resistencia”) como en diversos momentos del segundo se convocaba desde la pantalla a la intervención del público. De ahí el nombre de “Acto para la liberación” de esa Parte II; de ahí también la utilización de la frase de Frantz Fanon, “todo espectador es un cobarde o un traidor”.

Hacia la mitad de esa segunda parte de *La hora...*, al finalizar la “Crónica del peronismo” (1946-1955), un cartel anunciaba: “Espacio abierto al diálogo”. Se trata del momento en que el relator o animador (el grupo político convocante a la proyección) debía coordinar el acto, en tanto instancia de comunicación “excepcional” entre los asistentes; una herramienta para convertir al espectador (en el sentido cinematográfico tradicional) en protagonista de la exhibición y “actor” (militante) en el proceso político. Inmediatamente antes, la voz de los realizadores interpellaba a los “compañeros” (un tipo de espectador privilegiado), esos “protagonistas del proceso que el film intenta de algún modo testimoniar y profundizar”, reafirmando el sentido de apertura (e incluso autoría colectiva) contenido en la idea del film-acto:

⁹ Las frases entre comillas remiten a la definición de “cine información” propuesta por el grupo. Ver “Cine militante, una categoría...” incluido en Solanas y Getino (1973).

El film es el pretexto para el diálogo, para la búsqueda y el encuentro de voluntades. Es un informe que ponemos a consideración de ustedes para debatirlo tras la proyección. Importan las conclusiones que ustedes puedan extraer como autores reales y protagonistas de esta historia [...] Importa sobre todo la acción que pueda nacer de estas conclusiones [...] Por eso el film aquí se detiene, se abre hacia ustedes para que ustedes lo continúen.

Este carácter abierto se reitera desde el inicio de “Crónica de la resistencia” (1955-...), insistiendo en esta línea cercana al documental reflexivo, ahora recurriendo también a la puesta en escena de los mecanismos de construcción de la película, mostrando el proceso de realización de los reportajes y reflexionando sobre el mismo¹⁰.

El origen de la noción de film-acto en CL se asocia a tendencias presentes en la producción cultural experimental de esos años que problematizan la participación del espectador, y en particular a las rupturas con la “institución arte” (en el sentido de Peter Burger para las vanguardias históricas) postulada en esa misma coyuntura de 1968 en la Argentina. Pero también se vincula con la experiencia previa del propio grupo en la proyección de otros films sociales y políticos. En un libro autobiográfico, Gerardo Vallejo (1985: 139) recuerda que cuando Solanas y Getino viajaron a Tucumán en 1967 con el objetivo de incorporarlo al proyecto de *La hora...*, le entregaron una serie de encuestas que incluían opiniones sobre su cortometraje *Las cosas ciertas* (1964) realizadas a espectadores de sesiones organizadas por ellos en Buenos Aires a través de una distribuidora de films, en particular de cortometrajes. Esta referencia da cuenta de la búsqueda de cierta organización de un circuito de proyección (y distribución) en los orígenes del proyecto de CL. Solanas sostiene que la idea del film-acto en gran medida surgió a partir de los debates registrados en esas proyecciones, donde ya se percibían las posibilidades de conversión de las mismas en acciones políticas (Entrevista 30 de enero de 1996)¹¹.

10 En el caso de *Actualización...*, cada parte finalizaba con un cartel en la pantalla, reproducido por una *voice-over*, que decía: “Todos los compañeros tienen el deber de desarrollar los temas expuestos y relacionarlos con las circunstancias actuales. Debemos persuadirnos de que la Actualización Política y Doctrinaria es una tarea colectiva, asumida y realizada por todos, desde la base a la conducción”. Asimismo, al final del breve “Prólogo” que introduce el testimonio de Perón, a cargo de los propios realizadores, Solanas explicita que “cada proyección no es otra cosa que parte de una sesión de estudio, de discusión y de trabajo” y que “para facilitar la total comprensión de los temas expuestos, la proyección puede interrumpirse, volverse atrás o repetirse, cuando los compañeros lo estimen necesario”, porque “importa sobre todo relacionar los temas con las circunstancias presentes, y estimular la participación de todos los compañeros”.

11 En “Hacia un Tercer Cine” (Solanas y Getino, 1969), en el punto dedicado al cine-acto, hay una extensa referencia a dicha actividad. En este texto se construye la idea de cierta naturalidad por la cual cada proyección de esos materiales previos se transformaba, “sin que

Junto a estos antecedentes, desde los primeros documentos encontramos una reflexión sobre esta propuesta. En “Hacia un Tercer Cine”, por ejemplo, sendas secciones nos introducen en los problemas de distribución del Tercer Cine y en el cine-acto. Allí ya se remite a experiencias de difusión del cine político en América Latina y Europa, se avanza en la discusión del problema de constitución de un circuito integral para este cine, y hay algunas referencias a la hasta ese momento escasa experiencia argentina con *La hora...*: a los diversos tipos de exhibición, los allanamientos policiales, los problemas de seguridad, etc. Asimismo, se explicita como alternativa para el cine revolucionario regional la “afirmación de infraestructuras rigurosamente clandestinas” (Solanas y Getino, 1969), y se definen algunos elementos del cine-acto que funcionarán durante todo el período.

Pero es en documentos públicos posteriores en los que se enriquecerá la reflexión sobre la exhibición-acto. En “Cine militante...” (1971, en Solanas y Getino, 1973), por ejemplo, se analiza la práctica de “difusión-instrumentalización” en sus diversas dimensiones. Aunque por el carácter de este documento se intenta una reflexión más general, una cierta sistematización, encontramos también referencias específicas a la experiencia argentina que se amplían en escritos posteriores¹².

III

Ahora bien, entre los primeros comentarios sobre el film-acto (1968-1969) y estos últimos (1971-1972) encontramos, por un lado, algunos documentos internos que se encargan con cierto detalle de las proyecciones, incluso de sus aspectos técnicos (algunas “Notas de Cine Liberación”, como ya dijimos, documentos internos del grupo) y, por otro, la experiencia práctica de exhibición. Si bien es de esta experiencia que se nutren, como vimos, la reflexión y la elaboración teórica del grupo, al mismo tiempo es interesante observar que algunos aspectos no han quedado registrados en esos escritos o declaraciones públicas. Es decir, aunque el texto más divulgado y reproducido hasta hoy (“Hacia un Tercer Cine”) constituye un documento fundamental en la historia del grupo, su carácter temprano

nosotros nos lo hubiésemos propuesto *a priori* –afirman– en una especie de reunión de célula ampliada de la cual los filmes formaban parte pero no eran el factor más importante”. De este modo, continúan, se iba descubriendo una dimensión diferente del cine y las posibilidades de un espectador activo, de un potencial militante. De ahí la conformación de la propuesta del film-acto: “A medida que las experiencias se sucedieron, incorporamos a las proyecciones distintos elementos (una puesta en escena) que reforzaban los temas de los filmes, el clima del acto, la desinhibición de los participantes, el diálogo [...] Así fue naciendo la idea de estructurar lo que dimos en llamar cine-acto, cine-acción, una de las formas que a nuestro criterio asume mucha importancia para la línea del Tercer Cine” (Solanas y Getino, 1969).

12 En particular, en una entrevista realizada por Carlos Mazar a Solanas y Getino a mediados de 1972 (“Apuntes sobre la experiencia realizada”, en Solanas y Getino, 1973) y en el artículo “La exhibición-acto de cine militante”, publicado en la revista *Cine y Liberación* (1972).

no (octubre de 1969) hace de él un escrito limitado para dar cuenta del funcionamiento efectivo de los circuitos alternativos de distribución que recién comenzaban a desarrollarse. Y aunque documentos posteriores se detienen en diversos aspectos de la instrumentalización y el film-acto, no siempre alcanzan a abarcar cuestiones importantes. Una de las más significativas fue la tendencia en varios grupos a la utilización de distintas partes de *La hora...* según el tipo de público al que iba dirigida o la coyuntura por la que atravesaba el ámbito en que se proyectaba.

Esto último lo encontramos en entrevistas que realizamos con integrantes de grupos de CL, en particular en la experiencia de la Unidad Móvil Rosario, que desarrolló su tarea de difusión del cine militante como parte de las actividades del Grupo Pueblo entre la segunda mitad de 1969 y 1972. Este grupo de CL jerarquizó como destinatarios de su actividad al movimiento obrero y al movimiento estudiantil, proyectando las partes I y II de *La hora...* y un temprano reportaje a Perón (de sólo cuatro minutos), realizado por Carlos Mazar en diciembre de 1968 en Madrid¹³.

En diciembre de 1970, a propósito del II Plenario de Grupos de Cine Liberación (GCL), la Unidad Móvil Rosario presentó un balance de la actividad que había desarrollado durante ese año¹⁴. Si bien para algunos miembros de los grupos de exhibición del país las reuniones nacionales o regionales podían constituir instancias menos orgánicas de intercambio y discusión –y de hecho algunas de ellas lo eran–, la propia existencia de este informe rosarino y el detalle con que este grupo aborda y piensa su actividad da cuenta de cómo percibía esas instancias y su propia práctica.

Un primer dato relevante es que la presentación del Balance (“para su mejor organización”) se estructura por “sectores”, “grupos” o “niveles” en los cuales se trabajó políticamente con el material fílmico. Textualmente: “Grupos intelectuales (artistas y profesionales)”; “Grupos estudiantiles (universitarios y secundarios)”; “Grupos trabajadores (zonas barriales y villas: trabajadores y juventud). Grupos sindicales”.

Aun cuando en varias proyecciones podía confluír un público más o menos heterogéneo, la distinción de ámbitos o sectores en los que se proyectaba aparece también en testimonios de integrantes de otros grupos de exhibición. En general, se divide entre sectores obreros, por un lado, y sectores medios, por otro. Sin embargo, al hablar de los ámbitos de proyección sí aparecen referencias que podríamos agrupar en relación con los

13 Se trata de una de las experiencias de exhibición más interesantes que registramos en nuestra investigación. Jorge Jäger ha conservado materiales fílmicos y documentos internos que nos ha facilitado, que dan cuenta de una actividad sistemática y aportan una información esencial. Agradecemos a él, a Humberto Barroso y a Carlos Schork sus testimonios sobre la historia del grupo.

14 El documento (inédito) lleva por título “Balance político de la actividad desarrollada por la Unidad Móvil Rosario durante 1970. Sus planes para 1971” (Unidad Móvil Rosario, 1970).

tres sectores mencionados en el informe de la Unidad Móvil Rosario: casas de familia de clase media profesional o media acomodada (nombrados como “intelectuales”, “profesionales”, “artistas”, “psicoanalistas”, etc.); facultades o colegios (colegios religiosos, universidades, casas de militantes estudiantiles); ambientes obreros-populares (sindicatos en algunas etapas, casas en barrios populares en general, a veces en las calles, etcétera).

Al comparar las exhibiciones realizadas en cada sector, puede observarse una tendencia a la utilización de la Parte I del film para el trabajo con los denominados sectores intelectuales y de la Parte II para el trabajo con sectores obreros y populares. Esto, que aparece en más de un testimonio, lo encontramos más o menos explicitado en el documento rosarino, en el que se afirma que entre los intelectuales “sólo” se trabajaba la primera parte. Entre los sectores estudiantiles, diversos elementos señalados al pasar dan cuenta de la proyección de ambas. En los sectores trabajadores, se dice que en general se proyectó la segunda parte completa y el citado reportaje a Perón.

Estos datos son significativos porque las únicas referencias en documentos públicos de esos años a la utilización de diversas partes de un film tienen que ver con la película colectiva (importante, pero bastante menos exhibida) *Argentina, Mayo de 1969. Los caminos de la liberación*; como dijimos, un film integrado por varios cortometrajes en los que se abordaban diversas cuestiones en torno a los levantamientos populares de 1969 y otros aspectos de la coyuntura política. En este caso, el film mismo facilitaba el armado de “diversas películas”, es decir, la proyección de los cortos por separado o la selección de algunos y la exclusión de otros. Y esto había sido explicitado por el propio grupo “Realizadores de Mayo” en un documento de 1969¹⁵. En cambio, no conocemos referencias en escritos públicos de CL de esos años a la citada utilización de *La hora...*¹⁶.

15 Allí se decía: “Los capítulos han sido concebidos también como unidades modulares que pueden proyectarse en conjunto o por separado y aun alterando su orden, si ello resultase necesario a algún tipo de proyección en particular” (Documento aparecido en *Cine del Tercer Mundo*, 1969). Seis de los doce cortos que integraban el film pertenecían a cineastas vinculados a CL. En una carta del 15 de noviembre de 1970, el grupo CL se distanciaba de los otros “Realizadores de Mayo”, retirando sus materiales, manteniendo una relación de solidaridad, pero tomando distancia por cuestiones asociadas a las concepciones sobre el cine militante y las pertenencias políticas. Recientemente publicamos esta carta y el documento rosarino que venimos citando como anexos a Mestman (2008).

16 En “Cine militante...” (1971), con el subtítulo “¿A quién nos dirigimos en cada filme en particular?”, se afirma: “si algo caracteriza a un filme político-militante [...] es su función de lograr determinados objetivos políticos en un público concreto”. Y como ejemplo se señala que la Parte II de *La hora...* había estado concebida “en función de un destinatario concreto: el proletariado urbano argentino”, aunque se observa que al mismo tiempo había servido para trabajar sobre “ciertos sectores como capas estudiantiles o intelectuales en proceso de radicalización” (en Solanas y Getino, 1973). Pero, más allá de esta apreciación, no encontramos referencias explícitas en esos años a un uso diverso de cada parte como el que parece haber existido en la práctica de exhibición (aun cuando insistamos en su carácter tendencial). Más tarde, Getino

Ahora bien, este tipo de instrumentalización por “sectores” da cuenta de estrategias y objetivos diversos en el trabajo político con cada uno de ellos. El informe de la Unidad Móvil Rosario, por ejemplo, se detiene y analiza diversos aspectos de la difusión en cada sector: el público, el local de proyección, los marcos de seguridad, la forma de encarar la proyección, la recaudación¹⁷, los resultados obtenidos y las denominadas situaciones especiales.

Un aspecto fundamental fue la forma de organizar los debates. Cuando estos ocurrían, difícilmente se referían a los aspectos formales de la película, a pesar de que sobre todo la primera parte permitía una discusión al respecto, y en ámbitos como cineclubs o casas particulares, esta por supuesto se dio. Pero los debates fueron fundamentalmente políticos. Su realización práctica no siempre tuvo lugar bajo las formas imaginadas y en general no se producía ante cada convocatoria desde la pantalla, sino al final de la proyección; o muchas veces no se hacía. Piénsese que la situación de clandestinidad o semiclandestinidad dificultaba este objetivo. Las “caídas” de materiales o incluso las detenciones, aunque no eran lo más frecuente, ocurrían y constituían una amenaza permanente en ciertas zonas o períodos. Por eso, muchas veces el trabajo político con los asistentes, sobre todo en las proyecciones más numerosas o en ámbitos “semiabiertos”, quedaba desplazado a momentos anteriores o posteriores, ya que la propia decisión de participar del evento –en algunas etapas, bajo mayores medidas de seguridad– implicaba una experiencia militante en sí misma y un primer compromiso al respecto que luego, en reuniones posteriores, los convocantes a la proyección podían “trabajar” desde el punto de vista político (influencia, incorporación, compromiso activo, etcétera).

En cualquier caso, aunque la realización práctica de los debates muchas veces no alcanzó el desarrollo buscado en un principio¹⁸, sería

(1981) hace una referencia general a “cortes, agregados, modificaciones por parte de quienes difundían el material” en relación con *La hora...* y el film de “Realizadores de Mayo”.

17 En la medida en que CL buscaba desarrollar circuitos de producción-exhibición autofinanciados, el aspecto económico no era un tema menor. De hecho, en “Hacia un Tercer Cine” había explicitado que, aunque la meta ideal fuese “producir y difundir un cine-guerrilla con fondos obtenidos mediante expropiaciones realizadas a la burguesía”, hasta que eso no fuera posible, las alternativas para el cine revolucionario para recuperar sus costos no distaban mucho de las del cine convencional: “todo participante en una exhibición debe abonar un importe”. Entre los grupos de exhibición, las necesidades financieras tienen que ver, por ejemplo, con las deudas contraídas en la compra del proyector y los films. El cobro de entradas, más frecuente en algunas exhibiciones que en otras, era la forma en que el grupo “socializaba” sus gastos, solicitando la colaboración de algunos “compañeros” para recuperar la inversión económica (en Solanas y Getino, 1973).

18 Así como CL insistiera en esos años sobre las limitaciones que todavía encontraba la práctica de la exhibición-acto –ver “Recomendaciones para la difusión de un cine militante”, de (1969)–, citado en *Cine y Liberación* (1972), y “Cine militante...”, de 1971, citado en Solanas y Getino, 1973), también a ello se refiere el informe rosarino.

apresurado considerar que los mismos, ya fueran durante o tras las proyecciones, quedaron centralizados (esto es, limitados en su potencial democratizador y participativo) por la “función mediadora” del “intelectual-cineasta”¹⁹. Por el contrario, mientras –según varios testimonios– en las exhibiciones entre sectores medios o intelectuales los integrantes de las unidades móviles podían tener un rol más protagónico como orientadores o animadores del debate, en las proyecciones entre trabajadores el informe rosarino sostiene que “el uso de la palabra quedó casi siempre en manos de los compañeros que habían convocado” (Unidad Móvil Rosario, 1970)²⁰ y que el público, al igual que en las proyecciones entre estudiantes, era invitado por las organizaciones de cada sector. Esto remite al trabajo político que la unidad móvil desarrollaba con estas últimas. Esa articulación determinaba los objetivos principales así como el material seleccionado para la proyección, e incluso podía conducir al corte de secuencias que no se consideraran pertinentes para un determinado ámbito. El informe rosarino destaca una función en el Bajo Saladillo, en la que parte del material exhibido (la primera sección de la Parte II: “Crónica del peronismo”; el episodio de “Las ocupaciones fabriles” de la segunda sección de esa Parte II: “Crónica de la resistencia”; y el corto “Reportaje a Perón”) se había decidido de acuerdo a charlas previas con el grupo político que trabajaba en el barrio y a la situación por la que atravesaban los trabajadores de la empresa Swift de la zona en que habían establecido una olla popular. Y concluía:

Como resultado político inmediato: el grupo organizador de la olla capitalizó a casi un grupo de cuarenta nuevos compañeros, a la vez que fortaleció en toda la zona, de numerosas y nutridas familias, la imagen de JP zona sur y la seriedad y positividad del trabajo que realizan (Unidad Móvil Rosario, 1970).

Tal como ocurre con otros colectivos de cine político de los años sesenta y setenta, la acción de las unidades móviles (aquí recuperada sólo parcialmente) es una de las zonas menos conocidas del grupo Cine Liberación. Aunque en algunos casos pudo tratarse de una actividad irregular o con cierta discontinuidad, vinculada a coyunturas muy precisas, en otros se desarrolló un trabajo más sistemático. La importancia de recuperar siquiera los aspectos principales de la experiencia práctica de

¹⁹ Esta parece ser la lectura de los documentos públicos de CL en Bonvecchi (1993: 167).

²⁰ Esto último aparece en varias entrevistas con quienes proyectaban el material. Por ejemplo, César D’Angiolillo (de Buenos Aires), cuando se le pregunta si era la gente del grupo la que conducía los debates, afirma: “Cuando eran en Barrio Norte, donde además se recaudaba dinero, esos sí; pero cuando eran militantes (con otros sectores) no; venía alguien de la organización” (Entrevista del autor y de Fernando M. Peña con César D’Angiolillo, el 23 de agosto de 1995).

exhibición reside en que podemos pensarla como una instancia mediadora fundamental en la constitución del sentido del film militante, y en consecuencia puede aportar a una reconstrucción más completa de la historia del cine argentino de intervención política, sus películas, sus textos y sus vivencias.

BIBLIOGRAFÍA

- Bernini, Emilio 2001 "La vía política del cine argentino. Los documentales" en *Kilómetro 111. Ensayos de cine* (Buenos Aires) N° 2.
- Bonvecchi, Alejandro 1993 "Liberación por la pantalla. Notas sobre el cine en la praxis revolucionaria" en González, Horacio y Rinesi, Eduardo (comps.) *Decorados. Apuntes para una historia social del cine argentino* (Buenos Aires: Manuel Suárez).
- Getino, Octavio 1981 (1979) *A diez años de "Hacia un Tercer Cine"* (México DF: UNAM).
- Getino, Octavio 1982 "Algunas observaciones sobre el concepto del "Tercer Cine"" en *Comunicación y Cultura* (México DF) N° 7.
- Getino, Octavio 1984 *Notas sobre cine argentino y latinoamericano* (México DF: Edimecos).
- González, Horacio y Rinesi, Eduardo (comps.) 1993 *Decorados. Apuntes para una historia social del cine argentino* (Buenos Aires: Manuel Suárez).
- Grupo Cine Liberación 1969 "La cultura nacional, el cine y *La hora de los hornos*" en *Cine Cubano*, N° 56-57, marzo.
- Mestman, Mariano 2002 "From Algiers to Buenos Aires. The Third World Cinema Committee (1973-1974)" en *New Cinemas. Journal of Contemporary Film* (Londres: Intellect) Vol. 1, N° 1.
- Mestman, Mariano 2007 "Estrategia audiovisual y trasvasamiento generacional. Cine Liberación y el Movimiento Peronista" en Sartora, Josefina y Rival, Silvina (eds.) *Imágenes de lo real. La representación de lo político en el documental argentino* (Buenos Aires: Librería).
- Mestman, Mariano 2008 "Raros e inéditos del Grupo Cine Liberación. A 40 años de *La hora de los hornos*" en *Sociedad* (Buenos Aires: Facultad de Ciencias Sociales-UBA) N° 27, primavera.
- Nichols, Bill 1997 *La representación de la realidad* (Barcelona: Paidós).

- Paranaguá, Paulo Antonio 2003 *Tradición y modernidad en el cine de América Latina* (Madrid: Fondo de Cultura Económica).
- Solanas, Fernando y Getino, Octavio 1969 "Hacia un Tercer Cine. Apuntes y experiencias para el desarrollo de un cine de liberación en el Tercer Mundo" en *Tricontinental* (La Habana) N° 13, octubre.
- Solanas, Fernando y Getino, Octavio 1973 *Cine, cultura y descolonización* (Buenos Aires: Siglo XXI).
- Tzvi, Tal 2005 *Pantallas y revolución* (Buenos Aires: Lumiere).
- Unidad Móvil Rosario 1970 "Balance político de la actividad desarrollada por la Unidad Móvil Rosario durante 1970. Sus planes para 1971", mimeo.
- Vallejo, Gerardo 1985 *Un camino hacia el cine* (Buenos Aires: El Cid Editor).

Christian Delgado Bejarano*
y Alexandra Fierro Morales**

LA PRODUCCIÓN DOCUMENTAL EN COLOMBIA ¿HAY ALTERNATIVA?

TIEMPO ATRÁS, Caracol (uno de los dos canales privados de televisión de Colombia) transmitió en horario estelar un documental llamado *La Sierra*. Este documental narra la historia de varios jóvenes pertenecientes a pandillas en la periferia de Medellín. Estas pandillas estaban “afiliadas” –casi a la manera de una franquicia– a las Autodefensas Unidas de Colombia (AUC), el principal grupo paramilitar del país, que en ese entonces se encontraba negociando con el gobierno. El documental fue realizado por un fotógrafo de guerra estadounidense y una periodista colombiana y ya había sido vendido a algunos canales en Europa y Estados Unidos. La emisión desató una fuerte polémica en el campo de los documentalistas colombianos, por la coyuntura política, la emisión en un canal hegemónico y el contenido de la historia.

El caso de *La Sierra* es diciente. Es una coproducción y trata el tema de la guerra y sus actores más directos. La aparición de los personajes a los que los realizadores tuvieron acceso y la facilidad con que fue difundido en el mercado extranjero le ha valido fuertes críticas. Este trabajo se diferencia de la mayoría de las producciones documentales porque fue emitido por uno de los canales más vistos, durante un horario estelar, y, por supues-

* Antropólogo. Maestrando en Estudios Culturales, Universidad Nacional de Colombia.

** Socióloga. Maestranda en Estudios Culturales, Universidad Nacional de Colombia.

to, se lo publicitó con gran intensidad. En realidad, la polémica creada por esta película tiene menos que ver con las circunstancias de su aparición que con una crisis en la producción del documental en Colombia.

No existe en este país una industria del documental consolidada. Hay apenas unos pocos productores que son más bien mediadores entre algunos realizadores y los grandes canales extranjeros, y un par de productoras grandes de televisión que se atreven a coproducir algunos documentales para Discovery Channel o Infinito. Los grandes canales que difunden documentales en Europa y EE.UU. se sienten muy atraídos por los dos temas por los que Colombia es reconocida: el conflicto armado y el narcotráfico. Es muy difícil que se interesen por otra cuestión.

Los recursos públicos destinados a promover la producción y difusión del documental son apenas una fracción de los ya escasos con que se distribuye la producción cinematográfica en general, que es tan sólo una pequeña parte de lo poco que se destina para la cultura. Si bien se creó recientemente una ley de cine que estimula en algún grado la producción cinematográfica, la falta de articulación entre los realizadores de documentales impidió lograr una cuota respetable para este género. A su vez, los canales privados exigen una garantía de *rating* imposible para emitir o coproducir un documental.

Por esto mismo, también resulta difícil hablar de producción alternativa de documentales en el país, cuando ni siquiera existe una producción hegemónica. En este sentido, abordaremos la producción documental en términos de las condiciones con que se articulan los pequeños sectores dedicados a esta y de los procesos comunitarios que llevan a cabo algunos grupos sociales para comunicar sus experiencias utilizando el video como instrumento.

Si pensamos en una crisis de la producción documental debemos abordar el concepto de producción de un modo más amplio que el que propone la industria mediática. Podemos definirla a partir de cuatro condiciones: la tecnología, la capacitación, la difusión y la asociación o articulación. Abordaremos estas condiciones y luego describiremos ciertas experiencias representativas que han sorteado de algún modo estas dificultades.

ESCUELAS DE DOCUMENTAL

En términos de la formación profesional en producción de documental, la Escuela de Comunicación de la Universidad del Valle es una de las más importantes. Con una tradición de producción en esta región del país que viene desde la década del setenta, y figuras importantes como

Carlos Mayolo y Luis Ospina¹, podemos afirmar que es el principal foco de formación. La posibilidad de emitir los productos en un canal regional (Telepacífico) puede entenderse como uno de los factores determinantes del desarrollo de esta escuela. A esto se suma un interés académico de la escuela por desarrollar actitudes investigativas, más allá de lo que la comunicación social en nuestro país entiende por investigación, que se refleja en la calidad de las producciones.

La Universidad Nacional de Colombia, a pesar de ser la universidad pública más importante del país, no ha logrado constituir una línea fuerte en la producción documental. Son muy pocos los alumnos que se interesan en esta profundización y menos aún los que desarrollan una actitud crítica frente a los fenómenos sociales que documentan. Las demás escuelas de cine y televisión pertenecen a universidades de perfil más bajo o a instituciones pequeñas que no se centran en la producción documental.

Como expusimos anteriormente, consideramos que las condiciones que propician la crisis de la producción documental en el país obedecen a factores tecnológicos, de capacitación, difusión y articulación.

FACTORES TECNOLÓGICOS Y DE CAPACITACIÓN

Si bien el video digital abrió las puertas para que mucha gente pudiera acceder a filmar y editar material con calidad aceptable y a costos mínimos en comparación con el video análogo, todavía es difícil para muchas comunidades conseguir los recursos necesarios para producir videos propios que documenten sus procesos. En Colombia, donde muchas regiones aún están “desconectadas” del centro, aunque algunas organizaciones pueden acceder a una cámara casera, es bastante escasa la posibilidad de grabar material editable y montarlo posteriormente. Las grabaciones hechas en video se convierten en un archivo, pero en muy pocos casos se supera el almacenamiento de este material en bruto. Las organizaciones no tienen los equipos ni las personas capacitadas o con posibilidad de dedicarse a la edición del material, que en todo caso es un proceso dispendioso. Por otro lado, cuando la cámara sufre alguna avería, tampoco es posible encontrar una persona que pueda repararla. Las posibilidades de duración de estos instrumentos son también muy limitadas, debido a los altos niveles de humedad que caracterizan a gran parte de nuestro país.

ESPACIOS DE DIFUSIÓN

En Colombia, la difusión del documental por televisión es mínima, casi nula. Solamente la televisión pública ofrece algunos espacios sin mayor

¹ Sobre la producción en esta región del país, puede consultarse <[www.univalle.edu.co/~com-soc/insumos/El cine en el Valle.pdf](http://www.univalle.edu.co/~com-soc/insumos/El_cine_en_el_Valle.pdf)>.

continuidad, a veces relegados a los espacios brindados a los jóvenes realizadores para mostrar por primera vez sus trabajos. Luego de la privatización en 1998, la televisión pública quedó reducida a un canal nacional de muy bajo perfil, un canal institucional y el canal educativo y cultural llamado Señal Colombia. Sobrevivieron también los canales regionales Teleantioquia, Telecaribe y Telepacífico, que con su señal parte de las zonas en las que comúnmente se divide el país.

Estos canales siempre se consideraron menores en comparación con las cadenas nacionales que después fueron cedidas a los canales privados. Sin embargo, esta debilidad se convirtió en una fortaleza en la medida en que otorgó cierta independencia a los canales regionales para hacer producciones locales sin preocuparse por competir con los demás. En el caso de Telepacífico, por ejemplo, una alianza con la Escuela de Comunicación de la Universidad del Valle permitió producir muchas series de documentales de alta calidad técnica, investigativa y creativa que, como se afirmó anteriormente, posicionó a esta región como uno de los focos del documental en el país.

Existen un par de espacios con iniciativa independiente patrocinada por sectores como el Parlamento Andino y el Ministerio de Cultura, donde una vez al año se exhiben documentales nacionales en el marco de una muestra más amplia. El público asistente a estos espacios es casi el mismo que los realiza y está compuesto en su mayoría por universitarios.

ARTICULACIÓN Y ASOCIACIÓN

En 1998, realizadores de diferentes países latinoamericanos se reunieron en Quito en un taller con importantes productores independientes franceses. La idea era aprender a vender documentales en el exterior. Al tercer día, los latinos se cansaron. La propuesta, en última instancia, era que debían amoldarse a lo que directores y productores extranjeros consideraban interesante para cada país. Se formó la Asociación Latinoamericana de Documentalistas (ALADOS), con el objetivo de consolidar el intercambio entre la producción regional, llevar a cabo coproducciones y constituir un frente que permitiera la venta de la producción en mejores condiciones. Formaban parte de ella Colombia, Brasil, México, Venezuela, Ecuador, Perú y Bolivia (*Revista ALADOS*, noviembre de 2005). ALADOS-Colombia se pensó como una vía de presión para que canales, productores y entidades que hacen política abrieran un espacio al documental (Entrevista a Ricardo Restrepo, director Corporación ALADOS, noviembre de 2005). Pero por problemas económicos y por la dificultad de generar un proceso asociativo, desapareció tiempo después. Durante su funcionamiento se creó y consolidó la Muestra Internacional Documental, uno de los pocos espacios exis-

tentes en el país para la difusión del documental nacional y extranjero. Hoy este espacio es manejado por el Ministerio de Cultura.

Muchos documentales nacionales se difunden mejor en el extranjero que en el país. Más allá de la iniciativa privada de los grandes canales por comprar propuestas que documenten la guerra y el narcotráfico, esto se debe también a la negligencia de los sectores públicos para mostrar una imagen que a juicio de ellos no favorece a la nación o al gobierno. Así, muchos realizadores optan por lanzar sus documentales en festivales independientes del exterior, de modo que la aprobación extranjera sirva como atenuante para convencer aquí. Esta manera de difundir los documentales no favorece la articulación ni la asociación entre los realizadores como mecanismo de presión.

ALGUNAS EXPERIENCIAS IMPORTANTES

Una de las figuras más relevantes de la producción documental en el país es Martha Rodríguez. Junto a su esposo, Jorge Silva, desde la década del sesenta, produjo varios documentales de denuncia como *Chircales*, que muestra el modo en que familias que vivían en condiciones casi feudales de servidumbre eran explotadas para la producción de ladrillos, en la periferia de Bogotá. Este documental fue posible gracias a la conjugación de un trabajo de campo etnográfico propio de Martha, como estudiante de antropología, y a una militancia al lado de Camilo Torres, quien los introdujo en las situaciones que documentaron.

Luego de la muerte de su esposo, Martha Rodríguez ha seguido produciendo documentales. Todas sus producciones se caracterizan por sentar posturas críticas frente a los problemas sociales del país, en especial la guerra. Desde hace una década, Martha viene documentando algunas experiencias de los desplazados en distintas zonas de Colombia.

Buena parte de su obra se produjo en el Cauca, acompañando las luchas indígenas por la recuperación de la tierra durante la década del setenta, que dieron origen a las principales organizaciones indígenas en el país. A comienzos de la década del noventa, Martha y otros compañeros paeces (nasa) realizaron talleres de formación e instalaron equipos de video en algunas sedes de las organizaciones. A partir de este proceso de formación, fue posible producir un documental llamado *Crónica de una masacre anunciada*, donde los realizadores denuncian una masacre de indígenas llevada a cabo por narcotraficantes para poner fin a un conflicto de tierras. Uno de los realizadores es Daniel Piñacué, hoy diputado del Cauca, quien fue combatiente del “Quintín Lame”, una facción indígena del M-19, que fue uno de los movimientos insurgentes más importantes del país (Entrevista a Martha Rodríguez, abril de 2006).

Daniel Piñacué ha llegado a ser un importante realizador y ha producido varias series de documentales que fueron transmitidos por Señal Colombia. La cámara ha sido siempre entendida como un arma de denuncia y presión. El año pasado, un proyecto pensado y diseñado por líderes de pueblos indígenas del Cauca –entre ellos, Piñacué, Jeremías Tunubalá, José Vicente Otero y Maritza Paja–, asesorados por profesores de la Universidad del Valle, ganó el Premio Nacional El Espectador-Ascún (Asociación Colombiana de Universidades) al mejor trabajo de investigación en ciencias sociales. La investigación “La representación de lo indígena en los medios de comunicación” sirvió a su vez como una herramienta para crear una mesa de trabajo con los periodistas, en la que las organizaciones indígenas plantearon la necesidad de cambiar las representaciones racistas y excluyentes y proponer el diseño de una política pública que permita mayor respeto y pluralidad en la representación².

La importancia de este proceso radica en que el conocimiento de las formas en que se producen los medios les permitió plantear un diálogo a partir de una crítica argumentada de los procesos de representación.

El sindicato de trabajadores de televisión ACOTV fue durante muchos años uno de los más fuertes y socialmente comprometidos en Colombia. El modo de producción de televisión mixto, donde el control de la emisión se ejercía desde el Estado a partir de INRAVISION, favoreció el afianzamiento de una asociación grande de trabajadores con poder suficiente para ejercer presiones que mejoraran sus condiciones laborales. Asimismo, y en solidaridad con los demás sindicatos y grupos sociales, ACOTV produjo en casi dos décadas un centenar de documentales, que circularon en mayor medida entre estos grupos y en menor medida en los pequeños espacios de televisión ganados por el sindicato. Más allá de la producción documental, ACOTV llevó procesos de formación en video a otros sindicatos y grupos sociales.

Sin embargo, cuando la televisión cambió al sistema privado en 1998, INRAVISION perdió bastante importancia dentro del modo de producción. Por último, bajo la administración de Álvaro Uribe, INRAVISION fue liquidada y entregada en concesión a una productora privada, con el nombre de RTVC. Casualmente, esta productora fue la misma que cumplió las labores de producción televisiva para la campaña presidencial de Álvaro Uribe. Así se acabó el sindicato y sus labores de producción, difusión y formación en documental.

El video como herramienta clave para la producción documental sigue ligado a los sectores universitarios de clase media que comparten intereses distintos a los de las comunidades, en la medida en que viven realidades diferentes. Si bien pueden encontrarse videos “contestatarios”,

2 Ver <www.campus.univalle.edu.co/2005/mayo/edicion19/premio.html>.

críticos del sistema mundial o del gobierno de EE.UU., es difícil que se adentren en los problemas más inmediatos de las regiones. Esta negligencia obedece a la falta de articulación de estos sectores con las comunidades, pero también a las condiciones del conflicto armado que llega a la ciudad y a las universidades provocando intimidaciones y autocensura.

En otras regiones del país, así como en las periferias de las principales ciudades, abundan los grupos de jóvenes interesados en la comunicación, por lo general con alguna experiencia en otros medios como radio y prensa, que se embarcan en la producción de video con ayuda de agencias de cooperación y ONG que operan en las zonas. Sin embargo, las condiciones de violencia en que viven estos grupos dificultan las labores de producción. Por otro lado, los proyectos financiados por las agencias y las ONG no cumplen con los criterios de articulación, continuidad y sostenimiento necesarios para mantener un sistema serio de producción de video local o comunitario. Así, estos proyectos siempre dan la impresión de ser pioneros en la formación de jóvenes comunicadores, pero terminan estancados y olvidados como sus antecesores. Por los problemas que implican la consecución de recursos y el sostenimiento de un sistema de producción de video, muchos proyectos de este tipo han optado por la fotografía como medio alternativo. Si bien los resultados son interesantes en la perspectiva del análisis cultural, dejan mucho que desear desde el punto de vista de la comunicación como instrumento de afirmación o difusión de los asuntos de las comunidades.

En los Montes de María, al norte del país, encontramos una importante iniciativa de comunicación. Se trata del Colectivo de Comunicaciones de Montes de María. Este grupo comenzó a funcionar en 1994, como una alternativa frente a la violencia aguda que se presentaba en la zona y que afectaba a niños y jóvenes. Sus redes se amplían a lo largo de varias zonas de la costa Atlántica y a Cartagena, una ciudad que más allá de sus límites turísticos sufre uno de los más altos niveles de pobreza y exclusión. Durante el proceso, el Colectivo se ha desarrollado también como una alternativa a la información presentada por los medios masivos de comunicación, que suelen estigmatizar a sus pobladores, ofreciendo opciones para la reafirmación de la identidad de niños y jóvenes. En la zona de los Montes de María –como en muchos pueblos del país– diariamente se dan cortes en el servicio eléctrico, hay muy pocos espacios culturales y altos índices de desempleo; no es posible contar con los mínimos de saneamiento básico y no hay ni acueducto ni alcantarillado³. Pese a estas condiciones, el Colectivo cuenta con 18 emisoras

3 Entrevista a miembros del Colectivo durante un taller de comunicación realizado en Cartagena, en marzo de 2003.

escolares, un centro de producción radial, un canal de televisión y un cine itinerante. Como una forma de protegerse frente a la guerra, en los programas que emite el canal no hay noticias. Sin embargo, la mayoría de ellos muestran las condiciones de vida de las personas acosadas por la guerra y el desplazamiento. El Colectivo de Comunicaciones de Montes de María ha incorporado a más de 6.570 niños y niñas, mil jóvenes, 150 padres de familia y 80 docentes, constituyéndose en un proceso pionero en términos de comunicación alternativa en el país⁴.

Cabe resaltar también la labor que emprendió la Secretaría de Educación de la Alcaldía de Luís Eduardo Garzón en Bogotá para adoptar el video en los colegios distritales donde estudian los jóvenes más pobres de la ciudad. El proyecto contempla la capacitación en 42 colegios de toda Bogotá y la instalación gradual de equipos de producción de video (Secretaría de Educación-Alcaldía de Bogotá, 2004-2007). Sin embargo, en dos años, el proyecto todavía sufre de baja credibilidad en muchos colegios y de poca atención en las instituciones que lo adoptan. Por otro lado, los lineamientos del proyecto son muy ambiguos en términos de la importancia que desean imprimirle al carácter de la producción propia y alternativa de videos, si bien la ONG contratada para su ejecución sí tiene principios más claros sobre la relevancia de la comunicación comunitaria como herramienta de desarrollo local y opción de vida para los jóvenes.

OTRA FORMA DE COMUNICACIÓN ALTERNATIVA: LA RADIO COMUNITARIA

En contraste, la radio comunitaria se ha afianzado mucho más en los últimos veinte años. Su fortaleza obedece a factores económicos, tecnológicos y culturales. El video necesita de tres procesos dispendiosos, a pesar de las condiciones cada vez más sencillas con que se logran: la producción, la realización y la difusión. La radio fusiona, a un costo mucho más bajo, estos tres elementos, gracias al modo en que se produce y a las facilidades tecnológicas inherentes. Además, la radio permite a los oyentes moverse, trabajar o hacer otras tareas a las que se debe renunciar cuando se está sentado frente a una pantalla. También ofrece mucha más interactividad, que puede traducirse en formación o refuerzo de relaciones sociales y comunitarias.

Por otro lado, la consolidación de una industria radial hegemónica nos permite diferenciar claramente la producción de radio alternativa y comunitaria, tanto por sus contenidos y estilos de comunicación como por los conflictos políticos y jurídicos con que se desenvuelve. Las redes de radio comunitaria en Colombia tienen en su mayoría el apoyo

4 Ver <www.sipaz.net/noticias.shtml?x=2695>.

de sectores progresistas de la iglesia católica. Este respaldo favorece la sostenibilidad de estas redes, pues la iglesia es una de las pocas instituciones que todavía conserva algo de respeto dentro de los actores armados –lo que no significa que hayan sido inmunes amenazas, ataques y asesinatos por parte de algunos de ellos.

La legislación existente es otra de las grandes barreras para su consolidación: impide la articulación. No se permite enlazar las emisoras comunitarias a nivel nacional, y fue recién en julio de este año que la Corte Constitucional emitió una sentencia en la que establece el derecho fundamental de fundar radios comunitarias en todo el país. Partiendo de que son motores esenciales para el desarrollo de la democracia, el “Estado está en la obligación de promover la prestación del servicio de radiodifusión sonora comunitaria y de no imponer obstáculos injustificados a la formación de estas emisoras” (Corte Constitucional de Colombia, Sentencia T-460 de 2006). Y aunque aclara que deben tener licencia para efectuar las transmisiones, debido al uso del espectro electromagnético, esto no puede constituirse en una forma de control previo ni de censura por parte de las autoridades. La sentencia fue fruto de un proceso que por más de diez años siguieron colectivos de comunicación comunitaria de Bogotá y de la negativa del Ministerio de Comunicaciones a permitir la entrada en funcionamiento de estas emisoras en las ciudades capitales.

CONCLUSIÓN

La producción de cine o video documental en Colombia está lejos de ser un campo consolidado como en otros países de Latinoamérica. Si entendemos la producción como un proceso que trasciende la realización de productos finales para abarcar el contexto social en que se produce, circula y se consume, es todavía más crítica la situación, pues el campo del documental no ofrece en la actualidad las condiciones para generar los procesos de reflexión e interacción necesarios para pensar y actuar, ya no sobre los productos mediáticos, sino sobre las situaciones que se comunican o documentan. En ese sentido, también está lejos de pensarse como una forma eficaz de comunicación alternativa.

BIBLIOGRAFÍA

Revista ALADOS 2005 (Bogotá) N° 1, noviembre.

Secretaría de Educación-Alcaldía de Bogotá 2004-2007 “Proyecto de video escolar en el marco del Plan de Desarrollo ‘Bogotá sin indiferencia’”, Bogotá.

Fernando de Tacca*

ANTROPOLOGIA E IMAGENS EM REDE: A PERIFERIA NA INTERNET

ESSE ARTIGO SURTIU a partir de uma reflexão inicial sobre direitos autorais e direitos de imagem no Brasil e suas conseqüências para a pesquisa antropológica¹. Pensar juridicamente o uso de imagens na pesquisa científica e sua publicação para o público específico ou na sua divulgação para um público mais amplo, implica necessariamente em discussões sobre procedimentos éticos. Na antropologia, a pesquisa de campo é espaço privilegiado da disciplina e o envolvimento do pesquisador com a temática de estudo construiu campo teórico e uma discussão ética ricamente documentada.

Ao nos atermos no dito da lei, encontramos algumas figuras jurídicas que criam “armadilhas” para o trabalho acadêmico, principalmente no uso de imagens e divulgação das pesquisas. Essas “armadilhas” jurídicas vêm de encontro ao direito da privacidade, nos termos de “direito à personalidade”, no caso de direitos de imagem, e do

* Doutor na Antropologia. Fotógrafo. Professor no Departamento de Múltiplos Meios, Mídia e Comunicação, Unicamp. Editor da revista eletrônica *Studium* (<www.studium.iar.unicamp.br>).

1 Colóquio “Direito Autoral, de Imagem, Som e Produção de Conhecimento”, Laboratório de Imagem e Som em Antropologia, USP, junho de 2005. No meu caso, apresentei uma reflexão sobre a temática na Internet.

reconhecido campo dos direitos autorais. Esse último não nos parece ser o campo de empecilho ou obstrução da pesquisa. A questão dos direitos autorais já está bastante debatida e com bibliografia consolidada, mesmo que muitas vezes seja também um campo restritivo, principalmente depois da morte do autor e a conseqüente herança patrimonial desses direitos por familiares, e os acervos sofrem com essa questão, na sua preservação e na sua disponibilidade.

A história do campo autoral no Brasil passou inicialmente pela evolução das lutas dos autores musicais, principalmente no campo da música popular. Esse processo é analisado na obra de Rita Morelli (2001), e inicia-se ainda na década de trinta com as primeiras entidades coletivas formadas por compositores de grande reconhecimento público, nomeado pela autora como pautado por um “discurso arrogante”. A segunda fase na década de sessenta coloca em cena os compositores carnavalescos através de entidades com um discurso “anônimo e humilde”. A terceira fase, atual, nasce nos anos oitenta através dos autores balizados por um discurso politizado, ou “subversivo”, como classifica a autora.

No caso da fotografia, sabemos de acervos de reconhecidos fotógrafos nos quais os pesquisadores têm dificuldades de acesso e encontram na busca de possíveis lucros decorrentes do uso dessas imagens, uma barreira quase intransponível para a divulgação dos resultados de pesquisas que possam se nutrir dessas imagens. Sabemos que os livros com acabamento gráfico de qualidade em temáticas de pesquisa não trazem grandes lucros em decorrência do baixo mercado editorial brasileiro, daí os vários mecanismos de apoio cultural com incentivo fiscal, e se os custos dos direitos autorais não forem contemplados anteriormente nos custos financeiros, as vendas não pagarão esses direitos, tendo em vista que a maior parte de nossos temas não terem viabilidade mercadológica.

Entretanto, o direito à imagem implica em um vasto campo restritivo na divulgação dos resultados para o público acadêmico e para a divulgação científica de amplitude geral. A lei foi formatada para disciplinar o mercado e os valores comerciais implicados nesse fazer. Assim, uma imagem naturalística que vemos em um outdoor de publicidade é um simulacro para nos enganar sobre uma possível realidade possível, mas todos foram comprados, atores, fotógrafos, cenários, etc., e os consumidores se alimentam dessa naturalização da imagem; enganar e iludir são permitidos. O valor mercadológico do produto é agregado com o valor trabalho das pessoas envolvidas, e mesmo a autoria hoje no campo digital é questionada, pois a imagem passa por vários profissionais desde sua criação até sua publicização e chegada ao olhar do público.

Por outro lado, à imagem midiática como notícia é dada dentro do valor de liberdade jornalística, de livre circulação da informação e

do pensamento quando o fato social assim o é entendido pela sociedade, mas quando o fato social é considerado um fato midiático? Muitos interesses levam ultrapassar fronteiras entre o fato social e o fato social midiático, e entre eles, acentua-se os próprios interesses dos veículos hegemônicos de comunicação.

Os antropólogos usam da imagem como fonte e como texto, e estão sempre dentro do campo do fato social, e dessa maneira a única forma de escapar dos direitos autorais ou dos direitos de imagem é pela característica de seu valor de uso não comercial, isto fica claro quando ainda estamos na restrita circulação de cópias impressas de dissertações de mestrado e de doutorado, presentes em uma ou no máximo duas bibliotecas em uma universidade. Mas essa prática está sendo alterada com a disponibilidade dos acervos digitais ao grande público. Se antes o acesso era presencial e pessoal, hoje podemos acessar uma tese na sua integralidade através dos bancos de dados bibliográficos e nos coloca novas questões. Devemos restringir um resultado de pesquisa com valor não comercial quando não tem resolvido a questão dos direitos autorais das imagens utilizadas e dos direitos de imagem? E quando o acesso é pago através de assinaturas de periódicos ou quando se torna livro, a divulgação da pesquisa entra no campo comercial, como um efetivo produto de mercado? São fronteiras aparentemente não resolvidas e muitas vezes nos sentimos dentro de uma amarra jurídica preparada para o mercado que não levam em consideração, pelo menos com clareza de texto, os produtos culturais e acadêmicos, remetendo a tudo e a todos à mercantilização.

Aos veículos de comunicação é dado o direito de informar quando o fato midiático é socialmente aceito como público e com atributos jurídicos que lhe permite não ser alçado ao campo do direito à personalidade. A invasão aos computadores pessoais com autorização judicial e a extração de imagens ali armazenadas podem ser consideradas provas e assim caem os direitos autorais e os direitos de imagem. Em tempos recentes, algumas imagens de um provável estupro praticado em Campinas foram extraídas de um computador pessoal e tornadas públicas, e aí, fronteiras entre o fato e sua veiculação pela mídia fazem do mesmo uma forma de tornar públicas provas ainda não validadas juridicamente, mas validadas como fato social midiático, e são os meios de comunicação que conduzem essa primeira legitimação. Vale lembrar que as primeiras imagens polêmicas de Erich Salomon (1886-1944) na década de vinte foram realizadas escondidas e dentro de tribunais alemães, que não permitiam fotografias dos ritos processuais e depois divulgadas na imprensa. Posteriormente, ele é preso pelos nazistas por mostrar a estratificação social da sociedade alemã e morre em campo de concentração. Hoje acompanhamos um julgamento polêmico via televisão, e

nesse caso, cessa o direito à imagem mesmo ainda sendo somente considerados réus em processo? Algumas emissoras comerciais assim o fizeram, e o direito à informação se sobrepôs ao direito à personalidade, principalmente nos casos amplamente divulgados pela mídia.

Entretanto, aludirmos e submetermos ao texto da lei, mesmo quando nossos produtos não são comerciais, é extrapolar o grau jurídico imposto a todos. Algumas universidades para se precaverem somente aceitam pesquisas que tenham todos os direitos autorais e de imagem contemplados, fazendo com que seus alunos de desdobrem em conseguir tais autorizações, muitas vezes com muito tempo dedicado a essa tarefa, agindo assim de forma preventiva para que não haja nenhuma contestação jurídica à instituição, afinal, é melhor cumprir as regras na sua asserção fechada, mesmo quando isso rebaixe a qualidade da pesquisa. O que está em jogo aqui não é uma “ética” da pesquisa, mas os possíveis prejuízos com processos judiciais.

Em meio à escrita desse artigo recebi uma mensagem com pedido de autorização para o uso de uma imagem publicada na revista *Studium*, na qual sou editor. A imagem publicada é um fac símile da revista *Fon Fon!* (Oliveira, s/f) publicada nos primeiros anos do século passado, ou seja, já se vão quase 100 anos. O pedido veio de uma instituição de grande relevância para o ensino público e gratuito, a Fundação Centro de Ciências e Educação Superior a Distância do Estado do Rio de Janeiro (CECIERJ), que envolve um consórcio formado pelas universidades públicas do Estado do Rio de Janeiro, e cujo objetivo é oferecer educação superior pública, gratuita e à distância. Evidentemente, não somos detentores dos direitos autorais e publicamos a imagem em artigo de uma pesquisadora que analisa como a imagem fotográfica é tomada como ilustração para se pensar questões relacionadas à emergência do moderno no Rio de Janeiro. Esse exemplo demonstra as amarras que estão submetidas instituições que objetivam até mesmo o ensino gratuito, dentro dos receios de usar uma imagem de um século de existência. Por não terem conhecimento da lei, decorrente de sua falta de ampla divulgação, a instituição se previne antecipadamente de quaisquer futuras ações jurídicas. Esse exemplo demonstra como o medo da lei implica em restrições para divulgação da informação através do ensino público e gratuito.

A Internet é ponto de saturação de imagens e informações, oceanos de mares turvos e obscuros, nos quais encontrar boas janelas é um trabalho de garimpagem e dilapidação dos conteúdos. As imagens formam hoje em dia nesse universo os campos mais volumosos de veiculação de valores culturais, no campo pessoal e no campo coletivo e social.

Uma grande mudança estabeleceu-se com a convergência digital e conseqüentemente a nova tela audiovisual faz parte desse processo

de intensidades interativas imagéticas que chega até mesmo às mídias massivas, como a televisão e o cinema, e ao telefone celular. Nunca se fotografou tanto desde as primeiras experiências fotossensíveis do começo da fotografia. Nunca se trocou tanta informação imagética na recente história da imagem técnica, e a Internet é o campo principal onde convergem essas intencionalidades. Acervos antes inacessíveis pela distância, ou pela sua própria organização, finalmente estão ao alcance de nosso olhar na tela de um monitor dentro dos ambientes mais diferentes, dentro das casas, nos escritórios, nos ciber cafés, nas escolas, etc. De dentro da ambiência íntima de um quarto podemos entrar em exposições virtuais de museus, galerias ou navegar pelos sites autorais.

Entretanto, mesmo com essa ampla possibilidade de difusão de imagens nunca vistas, acentuam-se exponencialmente na Internet as questões dos direitos autorais e os direitos de imagem, nas quais a legislação é generalista e não consegue abarcar essas novas relações dentro na contemporaneidade. Assim, a legislação usada ainda se apóia em atividades midiáticas impressas. A tela de um monitor está dentro do campo da virtualidade e só temos uma imagem se acessarmos algum arquivo digital em algum site ou página, assim não carregamos conosco essa imagem, ela fica latente aguardando um acesso quase sempre individualizado. A imagem na tela audiovisual tem características totalmente distintas da imagem impressa, ela circula rapidamente via Internet e com poucas possibilidades efetivas de rastreamento por mecanismos simples de buscas, e sua existência é marcada pela temporalidade em tela; sua natureza é da ordem da efemeridade.

O que se coloca em questão sobre direitos autorais, sobre valores comerciais do uso da imagem impressa, continua valendo dentro do mundo virtual, mas a restrição à difusão de imagens em contexto cultural, acadêmico ou socialmente válido, cria uma nova camisa de força para a ampla universalização do conhecimento. Em minha opinião, diferente dos meios tradicionais, a imagem em rede tem características próprias que permitem uma livre circulação sem comprometer direitos estabelecidos e afirmados juridicamente. Uma imagem em tela conectada na Internet pode ter uma formatação na sua origem de baixa resolução que só permite ser vista exatamente na tela, e sua impressão é muito prejudicada quando ela é impressa, todos sabemos disso, uma imagem pequena e sem qualidade. Outro detalhe são os mecanismos de bloqueio à captura de imagens disponibilizadas, mecanismo pelo qual se restringe a circulação, fazendo que somente as vejamos em tela quando conectados, mas nada que softwares mais avançados não possam buscá-las como arquivos para nossos computadores. No site da Fundação Pierre Verger, todas as imagens estão bloqueadas para captura, não permitindo que o internauta copie a imagem para seu

computador, entretanto em site alemão várias dessas imagens, inclusive imagens polêmicas de iniciação de candomblé, estão disponíveis para captura². Esse caso demonstra que existem situações incontrolláveis e imponderáveis na disponibilização das imagens na web, e podemos rapidamente encontrar alternativas principalmente pela democratização da rede através de mecanismos de busca.

A difusão e circulação não comercial de imagens em baixa resolução através de produtos culturais não devem ser restringidas ou estaremos cada vez mais cerceados pelas imagens dos grandes veículos de comunicação de massa. Uma solução sempre possível é criar links diretos para as imagens, prejudicando a formatação de forma e conteúdo de um artigo, por exemplo, mas que permite “usar” as imagens disponibilizadas, ou seja, a imagem é referenciada através da intertextualidade virtual. Então, a princípio, a questão autoral no uso de imagens em produtos culturais ou acadêmicos tem solução dentro do próprio campo do meio, mas nem sempre isso é possível, pois algumas imagens não possuem um link direto, e a remissão para um endereço pode implicar em agregar uma série de outras informações ao texto original, e correndo o risco efetivo de passar o leitor para outro campo de conteúdo.

Teremos saudades da existência do fotógrafo com um homem livre que deixa seu olhar navegar pelas relações culturais alimentando nosso imaginário social e enriquecendo o acervo imagético da humanidade, talvez não possamos mais ter fotógrafos como Henri Cartier-Bresson, Dorothea Lange, Diane Arbus e Martín Chambi. Se a cada fotograma tivermos de sacar uma folha de papel com autorização e cessão de direitos de imagem, perde-se o fluxo fotográfico presente do próprio ato. Para a antropologia, essa questão irá ser relativizada no compartilhamento da imagem, e uma perda clara do olhar exógeno, sempre muito investigativo, exatamente por não estar contaminado pelos valores sociais, ou seja, certo grau de estranheza sempre produz bons resultados entre alteridades.

A questão mais complexa das imagens digitais é sua imediatização e sua difusão quando entramos no campo dos direitos à personalidade e direitos de imagem. Aqui temos um campo de investigação nunca antes imaginado na antropologia da imagem, a construção e projeção de auto-imagem, seja individual ou coletiva. Trabalhos pioneiros como o de Sol Worth & John Adair com os índios Navajos (Worth e Adair, 1970; 1975) no começo da década de sessenta, e minha própria pesquisa com os operários sapateiros francanos (Tacca, 1993), foram estudos preliminares sobre construções de auto-imagem projetiva através do cinema e da fotografia, pelos quais pudemos penetrar em univer-

2 Fundação Pierre Verger <www.schwarze-goetter-im-exil.de/deu/verger>.

so imagético que não seria possível através de um olhar exógeno. Esse olhar endógeno à cultura, propiciado pelo pesquisador que em campo disponibilizava aparelhos para que grupos sociais pudessem produzir um campo imagético envolto na atmosfera afetiva e cognitiva de sua cultura, perde espaço quando os grupos sociais se manifestam hoje na rede mundial de computadores produzindo sua auto-imagem para a própria comunidade e para aquele internauta distante que nunca pisou em território alheio.

A Internet possibilita que grupos sociais possam criar espaços de auto-representação e de auto-imagem a partir de experiências coletivas que implicam em produzir e incentivar um olhar sobre si mesmo, um olhar exógeno. Ao criar um imaginário que se alimenta internamente com os valores intrínsecos da cultura e explicitar uma construção para o olhar midiático essa nova configuração de identidades na rede possibilita a quebra dos estereótipos marcados diariamente pelos veículos de comunicação hegemônicos, propiciando, desta forma, tanto o pensar sobre si mesmo, como a exposição de um universo social nunca penetrado pelo olhar endógeno. Alguns exemplos são muito interessantes nesse sentido e três experiências veiculadas na web tendo como foco espaços marginais de duas das principais cidades brasileiras, São Paulo e Rio de Janeiro, são referências: o trabalho coletivo do projeto Olhares do Morro, o portal do movimento social Viva Favela e o site do paradigmático bairro periférico da cidade de São Paulo, Capão Redondo. São experiências localizadas nas quais podemos explorar a discussão sobre o espaço internautico como lugar de resistência, construção de auto-imagem e embate com os modelos hegemônicos de comunicação.

Podemos dizer que, de certa forma, o exótico distante argüido por Guy Bellavance no começo da fotografia, que permitiu aproximações entre mundos separados pela distância é elemento de potência quando procuramos imagens de outras culturas e grupos sociais na rede. Podemos acessar tanto o chamado exótico distante, quanto um exótico próximo, do outro lado de nossa rua. Fronteiras que não seriam atravessadas presencialmente podem agora ser quebradas pelo contato visual, textual, ou mesmo conseguir interatividades entre as tênues e violentas barreiras sociais.

Ao pesquisador em campo não lhe é dado mais o dom facultativo de eleger, editar e selecionar as imagens distantes de seu trabalho de campo. As populações querem cada vez mais participar dessas escolhas sabendo da imediatização da imagem digital, e assim, lançar como um “jogo de espelhos” (Novaes, 1993) suas projeções de auto-imagem para os elementos que circundam suas necessidades e seus contatos ligados à so-

breviência, à resistência e trocas culturais³. A meu ver, abre-se um novo campo de características globais sobre essas auto-projeções, das quais não escapa hoje um pesquisador em campo, e dilui-se a questão autoral, pois ela passa a ser compartilhada com os sujeitos (Achutti e Hassen, 2003). Em projeto recente, no qual faço parte, um grupo de quilombolas negociou junto a um projeto extensionista universitário a produção de um livro fotográfico sobre sua comunidade, mas a produção do mesmo, ou seja, sua edição passa por um trabalho negociado entre as partes: eles querem ser detentores de sua auto-imagem midiática.

Talvez, estejamos conseguindo relativizar todo o projeto positivista das imagens técnicas ao colocar seu processo decisório e subjetivo sob alcance das populações fotografadas na precisão temporal do ato fotográfico, ou seja, aqui e agora eu vejo e posso decidir sobre a minha própria auto-imagem, ou a auto-imagem de nosso grupo. Desta forma, a questão dos direitos de imagem parece compor o quadro principal do trabalho de campo na antropologia, com claras implicações na divulgação pela Internet, e cabe ao pesquisador saber reconhecer essa nova situação, de uma antropologia visual compartilhada, para além dos aspectos jurídicos dos direitos de imagem e direito à personalidade, questões novas colocadas pela mudança para o suporte digital da imagem. Perde-se em parte a autoria purista do olhar exógeno, mas se ganha qualidade na troca de olhares em um possível ponto de encontro dentro do universo imagético do mundo contemporâneo presentificados nas projeções de auto-imagem social na Internet.

A PERIFERIA NA INTERNET

A segunda parte deste trabalho se detém em três sites que expõem questões presentes na periferia urbana em duas cidades brasileiras: São Paulo e Rio de Janeiro. Pretendo analisar cada caso individualmente em busca de questões como identidade, auto-imagem, auto-representação, e a configuração de uma mídia fora do concerto midiático das grandes empresas de comunicação. Adensar o olhar sobre projeção de valores implica ir de encontro de uma existência virtual de comunidades excluídas das condições de cidadania. A presença dessas propostas são marcas indelévels de uma necessidade de visibilidades dentro dos oceanos internauticos e ao encontrá-los podemos estar próximos de exotismos distantes, no caso daqueles internautas que não participam

3 No filme *O espírito da TV*, de Vicent Carelli e Dominique Galois, o chefe dos Waiápi, ao ver que seus jovens estão sendo filmados bêbados, enquanto ele fazia a guarda, e percebendo o poder da imagem, pede para que informe aos brancos que eles quando estão nesse estado são violentos e incontroláveis. Ele projeta e agrega um valor na construção da auto-imagem dos Waiápis.

da comunidade real. Seria esse impacto do outro internáutico significativo para uma compreensão de alteridades e identidades?

OLHARES DO MORRO⁴

O site do projeto Olhares do Morro abre com a proposta explícita de ser um “manifesto visual”, conotado dessa maneira na sua primeira página. Temos como perspectiva a produção visual endógena de algumas favelas pelo olhar do morador da mesma como condição de existência na web.

O trabalho surgiu de uma experiência inicial de oficinas de fotografia em 2002 e 2003 coordenadas por uma pessoa de fora da comunidade, Vincent Rosenblatt, que após primeiras experiências insurgiu para o campo de uma ampla produção imagética que atinge hoje várias favelas do Rio de Janeiro. Formado pela Escola Nacional Superior de Belas Artes de Paris, esse agitador cultural teve apoio institucional do Serviço Cultural do consulado da França no Rio de Janeiro, através de um programa chamado “Residência de Artistas”, assim a origem do projeto Olhares do Morro parece indicada na apresentação do site. A continuidade dos primeiros trabalhos teve apoio de projetos aprovados por leis de incentivo fiscal. Parece indicado no site que as primeiras inserções dentro da territorialidade da favela tiveram como entrada a porta de associação de moradores e a realização de lideranças comunitárias, ou seja, através uma forte associação de moradores, no caso do Morro Santa Marta. Através de uma negociação com a associação de moradores Eduardo Coutinho realizou o vídeo “Santa Marta: duas semanas no morro”, em 1987. De certa forma, uma anterioridade visual marca esse espaço associativo como lugar de experimentação visual.

Os desdobramentos das oficinas e das atividades permeiam a vida cotidiana dos envolvidos, propiciando uma circulação de imagens pela favela na materialidade fotográfica, a própria imagem cristalizada em suporte papel, e em apresentações visuais em espaços públicos nas favelas. Na formatação do site transparece uma legitimidade interna nos vínculos cotidianos de cada um dos envolvidos na produção de imagens do projeto e a legitimidade externa acontece com mais visibilidade em ambientes como exposições em espaços culturais e eventos fotográficos. Fora do mundo das favelas a busca pela ampliação da visibilidade da imagética proporcionada pelos olhares do morro encontra ambiente vizinho ao campo das artes decorrentes muitas vezes desse tipo de inserção. A exposição no Centro Cultural Telemar no Rio de Janeiro, janeiro e fevereiro de 2006, e a produção de uma multimídia tentam colocar esse tipo de produção no âmbito artístico, ou ainda exposição no circuito das galerias das lojas da Fnac. Em determinada passagem,

4 Olhares do Morro <www.olharesdomorro.com.br>.

essa asserção é colocada em termos muito claros no site: “Recebemos colecionadores de segunda-feira ao sábado com encontro agendado”. Acentua-se um aspecto de ineditismo e autenticidade, mas também de certa carga exótica, muito presente na arte Naif.

De certa forma, esse itinerário de legitimação com presença em exposições e galerias encontra na carga testemunhal um componente contemporâneo das imagens midiáticas e talvez até mesmo uma estética pautada pelo olhar naturalista e direto. Opera-se nos dias de hoje uma volta ao encontro do testemunho fotográfico reafirmado pela presença ostensiva de câmeras miniaturizadas em aparelhos digitais multifuncionais, que reforçam o operador presente na cena e nos fazem crer com mais veemência na existência do fato. As fortes imagens de tortura nas prisões no Iraque aproximam-nos com mais cumplicidade da dor dos outros (Sontag, 2003). Essa volta ao testemunhal escapa dos procedimentos formais de produção e veiculação de imagens midiáticas, nas quais o fotojornalista raramente se desamarra das pautas pré-determinadas e com pouco tempo para realizá-las.

No site encontramos a projeção de uma auto-imagem diferenciada da grande mídia e que permite observar o compartilhamento de momentos únicos de intimidades e afetividades, onde o morro revive como um lugar de imaginário poético perdido nos estereótipos de violência e do tráfico. Sentados em nossas cadeiras à frente de telas audiovisuais, na intimidade protegida de nossas casas, e ao navegar nossos olhares por situação nunca experienciadas ou vistas, podemos ter uma sensação mais forte e muito distinta de uma apreensão presencial de uma exposição fotográfica ou através de multimídias em espaços culturais. As imagens nos falam diretamente do cotidiano, do banho público, do suor da festa, dos corpos em profusão erótica, ou seja, são fluxos simbólicos que externam uma condição única: a câmera participativa. Um bom exemplo é uma foto de pés em círculo no qual a própria câmara fecha o mesmo, como a famosa foto da prisão de um agente da PIDE (polícia política salazarista), onde os fuzis eram apontados para o representante simbólico da ditadura e a câmera era parte integrante do cerco. As duas fotos têm intencionalidades similares: marcar a identidade, demarcar o lado escolhido e fechar o círculo da significação. No caso da foto dos pés, a câmera opta estar inclusa como um todo no enquadre e como portadora de sustentação interativa da imagem, quase sentimos os pés como parte do aparato técnico, e no caso da foto do agente da PIDE, a câmera cumpre a função de um fuzil, um fuzil fotográfico, arma de caça de imagens, como foi anunciado por Marey ainda no século XIX.

Efetivamente o site é produzido para ser visto por um olhar endógeno no qual se pode até mesmo comprar imagens, ou seja, o projeto se apresenta como uma linha de entrada no mercado de imagens produ-

zidas por fotógrafos da própria comunidade. Anuncia-se uma empresa de comunicação para comercializar as fotografias com a construção de um banco de imagens com o nome Agência Olhares e até mesmo um “consultor negócios” (I Encontro sobre Inclusão Visual, Centro Cultural dos Correios) se apresenta como intermediário entre a produção e sua possível veiculação como mercadoria no mercado de imagens. Nesse sentido, uma explanação sobre direitos autorais e direitos de imagem é disponibilizada para os leitores no site, com didatismo para suplantar as dificuldades de compreensão dos termos jurídicos da lei.

O conjunto das fotos flutua entre o documentário de cunho social impregnado de realismo indicial doméstico e a estética contemporânea das imagens simbólicas testemunhais, ou seja, estamos frente a uma imagética na qual a autoria se consolida na própria práxis social de cada um de seus realizadores. O fato social extrapola a condição midiática factual para consolidar produtos temáticos da condição humana dos moradores das favelas através de olhares pessoais. Uma condição identitária visual é aclamada como existência propositiva de inclusão visual e de inserção no mercado de imagens, ou seja, a produção antes circunscrita somente a uma circulação interna de imagens é disponibilizada como imagens endógenas das favelas em contraposição às imagens produzidas por olhares externos com valores preconceituosos, ligados quase somente à violência e ao tráfico de drogas que abundam nos veículos de comunicação de massa hegemônicos. A circulação dessas imagens endógenas, seja através de sua legitimação nos espaços culturais ou na sua forma mais efetiva em termos comunicacionais no site criam um campo de encontro com um outro nunca visto nos veículos hegemônicos. O chamado “manifesto visual” alentado na abertura do site não se reveste de uma proposta plástica inovadora ou de uma asserção ideológica, mas pauta-se por uma entrada no mercado editorial de imagens e uma profissionalização dessas pessoas dentro do campo das políticas de inclusão social. Buscapé, o jovem e adolescente fotógrafo de *Cidade de Deus*, marcado pela sua experiência endógena, poderia ter canais mais diretos para entrar do disputado mercado profissional da fotografia se tivesse alguma oportunidade como os jovens do projeto Olhares do Morro estão vivenciando na prática.

VIVA FAVELA

Viva Favela⁵ é um portal dinâmico com atualização diária no qual coexistem muitas interfaces com o mundo das comunidades de moradores em favelas no Rio de Janeiro. O campo noticioso tem destaque em barra rotativa com as principais notícias que afetam os moradores das comunida-

5 Viva Favela <www.vivafavela.com.br>.

des. Anuncia-se então como referência para os acontecimentos midiáticos na lógica noticiosa endógena, que pode pautar muitos veículos de comunicação de massa hegemônicos pela sua capacidade operacional dentro da legitimidade construída pelo portal como espaço independente.

Mais além de um portal noticioso de referência para assuntos que não freqüentam os jornais e os canais de televisão, o portal abre janelas para campos da cultura e da sociabilidade dentro das favelas. Assim, campos como educação, emprego, diversão, classificados, e um espaço aberto ao internauta, são entradas para assuntos pertinentes às ansiedades das pessoas.

Viva Favela é a face midiática da ONG Viva Rio na proximidade das problemáticas das comunidades que vivem nos morros cariocas. O portal criou vários sites específicos e autônomos com temáticas sociais como o resgate da memória das favelas, produzindo reportagens transcrevendo a história oral dos antigos moradores, e a busca de imagens que marcaram a história interna dessas comunidades; outro site enfoca a questão ambiental a partir do ponto de vista da favela; e ainda um site dedicado somente para as mulheres; consultoria jurídica on line. O portal hospeda outros sites parceiros com temáticas de hip hop e uma rede de rádios comunitárias. A presença dos migrantes nordestinos é abordada em seção para esses grupos de pessoas que vieram para o Rio de Janeiro, principalmente a partir da década de 50, em busca de melhores condições de vida.

O portal abre para várias possibilidades midiáticas como uma revista e a produção imagética dos envolvidos no dia a dia da redação. No dia 4 de abril, o portal deu destaque para manifestação popular com a chamada “Baixada relembra chacina”: “Dia 31 deste mês faz um ano que 29 pessoas inocentes foram mortas em Nova Iguaçu e no município de Queimados. PMs suspeitos ainda vão à júri popular. Familiares das vítimas se unem as entidades organizadas e exigem providências”.

A revista se incumbem de alimentar o site com as notícias que são importantes para as comunidades. A foto que abre a chamada acima para entrada no texto integral é um conjunto de mãos entrelaçadas em união e camadas sobre fotos das pessoas queridas assassinadas. A imagem e o comprometimento do olhar fotográfico são presentes na construção de um símbolo de luta marcada pela dor da perda e pela luta pela justiça. O fotógrafo não está distante da dor e do processo de cobrança de responsabilidade pelos atos violentos da qual a própria polícia é acusada. A foto aparece de um modo geral menos como uma estética simbólica do testemunhal e mais como uma documentação marcada também pelo testemunhal, mas comprometida com o dia a dia das questões sociais. A foto acima de Walter Mesquita também está na

exposição Moro na Favela apresentada na Rocinha e na Cidade de Deus, e no site fecha a mostra das imagens apresentadas em flash.

No desenvolvimento desse sentido social das imagens, a produção imagética tem destaque no site Moro na Favela⁶. São seleções de imagens de um acervo com mais de 40.000 fotos produzidas pelos fotógrafos/as do portal, um conjunto pouco encontrado nos acervos fotográficos de temáticas sociais brasileiros. Esse conjunto de imagens é a coleção mais importante da fotografia documental brasileira na contemporaneidade. As fotos foram expostas no cotidiano, dentro da dinâmica do cotidiano, interagindo com as relações do dia a dia, assim, a imagem fotográfica torna-se uma metalinguagem desse mesmo cotidiano propiciando um refletir sobre si e sobre a condição humana de existência. A legitimidade das imagens dá-se dentro das comunidades e ao contrário do projeto Olhares do Morro, não transparece uma necessidade de legitimação de um olhar de fora qualificatório de um possível estado de “arte”, que muitas vezes se faz como asserção de uma falta de efetiva ação do Estado, das estatais e das empresas, etc., ou seja, menos por uma elevação estética da qualidade e muito mais por uma política de aceitação de uma produção endógena nos processos de inclusão social que a sociedade quer e deseja materializar. Moro na Favela existe e se legitima dentro do cotidiano, nas ruas e vielas, e principalmente no site do portal Viva Favela.

Moro na Favela também apresenta ensaios autorias e perfis dos fotógrafos/as que participam da produção de imagens. Os ensaios trazem temas específicos como *Vidas Perdidas*, que recorta o tema da violência. São cenas duras da perda e da dor da morte de pessoas da comunidade, entre elas crianças atingidas por “balas perdidas”, mães com fotos de seus filhos. Novamente a foto de Walter Mesquita aparece nesse ensaio para traduzir o sentimento de união na dor e a esperança de novos tempos. A reafirmação dessa imagem de Mesquita em várias passagens indica uma marca ideológica de processo histórico de transformação, e se não fosse pela foto de fundo dessas mãos, um retrato perdido, quase escondido, contextualizando-as, poderiam significar qualquer coisa que uma legenda conotasse. O ensaio “Cabeça Feita” é um estudo fotoetnográfico da estética do adorno corporal presentificado nos arranjos de cabelo. O terceiro ensaio é um estudo da arquitetura do possível, com a materialidade e reciclagem do encontrável, e a ambiência do espaço casa conseguido.

A questão identitária se mostra muito enraizada na prática de redes de informação que nutrem o portal e suas ramificações de conteúdo: os sites e entradas que compõem o portal. Alimenta-se o imaginário

6 Moro na Favela <www.moronafavela.com.br>.

da memória dos antepassados, resgata-se a história oral, reproduz-se o dia a dia dos acontecimentos mais marcantes para as comunidades, movimentam-se as imagens em fluxo virtual da rede para a materialidade das ruas e de volta ao próprio site, incentiva-se a auto-estima e as projeções dos desejos, enfim, as relações sociais e suas demandas estão presentes em camadas de ampla significação e dentro do contexto social da produção de sentido. Tudo isso acontece dentro do espaço virtual do portal e conduz em via de duplo sentido a reafirmação de identidades e a aproximação com o olhar endógeno. Permite-se assim visibilidade interna na presença e existência em rede, na qual podemos acessar um universo cultural nunca mostrado pelas televisões e jornais.

CAPÃO REDONDO

Capão Redondo⁷, um bairro periférico abandonado da cidade de São Paulo, ficou conhecido pelo livro *Capão Pecado* de um autor chamado Ferréz. Na narrativa nos defrontamos com um cotidiano de miséria, de violência, drogas e infalivelmente a morte. Seu texto trouxe a linguagem de guetos do cotidiano de grupos da periferia. Um romance com a carga emocional do presente assustador dos códigos identitários do cotidiano de personagens realistas. *Capão Pecado* alçou Ferréz no âmbito do jornalismo crítico e jogou luzes sobre a vivência da periferia.

O site do Capão se fundamenta na tradição literária marginal e popular, como uma herança do trabalho de Ferréz. Idealizado por dois irmãos, Leonardo Lopes e Allan Lopes, em 2000, surgiu como proposta de apresentar uma visão além da violência, constante nos veículos de comunicação de massa. Os autores do portal identificam três fases, a primeira acima, mudar a imagem do bairro com informações gerais para dar visibilidade do bairro além da imagem de violência. As duas fases posteriores colocaram o portal dentro da dinâmica virtual, como um portal tradicional que oferece serviços de acesso normais na Internet, colocando em evidência seu rosto de utilidade pública, mas na sua terceira fase que se constituiu efetivamente dentro do campo mais rico possibilitado pela web, abarcando o campo da produção cultural dentro da comunidade. Os autores consideram-no como um portal, e não como site, entretanto não encontramos sites vinculados pendurados no mesmo, nos parece uma concepção de “portal” vinculada a uma proposta aberta de interatividade, o que pode caracterizar hoje o site como um coletivo de autores periféricos. Essa nova fase do portal coloca-o numa dimensão política ao permitir um fluxo livre de manifestações sobre variados assuntos e temas presentes nas mentes e corações desses autores testemunhais da vivência na periferia.

7 Capão Redondo <www.capao.com.br>.

O portal abre de forma clara sua opção ao indicar um espaço para a manifestação de ausências ao anunciar: "Aqui a periferia tem vez". São 40 colonistas escrevendo sobre os temas mais diversos, desde questões do cotidiano até questões políticas nacionais e internacionais. Seria necessário um grande esforço para uma análise mais profunda da lógica discursiva entre os autores, e trabalho ainda por vir. Ressaltam-se algumas entradas importantes no portal

A existência de um dicionário aberto de gírias é nomeada com "Dialeto". Através de um formulário simples qualquer internauta pode inserir uma expressão ou palavra no dicionário, explicando sua significação e muitas vezes com exemplos de uso. Muitas expressões são comuns em várias partes do Brasil, mas uma infundável lista de novas expressões ali consignadas.

Uma das entradas na barra principal é nomeada de "Histórias do Gueto", são relatos de situações e de vivências diárias múltiplas, e amor, violência, constrangimentos, denúncia, etc. E quase todas têm um perfil marcado de crônicas da tessitura do social apresentadas nos detalhes da vivência, na qual emoções e sensações nos aportam para um imaginário da ambiência e suas camadas de significação. Escolhi uma das passagens para marcar algo conhecido das crônicas dessa vivência, algo comum no imaginário social sobre favela e periferia. Uma história que conta a amizade de dois amigos, e a tragédia de um deles. Conta o autor um pouco da trajetória de um amigo de infância que entrou para a criminalidade, preso por oito anos, responsável por mais de 30 homicídios, a seguir um trecho:

Uma bela noite, depois de uns 9 meses solto, ele me disse que desde quando saiu da cadeia já tinha matado uns 7 malukos [...] tudo por causa da maldita COCAINA e de algumas tretas [...] O Betinho era o terror, andava de Golf zero bala, mulher á vontade, dinheiro [...] Mas pra tudo tem, sua hora... Uma bela tarde, ele dentro do seu Golf curtindo o sol e um pagode, parou para trocar umas idéias com os camaradas... Foi quando s inimigos dele passaram e viram ele moscando, sem camisa de olhos de sol e bombeta, pois as quadradas estavam dentro do carro, os inimigos não deram boi, pararam o carro e desceu 2 malukos, chamaram ele pelo nome, quando ele olhou para tras, não deu tempo de pegar as quadradas, tomou 16 tiros de 9 milímetros e de oitão, tomou 10 tiros entre o peito e as costas, quando ele caiu s manos deram mais 6 na cara e cabeça [...] Morreu no local e por 2 molekes, um de 15 anos e outro de 16 [...] Uma semana antes de morrer o Betinho havia matado o irmão do moleke de 15 anos [...] Morreu na mão de

moleques que na quebrada tinham fama de otários de nóias [...] É como falam, malandro de mais acaba morrendo na mão de otários!!! Será que vale a pena continuar no Crime? (por Leonardo Lopes. Texto na íntegra sem correções).

Outra história do gueto, conta algo que também conhecemos: a pilhagem de um carro abandonado. Um jovem vê as coisas acontecerem, o carro desaparecer aos poucos, e depois de alguns dias somente a lataria ao lado de sua casa tornava-se ninhos para ratos, e ele decide levar a lataria para um ferro-velho, e o destino o coloca como culpado da condição social que se encontra:

Foi até o ferro-velho mais próximo e pegou emprestado um carrinho de catar papelão. Com a ajuda de um colega, conseguiu colocar a lataria em cima do transporte. As paradas no meio do caminho foram constantes e obrigatórias, o suor escorria-lhe pelo corpo todo e aquela tarde sugeria uma jarra de suco natural bem gelado na beira de uma piscina. Na sua penúltima parada descansou alguns minutos, tomou fôlego, respirou fundo e quando começou a puxar o carrinho ouviu atrás de si a sirene da polícia. Sem detalhes e apresentação de documentos, Dejacson foi levado para a delegacia e indiciado por roubo de carro. Enquanto não acontece o julgamento, ele passa o dia a olhar pela janela as pessoas que passeiam no Parque do Carmo, um extenso território florestal que fica ao lado da delegacia (por Ademiro Alves).

O portal é atualizado diariamente e mantém um espaço de noticiário sobre eventos culturais e sociais no bairro. Em texto-resenha “A realidade sem máscaras”, o autor Marco Garcia apresenta um resumo das dificuldades diárias do povo do Capão Redondo, ao se anunciar como filhos da periferia, cita o livro de Ferréz, *Manual Prático do Ódio*, como uma leitura obrigatória ao grupo. A presença desse autor é sem dúvidas uma marca de uma literatura periférica constitutiva da formação da identidade desses jovens autores. Nesse artigo, uma notícia quase resenha, aparece uma das poucas fotos vinculadas a texto:

Uma crítica nua e crua ao sistema estabelecido, uma exposição da realidade vivida por aqueles excluídos da pauta do orçamento, são histórias de pessoas sofridas, crianças que vagam sem rumo ao encontro do nada, jovens que sem oportunidade partem atrás de algo que preencha o vazio vivido desde sempre, é a falta de pão para preencher o vazio do estômago, é o álcool, essa droga legalizada pelo sistema, é a rotina do gueto pronta a levar o seu submisso à loucura e ao suicídio, é a morte

de “mais um” a cada dia, é o olhar dos “juízes” de plantão prontos para mais um veredicto, é a tirania dos meios de comunicação a persuadir a dona de casa a tirar da boca do filho para comprar o cd do artista do momento, é a presença do Estado em forma de polícia humilhando os moleques e cobiçando meninas desprotegidas, é a rua sem asfalto, é a casa sem reboco, é a água da chuva inundando os cômodos, é a vontade de vencer reprimida pelo descaso, é a falta de espaço para lazer, é a luta incessante pela sobrevivência cada dia mais difícil, pois essa parte da sociedade é invisível para aqueles que moram na parte central e detém o maior pedaço do PIB nacional.

Podemos definir o portal Capão com um coletivo social virtual com acepções políticas que permeiam o cotidiano e ascendem para questões nacionais e internacionais, e pautado por liberdade de expressão de idéias. As múltiplas significações presentes nas inúmeras contribuições de seus colunistas existem como comunicação endógena, na qual os componentes do coletivo e os próprios moradores do bairro podem interagir dentro de sua vivência, e não exclui o internauta não morador ou com outra identidade social. Ou seja, o portal não exclui os “incluídos” ao deixar que nossa navegação penetre em valores muitos distintos dessa vivência. A auto-imagem e a projeção de uma identidade social passam no portal pela visibilidade de uma literatura periférica pautada na linguagem local iniciada por um autor, Ferréz, que conseguiu romper a barreira social de sua condição marginal.

“É NÓIS NA WEB”

O objetivo desse ensaio foi navegar pela Internet em sites e portais que projetam auto-imagens de grupos sociais na periferia territorial e econômica e encontrar parâmetros antropológicos para compreensão de possíveis identidades construídas por valores espontâneos ou organizadas que pudessem traduzir um sentimento de pertinência e uma relação de alteridade. A questão dos direitos autorais e direitos de imagem abriram espaço para uma discussão sobre a presença da construção de identidades sociais na Internet. Percebemos que a Internet criou um campo propício para existência virtual de culturas urbanas não visíveis nos meios tradicionais de comunicação de massa e permitiu entradas ao internauta nas relações sociais de difícil acesso por via presencial.

Em alguns casos a territorialidade é o ponto de encontro de uma situação social marginal que congrega uma identidade do morador dessas condições, esse é o caso do portal capão, no qual o bairro é fator de congruência e delimitação. Nos outros dois casos, a situação social de morador em favelas e dos morros cariocas é a condição de identi-

dade, mas em ambos a territorialidade como localização sempre foi determinante na apresentação de manifestações fotográficas virtuais. A presença de uma gama de trabalhos de inclusão visual na cidade do Rio de Janeiro encontra eco nesses dois espaços cibernéticos que exemplificam uma atuação constante de ONG com esse propósito. Viva Favela é exemplar de uma atuação ampla e extensa dentro das comunidades do Rio de Janeiro, onde se estabeleceu uma rede de trabalho e de informação alternativa aos meios hegemônicos de comunicação de massa. Viva Favela interage e se alimenta do cotidiano das favelas cariocas, retornando seus produtos direcionados para os desejos e projeções dessas populações. Encontramos na cidade de São Paulo um portal diferenciado, com origem literária com extensa produção de textos, no qual um autor local ganhou visibilidade nacional (no caso Ferréz) e, de certa forma, induziu a um coletivo autoral. A visibilidade assentida pela produção literária marginal de Ferréz conduz também o próprio internauta a procurar mais informações sobre o bairro de Capão Redondo, e surpreendentemente encontra um portal também literário e com uma forte dinâmica local e uma permissão ao outro para entender a vicissitude e a tessitura social. Muito além de simples espaço de comunicação interpessoal de um a um, ou de um para muitos, de espaço comercial e de negócios, a Internet também é mídia veicular de valores sociais e instrumentalizada hoje por grupos sociais ativos.

O pesquisador social está hoje indubitavelmente também dentro da lógica imediata da visualização da imagem digital e frente a uma consciência de fluxos mediáticos cada vez mais presentes nos cidadãos, e encontra na imagem um lugar de negociação cultural no qual grupos sociais projetam identidades e querem ter algum domínio desse processo. A Internet permite transpor a condição da intermediação visual por um pesquisador na visibilidade de grupos sociais e transparece como lugar da afirmação identitária. Tempos atrás tínhamos uma crítica à ocupação de um poder exarado por um ponto de vista da imagem técnica exógena, produzida por um pesquisador como detentor dos meios de produção da imagem, entretanto, essa questão tornou-se menor com a asserção do digital, principalmente como meio e veículo de profusão de valores étnicos e sociais endógenos.

BIBLIOGRAFIA

- Achutti, Luiz E. Robinson e Hassen, Maria Nazareth Agra 2003
“Fotoetnografia com fotografia digital. O tradicional e o moderno na Vila de Itapuã” em
<www.ufrgs.br/fotoetnografia/caderno_campo/index.html>.

- Bellavance, Guy 1997 “Mentalidade urbana, mentalidade fotográfica” em *Cadernos de Antropologia e Imagem* (Rio de Janeiro) Nº 4.
- Morelli, Rita de Cássia Lahoz 2001 *Arrogantes, anônimos, subversivos. Interpretando o acordo e a discórdia na tradição autoral brasileira* (São Paulo: Companhia da Letras).
- Novaes, Sylvia Caiuby 1993 *Jogo de espelhos* (São Paulo: EDUSP).
- Oliveira, Cláudia de s/f “Fotografia e a representação do Rio de Janeiro moderno em Fon-Fon! Selecta e para todos (1907-1930)” em www.studium.iar.unicamp.br/15/06.html?studium.
- Sontag, Susan 2003 *Diante da dor dos outros* (São Paulo: Companhia das Letras).
- Tacca, Fernando de 1993 “Sapateiro: o retrato da casa” em *Boletim Especial de Fotografia do Centro de Memória* (Campinas) Vol. 10. Em www.studium.iar.unicamp.br/10/4.html.
- Tacca, Fernando de 2005a “Imagem fotográfica: aparelho, representação e significação” em *Psicologia & Sociedade* (Porto Alegre) Nº 3.
- Tacca, Fernando de 2005b “La muerte fotográfica. Ilusión, violencia y aporía autoral” em *Ojos Cruels. Temas de Sociedad y Fotografía* (Buenos Aires) Nº 2.
- Worth, S. e Adair, J. 1970 “Navaho filmmakers” em *American Anthropologist*, Nº 72.
- Worth, S. e Adair, J. 1975 *Thought the Navaho eyes. An exploration in film communication and anthropology* (Indiana: Indiana University Press).

Silvia Pérez Fernández**

FOTOGRAFÍA Y CONFLICTO SOCIAL EN BUENOS AIRES

EL ESTALLIDO DE 2001 Y LA EMERGENCIA DE PRÁCTICAS ALTERNATIVAS

EL ESTALLIDO SOCIAL del 19 y 20 de diciembre de 2001 en Argentina imprimió una mayor visibilidad y aceleración a las prácticas alternativas relativas a la imagen, fundamentalmente de video y cinematográficas, pero también fotográficas. En el presente artículo se intenta una reconstrucción –parcial, puesto que se trata de investigaciones en curso¹– de la emergencia de algunos grupos de fotografía alternativa, volcados a la producción de imágenes periodísticas y documentales entre mediados de la década del noventa y 2005. Considerando que la diversidad de experiencias responde a otras tantas maneras de concebir lo hegemónico y, consecuentemente, la construcción de formas de

* Socióloga. Fotógrafa. Docente e investigadora de las facultades de Ciencias Sociales y Derecho de la Universidad de Buenos Aires. Codirectora de la revista-libro *Ojos Cruels. Temas de fotografía y sociedad*.

¹ Nos referimos a los proyectos “Estudios sobre cine y fotografía desde los ochenta. Hacia la construcción de un enfoque transdisciplinario en ciencias sociales”, programación científica 2004-2006 de la Secretaría de Ciencia y Tecnología de la UBA, y “Producción audiovisual y medios en la praxis latinoamericana”, del Programa de Grupos de Trabajo de CLACSO, período 2003-2006. Ambos son dirigidos por la Dra. Susana Sel.

confrontación, en primera instancia se apuntarán brevemente algunos elementos en oposición a los cuales emergen dichas prácticas.

LA CONSOLIDACIÓN DE HEGEMONÍA EN LA FOTOGRAFÍA DE LOS NOVENTA

A inicios de la década del setenta, comienza a insertarse en diversos medios una generación de reporteros gráficos que habían sido formados, fundamentalmente, por quienes innovaron en la producción fotoperiodística durante los años sesenta: Juan Di Sandro, Jorge Aguirre y “Paco” Vera. Esta camada imprime un sello modernizador en la fotografía de prensa, tanto en su rol de fotógrafos como de editores. En los setenta se acrecienta notablemente la cantidad de agencias informativas: en 1973, el gobierno peronista nacionaliza el servicio de distribución de fotografías creando Noticias Argentinas (NA), con el objetivo de relevar a las agencias norteamericanas Associated Press (AP) y United Press International (UPI). En 1975 se funda SIGLA (Servicios de Información Gráfica latinoamericana), de carácter independiente, en la que los fotógrafos se ocuparon íntegramente del proceso de producción y comercialización de los materiales, y donde por primera vez la editorialización quedó en sus propias manos. Ya en dictadura, se crean Diarios y Noticias (DyN), en 1981, e Imagen Latinoamericana (ILA). En términos de Enzensberger (1971), puede interpretarse el fenómeno como la yuxtaposición de la concentración económica y de sentido, al reducirse, en este último caso, la multiplicidad de puntos de vista en la producción de imágenes informativas. Por otro lado, vale señalar la confluencia de otros dos factores durante el gobierno militar: el choque entre la fotografía de tipo “interpretativa” llevada a cabo por esta nueva generación de fotógrafos (opuesta a la anterior escuela “objetivista”) contra la censura oficial, y la desarticulación de la militancia gremial en el ámbito de la prensa, en medio de la complicidad que la mayoría de los medios tuvieron respecto de la dictadura.

En ese contexto, los reporteros gráficos conformaron una fuerza de oposición. Con anterioridad a la marcha del 30 de marzo de 1982 (en la que, días antes del comienzo de la Guerra de Malvinas, sectores del movimiento obrero sindicalizado se movilizaron contra el régimen militar), el Grupo de Reporteros Gráficos organizó, en octubre de 1981, la muestra Periodismo Gráfico Argentino. Si bien se originaba en un homenaje, en el primer aniversario de su muerte en un accidente, a tres fotógrafos del diario *Crónica*, más allá del tributo subyacía otro objetivo: denunciar el rol de los medios respecto de la dictadura. Hay quienes valoran las primeras muestras de Periodismo Gráfico como uno de los dos movimientos culturales de oposición más relevantes de la época,

junto a Teatro Abierto². Entre las agencias, fue SIGLA la que distribuyó al exterior las primeras fotografías de las Madres de Plaza de Mayo.

Durante los años del gobierno radical encabezado por Raúl Alfonsín, los reporteros gráficos fueron blanco de agresiones cuando las tensiones al interior de la sociedad civil generadas a partir del juicio a las Juntas encontraron inacción o formas de intervención represiva del Estado. Por otra parte, en el marco del proceso de apertura y democratización de espacios de la cultura en general, y con el Estado como vehiculizador principal de las demandas, hacia 1986 se cierra una etapa en la dinámica del campo fotográfico, en la que se institucionaliza parte de la producción fotográfica de carácter “artístico”³.

En la década siguiente y con el marco de la transformación económica, social y cultural que llevó adelante el menemismo –con la restauración del liberalismo económico en su versión más conservadora, elitista y excluyente–, gran parte de los reporteros gráficos empleados en las agencias durante los ochenta pasaron a trabajar en los principales diarios; algunos, inclusive, como editores gráficos. La importancia política que tuvo (por dentro y por fuera del campo fotográfico) la presencia de los reporteros en la década del ochenta –aglutinados en torno al Grupo de Reporteros Gráficos primero, y sindicalizados en la Asociación de Reporteros Gráficos de la República Argentina (ARGRA) después–, decae en los noventa, al tiempo que la flexibilización laboral y la tendencia a la conformación de multimedios y oligopolios de la información constituyen transformaciones cruciales del período.

Acompañando las mutaciones antes señaladas, la paridad pesodólar permitió que sectores de las capas medias (a las que pertenecen mayormente los practicantes de fotografía) adquirieran, en la primera mitad de la década, equipos y materiales fotográficos en una proporción significativamente mayor que en los años precedentes, ampliando la base de práctica y la demanda de formación. Se inicia así un intercambio más fluido con el quehacer fotográfico del exterior, a través de la participación de algunos fotógrafos locales en eventos internacionales y la visita al país de reconocidos fotógrafos extranjeros. Sin embargo, podríamos caracterizar a esta fase como “de transición”, siendo en la segunda mitad de los noventa cuando política e ideología cristalizan, tanto en las producciones fotográficas como en los discursos. Con su primera edición en 1989, la evolución de los Encuentros Abiertos de Fotografía puede considerarse un indicador de la progresividad de dichos

2 Ver al respecto “A 25 años del golpe. La fotografía de prensa en la dictadura”, trabajo presentado en las III Jornadas de Fotografía y Sociedad, Facultad de Ciencias Sociales, UBA, septiembre de 2003.

3 Para una referencia al tema puede consultarse Pérez Fernández (2005).

cambios al interior del campo; estos abarcan dimensiones materiales y discursivas, y son vehiculizados (aunque no exclusivamente) por artistas y curadores extranjeros y locales que participan de sus ediciones. Con ellos se introducen: reflexiones sobre la imagen fotográfica que vienen predominando en Europa desde inicios de la década del ochenta, particularmente las de Dubois (1994), Barthes (1992) y Fontcuberta (1997); la preocupación por incorporar a la fotografía en los circuitos artístico-comerciales de las artes visuales; y un modo de gestión que adquiere formas de realización de la cultura globalizada, cuando los Encuentros se asocian en 1998 a 21 festivales de fotografía internacional, dando lugar al Festival de la Luz. Es este el contexto en el cual se produce una creciente segregación de la fotografía, con fuerte potencia referencial de los ámbitos de exposición oficiales y privados. Es decir, al tiempo que la exclusión social se incrementa y el conflicto social se agudiza, la fotografía documental⁴ es desplazada por imágenes y discursos que reposan en la escisión entre fotografía y compromiso social. Este corrimiento es significativo, puesto que la producción de carácter documental será, de hecho y en términos de su propia realización y circulación, una práctica contradiscursiva en la Argentina de los noventa.

En los primeros años del retorno a la vida constitucional, la emergencia de grupos con prácticas alternativas tuvo como límite el propio subcampo de la fotografía “artística”, cuando los fotógrafos “independientes” buscaron la superación de las anquilosadas concepciones de la fotografía fotoclubística (ver Pérez Fernández, 2006). Sin embargo, la alternatividad que se abre paso en la segunda mitad de la década del noventa se desplaza no sólo en términos discursivos, sino también geográficos: una praxis militante ligada a la problemática social se muestra como modelo de construcción antagónica a los anteriores y trabaja junto a sectores marginados en su propio terreno y solidariamente con sus necesidades.

CONFLICTO SOCIAL Y FOTOGRAFÍA: LA EMERGENCIA DE PRÁCTICAS ALTERNATIVAS

Para diciembre de 2001, el desempleo convierte en pobres a prácticamente la tercera parte de la población, y sitúa por debajo del nivel de pobreza a otro tercio. La ayuda social estatal se reduce a distintos planes absolutamente insuficientes que, además, por los mecanismos de adjudicación, fortalecen las modalidades clientelares de los partidos tradicionales.

4 Conceptualmente, “la imagen que connota, que argumenta o que ignora, la imagen que nos conduce hacia aspectos ocultos con propósitos de intervención, la imagen que por su decisión de cortarle el paso a la normalidad de la pobreza y de la explotación material y moral pasa a llamarse de documentación social” (Ledo Andión, 1998: 21).

Frente a la pérdida de trabajo y vivienda, dos formas de confrontación prevalecen en la lucha política de los desocupados: las tomas de tierras y los piquetes. Los cortes de rutas y caminos tienen como reclamos centrales el trabajo genuino y/o el aumento de la cantidad y monto de los planes de asistencia. De allí que algunos movimientos organizan paralelamente cooperativas de trabajo y comedores comunitarios, creados a partir del dinero asignado a cada familia y puestos a la producción y el sostenimiento colectivos.

Por otro lado, en noviembre de 2001, el llamado “corralito financiero” decretado por el gobierno de la Alianza despoja a sectores medios de sus depósitos bancarios, a la vez que los grandes grupos concentrados fugan el dinero hacia el exterior. El estallido del 19 y 20 de diciembre de 2001 comienza con saqueos de alimentos a supermercados en la ciudad de Concordia (provincia de Entre Ríos) y el Gran Buenos Aires por parte de los sectores más excluidos, confluyendo con las capas medias, que protestan contra el estado de sitio impuesto por el gobierno, y los ahorristas.

LOS GRUPOS DE FOTOGRAFÍA: PRÁCTICAS SOLIDARIAS Y ALTERNATIVAS

Los hechos de diciembre determinan un punto de inflexión en las prácticas alternativas de los medios en general (Vinelli y Rodríguez Esperón, 2004) y relativas a la imagen en particular (Sel, 2005). Si bien la producción alternativa cobra mayor visibilidad por entonces, en el caso de la fotografía el proceso contaba ya con un lustro de desarrollo.

Desde fines de la década del ochenta, en el sur del Gran Buenos Aires la toma de tierras se convirtió en el mecanismo recurrente con que los sectores más empobrecidos encontraron “solución” al problema de la vivienda. La presencia de fotógrafos en dichas tomas data de mediados de 1996, cuando un grupo de estudiantes que asistían a los talleres de fotografía de la Secretaría de Extensión Universitaria de la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad de Buenos Aires forman la Cooperativa de Fotografía Documental con el objetivo de documentar problemáticas sociales. La Cooperativa integraba, además, a estudiantes de la Escuela de Fotografía de Avellaneda y fotógrafos que se fueron incluyendo a través de varias convocatorias (algunos de estos actualmente se desempeñan en los principales diarios y agencias). Con anterioridad al trabajo en las tomas, miembros de la Cooperativa participan y cubren fotográficamente en Uruguay el Encuentro de Juventudes contra la Represión del Cono Sur, donde se relacionan con grupos ligados a la comunicación y el arte en general. También realizan la cobertura de la Marcha del Apagón en Libertador General San Martín-Calilegua, provincia de Jujuy, en julio del mismo año.

En el asentamiento Agustín Ramírez (situado en las localidades de Quilmes y Florencio Varela, provincia de Buenos Aires), los integrantes de la Cooperativa comparten la documentación del crecimiento del barrio con videastas (que habían formado parte, en 1994 y 1995, de la experiencia de TV alternativa Canal 4 Utopía, y que luego conformarán el grupo de video Alavío). Participan también en el trabajo barrial estudiantil de la carrera de Trabajo Social de la UBA. En las fotografías, registran momentos de represión al asentamiento, pero también fotos de la vida social y comunitaria. La urgencia de otros temas les impide realizar un taller de fotografía en el barrio, pero entregan cámaras fotográficas para que los pobladores hagan sus propias tomas; la experiencia no fue completada ni la edición del material, compartida. Los gastos del grupo eran cubiertos por los propios fotógrafos, o mediante la venta de señaladores, tarjetas y fotos que colgaban los domingos en el Parque Centenario (centro de la Ciudad de Buenos Aires). Si bien querían mostrar otra realidad, ocultada por los medios hegemónicos –“nos sentíamos activistas de la contrainformación [...] queríamos hacer información a partir de necesidades como salud, vivienda, educación” (Entrevista de la autora, junio de 2005)–, la discusión respecto de este punto no fue abordada por el grupo.

La Cooperativa de Fotografía Documental “se parte” cuando la toma de la Editorial Atlántida (junio de 1997) precipita las discusiones que había al interior, entre quienes priorizaban la actitud militante y quienes veían que la misma dejaba en un segundo plano y obturaba el análisis e intercambio sobre cuestiones relativas a la imagen fotográfica. Algunos abandonan el grupo y otros forman Fotografía de la Base. Inclusive, antes de la toma de Atlántida, ya se habían desvinculado algunos integrantes, que crean el grupo Hacha, el cual compartirá experiencias con el colectivo de arte Etcétera.

Fotografía de la Base toma el nombre del Cine de la Base de Raymundo Gleyzer. En el transcurso de la primera edición de las Jornadas de Fotografía y Sociedad, realizadas en la Facultad de Ciencias Sociales de la UBA (en la cual algunos de sus miembros eran estudiantes de grado) en noviembre de 1997, instalan una muestra “relámpago” en la que exhiben los trabajos realizados en el Gran Buenos Aires. Algunos integrantes de Fotografía de la Base van a militar en el Partido Obrero, por lo que constituyen un antecedente del Ojo Obrero. Al mismo tiempo surge ContraImagen, grupo vinculado al Partido de los Trabajadores por el Socialismo (PTS), ambos de orientación trotskista.

El núcleo que había pertenecido a Fotografía de la Base lleva adelante la experiencia del Noticiero Obrero, junto a estudiantes de la carrera de Periodismo de la Universidad de La Plata. El material muestra el surgimiento del movimiento piquetero, el cual fue elaborado a partir de la

“resignificación” del material tomado de los medios hegemónicos. Posteriormente se suman estudiantes de la carrera de Diseño de Imagen y Sonido (Facultad de Arquitectura, Diseño y Urbanismo, UBA) y dan forma al Ojo Obrero a mediados de 2000. Desde esta agrupación se sostiene:

Nos diferenciamos completamente de otras organizaciones similares en que nosotros nos consideramos una corriente política, que interviene en una amplia gama de sectores relacionados con lo audiovisual. Entonces no nos limitamos a registrar, para después editar y producir un material audiovisual y fotográfico, sino que establecemos primero cuáles son nuestros objetivos políticos más generales, y en función de eso realizamos el trabajo (Entrevista de la autora, junio de 2005).

En ese sentido, intervienen, por ejemplo, en la formación de los centros de estudiantes de la Escuela Nacional de Experimentación y Realización Cinematográfica (ENERC) y del Instituto de Arte Cinematográfico (IDAC). Tienen también como referente el cine de Raymundo Gleyzer, y creen que para llegar a la reflexión política (“no se trata de una cuestión de información”) sobre los problemas sociales es más pertinente el abordaje ficcional que el documental. El Ojo Obrero produjo una buena cantidad de videos sobre distintos conflictos obreros y de desocupados, que son exhibidos mayormente en los ámbitos de lucha o en la calle, pero sus integrantes no rechazan espacios de la cultura hegemónica, puesto que consideran que tienen derecho a exhibir en las mejores condiciones técnicas para el público popular. El grupo se financia con el aporte de los integrantes y la venta de los materiales producidos. Respecto de la fotografía, el Ojo Obrero entiende que es “su pata renga en la producción de imágenes”. Las fotografías que obtienen son utilizadas para la página web y el periódico del Partido Obrero, las publican en el sitio de Indymedia y, en ocasión de algunas marchas, son exhibidas en un stand. Esta última actividad, al igual que la proyección de videos, suelen compartirla con otros grupos y colectivos. Recién en junio de 2005 comenzaron a pensar en implementar un taller de fotografía para las organizaciones vinculadas al Polo Obrero, organización piquetera del Partido Obrero.

En las jornadas del 19 y 20 de diciembre confluyen con los manifestantes varios fotógrafos que documentan los sucesos de la calle. Poco después conforman el colectivo Argentina Arde (por esos días también surge la Asociación de Documentalistas-ADOC). Su nombre se liga al de Tucumán Arde, experiencia de 1968 en la que jóvenes de la vanguardia plástica rosarina se vuelcan a un trabajo que transita del arte a la militancia política. El material fotográfico obtenido es mostrado en la calle, asambleas barriales, piquetes y barrios en los que trabaja

el Movimiento de Trabajadores Desocupados (MTD) y el Movimiento Teresa Rodríguez (MTR). Pero también es llevado a organismos como la Coordinadora contra la Represión Policial e Institucional (CORREPI) y el Centro de Estudios Legales y Sociales (CELS), puesto que consideran que, además del carácter documental, la fotografía puede constituirse en prueba que incrimine a asesinos y represores. Uno de sus miembros fue quien aportó a la CORREPI las fotografías-prueba del asesinato de los piqueteros Kosteki y Santillán en junio de 2002, lo que finalmente termina contribuyendo no sólo a esclarecer el hecho, sino también a desenmascarar el ocultamiento y complicidad de los principales diarios. Quienes integran Argentina Arde consideran que la cámara fotográfica es una herramienta de construcción que hay que aprender a utilizar para “llenarla de contenido social y responsable, en contra de la privatización de la mirada que imponen los medios hegemónicos” (Intervención del representante de Argentina Arde en las III Jornadas de Fotografía y Sociedad, septiembre de 2003).

En mayo de 2003 emerge otro grupo, que se convierte en uno de los más prolíficos: Acción Fotográfica. En las inundaciones que se producen en la Provincia de Santa Fe realizan un trabajo de documentación, que será utilizado por las víctimas en los juicios, como prueba de los bienes perdidos por falta de obras preventivas. También participan de las sucesivas visitas a la zona anegada estudiantes de la Facultad de Ciencias Sociales de la UBA. A partir de allí, comienzan a reunirse para debatir junto a sus compañeros estudiantes de la Escuela de Fotografía de Avellaneda la formación del grupo. El mismo tendrá una composición política heterogénea, y más allá del carácter documental de sus producciones, sus integrantes consideran que su trabajo tiene que ver, de todos modos, con reivindicar a la fotografía como una forma de expresión. Se manifiestan por “un arte revolucionario contra los medios masivos y los grupos fascistas” (Entrevista de la autora, junio de 2005). Algunos de sus miembros estudian fotoperiodismo en la ARGRA. En diciembre de 2003 se integran al Foro de Medios Alternativos (FODEMA), constituyéndose en el principal proveedor de fotografías para movimientos, agrupaciones, medios alternativos y partidarios del campo popular con distintas orientaciones. El grupo cede gratuitamente el uso de sus fotos a estos sectores y autofinancia sus gastos. Las fotografías obtenidas portan crédito de autoría y de pertenencia al grupo, tal como ocurre con las agencias. Los integrantes de Acción Fotográfica realizan cobertura diaria de los acontecimientos más importantes, pero también tienen un espacio de producción y discusión con trabajos de carácter ensayístico.

LOS MOVIMIENTOS SOCIALES: LA PRODUCCIÓN DE IMÁGENES PROPIAS

Si bien resta concluir el trabajo de campo, se describirán algunas experiencias sobre el lugar que ocupa la fotografía en la prensa de distintos movimientos. La incorporación de las mismas en sus publicaciones depende mayormente de la cesión e interacción con algunos grupos de fotografía alternativos, siendo escasa la capacitación a través de talleres de fotografía.

El MTR (surgido en 1996 en el Gran Buenos Aires) edita el periódico *El Corte Piquetero* entre 1999 y 2004. Lo hacen integrantes del movimiento, aunque “compañeros del campo popular alternativo han venido a dar talleres” (Entrevista de Susana Sel y la autora, junio de 2005). Las fotografías que se imprimen en *El Corte Piquetero* son provistas, en algunos casos, por fotógrafos que trabajan en los medios hegemónicos, pero en gran medida las obtienen sus propios militantes. De las herramientas de Internet, el MTR emplea sólo una dirección de correo electrónico, careciendo de computadoras para el trabajo específico de la revista o la circulación de información. Habitualmente comunican sus acciones a través de las páginas de Indymedia y RedAcción.

La Coordinadora de Unidad Barrial-MTR (CUBa-MTR) continúa editando mensualmente el periódico *El Corte Piquetero*, que es elaborado por militantes del movimiento; la distribución alcanza a varias provincias. Su vínculo con agencias y medios alternativos es pobre; en cambio, está más desarrollada la relación con grupos de videastas (Ojo Obrero y Cine Insurgente).

El MTD Aníbal Verón integra el Frente Popular Darío Santillán. También participan de él varias organizaciones piqueteras, estudiantiles y sociales de la provincia de Buenos Aires y Córdoba. Trabajan en conjunto con medios alternativos como Indymedia, AnRed, Argentina Arde y Rebelión, aunque reconocen que la propia militancia del MTD casi no visita esos sitios sino que fundamentalmente son espectadores de la TV oficial. Armaron una agencia de noticias propia, Prensa de Frente –que “va más allá del Frente mismo” (Entrevista de Susana Sel y la autora, junio de 2005)– y editan un periódico mensual que se imprime en las gráficas recuperadas Chilavert y Conforti. Las fotografías que cuelgan en Indymedia o utilizan en el periódico son tomadas por los propios integrantes del MTD. Han tenido una pequeña experiencia de capacitación, con la implementación de un taller de fotografía.

Otros movimientos, como el de ex detenidos de Caleta Olivia (provincia de Santa Cruz) y el Movimiento Campesino de Formosa (MOCAFOR) no cuentan con medio gráfico alguno. En el primer caso, la radio FM es el canal privilegiado; en el segundo, la comunicación interna es llevada con papel en mano de puesto a puesto, y el correo

electrónico para la comunicación externa es utilizado esporádicamente en cibercafés distantes a varios kilómetros.

Tal vez la experiencia más avanzada la constituya la Corriente Clasista y Combativa (CCC), formada en noviembre de 1994 y con estructura nacional. Dentro de la militancia sindical, es de destacar su inserción en los medios: cuentan con influencia hegemónica en tres sindicatos de televisión (Salta, Mendoza y Jujuy). No tienen un periódico nacional, sino que lo editan por rama de actividad sindical y lo llevan adelante los mismos militantes de cada gremio. Cuentan con un sitio web que les permitió tener un fluido contacto internacional, y tienen programas de radio en FM locales y alternativas en forma regular. Han producido videos en el propio movimiento y cuentan con una escuela de capacitación, con cursos sobre uso de cámara, filmación, edición y gráfica, impartidos por gente del medio o estudiantes de diseño vinculados a la CCC. De los movimientos relevados, es el que más desarrolló la práctica fotográfica: los propios militantes obtienen localmente las fotografías que ilustran los periódicos, con cámaras digitales o analógicas, al tiempo que sostienen: “fotógrafos en general existen en todos los lugares; tenemos más dificultades para tener periodistas en cada lugar” (Entrevista de la autora, julio de 2005).

ALGUNAS REFLEXIONES FINALES

Aunque parciales, las experiencias abordadas permiten reafirmar la multiplicidad de interpretaciones que se otorgan al concepto de alternativa, no sólo en términos de concepciones teóricas, sino aquellas que surgen a partir de las mismas prácticas de acción y construcción políticas de grupos y organizaciones. No obstante, en todas ellas subyace la idea de enmarcar la producción de fotografías en procesos que exceden el campo de la comunicación y que apuntan a la transformación social en su totalidad, tal como Graziano (1980) caracteriza la alternatividad. Una vez planteado este denominador común, encontramos formas que impugnan los esquemas clásicos de la información y la comunicación (básicamente, la unidireccionalidad del proceso emisor-receptor). Así, sobre todo en aquellas organizaciones que a su vez cuestionan la estructura de funcionamiento de los partidos, se desarrollan modos “horizontales y participativos” de producción y circulación de fotografías. Pero también se observa la reproducción de formas de la comunicación hegemónica (en el sentido de la verticalidad con que se editan las imágenes), sobre todo en aquellos grupos vinculados a organizaciones políticas de la izquierda más tradicional, aunque –claro está– con objetivos políticos bien diferentes. Coincidiendo con lo que planteara Enzensberger (1971), la comunicación como problema teórico y político ha sido minimizada o considerada tardíamente por la izquierda, pudiéndose advertir un

desarrollo relativamente mayor en aquellas organizaciones de conformación más reciente. En ambos casos se reproducen cosmovisiones relativas a la construcción de contrapoder que han sido actualizadas en el debate teórico de los noventa: al poder sólo se lo puede enfrentar con su misma lógica en la construcción permanente de hegemonía; o, en una supuesta radicalidad, deben desterrarse la concentración y centralización de información.

En este sentido, es destacable la experiencia de Acción Fotográfica. Abocados a la producción de fotografías de y para el campo popular, con una estructura de funcionamiento ágil que les permite fluida distribución de imágenes de actualidad, contribuyen a contrarrestar la información visual de la prensa hegemónica, generando al mismo tiempo una modalidad comunicacional que complementa –sin diluir– la producción de fotografías propia de distintos grupos y organizaciones.

La tecnología digital agrega, *per se*, una serie de complejidades a la problemática abordada. La producción de fotografías se ve facilitada tanto en términos técnicos como económicos. A ello se suma la opción de algunos grupos por hacer circular las imágenes fundamentalmente en Internet. Dado que muchos movimientos (particularmente los rurales) no cuentan con acceso a la red, o que es escasa la cantidad de computadoras entre militantes de movimientos territoriales o de desocupados, se impone la pregunta por la masividad (y en este sentido, la eficacia) de una fotografía alternativa (y, más ampliamente, de la comunicación alternativa) cuando se trata de una práctica restringida socialmente. No obstante ello, la posibilidad de contrainformar simultáneamente a los medios hegemónicos hace de esta vía una herramienta insustituible en la práctica alternativa.

Si bien es escasa la investigación referida al tema, es importante señalar, en una perspectiva más histórica, la novedad que significa para la fotografía argentina la incorporación de la alternatividad como problema político en el campo popular. Cuando en la década del setenta surgieron grupos de oposición volcados al cine político, en el caso de la fotografía, las imágenes publicadas en la prensa partidaria eran tomadas fundamentalmente por militantes con conocimiento del oficio.

La idea de verosimilitud que en el imaginario se adhiere a las fotografías y los efectos que de ella se irradian, sumados al allanamiento que proporciona la tecnología digital, se constituyen en elementos comunes a los medios hegemónicos y alternativos. Intentando evitar un sobredimensionamiento de las posibilidades y la generalización de lo ocurrido, las fotografías de la prensa hegemónica que probaban el asesinato de Kosteki y Santillán hubieran quedado ocultas de no haber sido porque el campo popular poseía imágenes propias del hecho. En-

tonces no sólo quedó a la vista la complicidad de los medios, sino que el mismo gobierno surgido de la crisis comenzó a resquebrajarse.

BIBLIOGRAFÍA

- Barthes, Roland 1992 (1980) *La cámara lúcida. Nota sobre la fotografía* (Barcelona/Buenos Aires: Paidós).
- Baudrillard, Jean 1987 (1974) *Crítica de la economía política del signo* (México DF: Siglo XXI).
- Benjamin, Walter 2004 *Sobre la fotografía* (Valencia: Pre-textos).
- Bourdieu, Pierre (comp.) 1979 (1965) *La fotografía, un arte intermedio* (México DF: Nueva Imagen).
- Cuarterolo, Miguel y Longoni, Eduardo 1996 *El poder de la imagen. Apuntes sobre fotografía periodística* (Buenos Aires: FotoZoom).
- Dubois, Philippe 1994 (1983) *El acto fotográfico. De la representación a la recepción* (Barcelona/Buenos Aires: Paidós).
- Enzensberger, Hans M. 1971 (1970) *Elementos para una teoría de los medios de comunicación* (Barcelona: Anagrama).
- Fontcuberta, Joan 1997 *El beso de Judas. Fotografía y verdad* (Barcelona: Gustavo Gili).
- Graziano, Margarita 1980 "Para una definición alternativa de la comunicación" en *Ininco* (Caracas) Vol. 1, N° 1.
- Ledo Andión, Margarita 1998 *Documentalismo fotográfico* (Madrid: Cátedra).
- Pérez Fernández, Silvia 2005 "Una aproximación a la circulación de fotografías en la ciudad de Buenos Aires, 1983-2001" en Sel, Susana (comp.) *Imágenes y medios en la investigación social. Una mirada latinoamericana* (Buenos Aires: Facultad de Filosofía y Letras-UBA).
- Pérez Fernández, Silvia 2006 "Fin de dictadura, inicio de disyuntivas: la fotografía argentina frente a la recuperación de la vida constitucional" en *Ojos Cruels. Temas de fotografía y sociedad* (Buenos Aires: Imago Mundi) N° 3.
- Sel, Susana (comp.) 2005 *Imágenes y medios en la investigación social. Una mirada latinoamericana* (Buenos Aires: Facultad de Filosofía y Letras-UBA).

Simpson Grinberg, Máximo 1986 “Comunicación alternativa: tendencias de la investigación en América Latina” en Simpson Grinberg, Máximo (comp.) *Comunicación alternativa y cambio social* (México DF: Premia).

Vinelli, Natalia y Rodríguez Esperón, Carlos (comps.) 2004 *Contrainformación. Medios alternativos para la acción política* (Buenos Aires: Continente).

Blanca Eekhout* y Thierry Deronne**

IMPACTO SOCIAL DE LA TELEVISORA VIVE EN LAS ORGANIZACIONES COMUNITARIAS DEL TERRITORIO VENEZOLANO***

ANTECEDENTES

Desde hace siete años se ha venido gestando en Venezuela un proceso de transformaciones sociales inspiradas en el ideario político y social del Libertador Simón Bolívar. En este sentido, el gobierno bolivariano del presidente Hugo Chávez Frías ha venido conformando un Estado orientado a construir un modelo de sociedad y de ciudadanía basado en los principios de la democracia participativa y protagónica, como bien lo establece el siguiente fragmento del Preámbulo de la Constitución de la República Bolivariana de Venezuela:

Con el fin supremo de refundar la República para restablecer una sociedad democrática, participativa y protagónica, multiétnica y pluricultural en un Estado de justicia, federal

* Licenciada en Cine en la Escuela de Artes de la Universidad Central de Venezuela. Fundadora del canal comunitario Catia TV. Directora de ViVe TV. Ex presidenta del canal estatal Venezolana de Televisión.

** Periodista. Cofundador de la televisora comunitaria venezolana Teletambores. Vicepresidente de ViVe TV.

*** Los desarrollos siguientes son fragmentos del libro que, con el mismo título, se encuentra en edición en Caracas, Venezuela. Los autores han autorizado la selección incluida en esta publicación, que contiene los antecedentes de ViVe TV y un análisis del impacto de la producción del canal, con énfasis en la región de Zulia.

y descentralizado, que consolide los valores de la libertad, la independencia, la paz, la solidaridad, el bien común.

El Estado de la República Bolivariana de Venezuela también se orienta por “los principios de corresponsabilidad”, tal como lo expresa el artículo 4 de la mencionada Constitución. Dicho término implica que todos compartimos la responsabilidad de realizar acciones para mejorar nuestro país, es decir que el Estado, la familia, las comunidades y demás miembros de la sociedad deben asumir conjuntamente la búsqueda del bienestar colectivo.

La corresponsabilidad permite la cogestión como uno de los “medios de participación de protagonismo del pueblo”, de forma tal que se produzca una alianza Estado-sociedad en los ámbitos económicos, sociales, culturales, entre otros, que permita la construcción de una nueva sociedad orientada a lograr la equidad social.

Para alcanzar este modelo de sociedad justa y participativa, el gobierno de la República Bolivariana de Venezuela diseñó un Plan de Desarrollo Económico y Social 2001-2007 conformado por cinco ejes de equilibrio estratégicos: económico, social, político, territorial e internacional.

El equilibrio económico consiste en el desarrollo de una economía productiva diversificada desde la cual se impulsen otros sectores no petroleros de la economía, tales como la agricultura, el turismo, el comercio y la infraestructura. Este equilibrio, además, busca impedir la fuga de capitales y la volatilidad económica, así como promover el desarrollo económico endógeno.

El equilibrio social procura no sólo “corregir las enormes distorsiones sociales con su gran carga de exclusión e injusticia, sino también potenciar el pleno desarrollo del ciudadano en los aspectos relacionados con el ejercicio de la democracia” (*Líneas Generales*, 2001: 8).

En cuanto al equilibrio político, este tiene como objetivo la construcción de la democracia bolivariana, que asegure al pueblo los derechos humanos, la libertad y la igualdad (*Líneas Generales*, 2001: 111).

El equilibrio territorial consiste en una “política territorial dirigida a disminuir los desequilibrios territoriales, modificando los patrones de poblamiento, consolidando la diversificación de la actividad económica a lo largo del país” (*Líneas Generales*, 2001: 122).

Por último, el equilibrio internacional refiere a fortalecer la soberanía nacional e impulsar la multipolaridad y la integración latinoamericana.

Cada uno de los objetivos de estos cinco ejes de equilibrio sólo serán posibles con la participación y corresponsabilidad social de todos los ciudadanos y ciudadanas, creando redes de solidaridad que unan

desde sus núcleos más pequeños a la sociedad civil hasta conformar relaciones entre la sociedad y el Estado, tanto a nivel nacional como internacional, en la construcción de un bloque latinoamericano de equilibrio y equidad.

Como parte del proyecto político de la República Bolivariana, fue creada a fines de 2003 la televisora estatal ViVe (Visión Venezuela), con el objetivo de constituirse en vehículo de participación y protagonismo popular que posibilite la constitución del nuevo republicano y la transformación social, y ser herramienta de integración de los pueblos de América Latina.

ViVe se define como una televisora educativa, cultural e informativa, que ha tenido y tiene como uno de sus retos plasmar en su programación un nuevo paradigma comunicacional que promueva los principios del modelo de democracia participativa y protagónica establecido en la Constitución de la República Bolivariana de Venezuela.

ViVe busca lograr la participación protagónica del pueblo a través de los siguientes objetivos:

- Visibilizar las diversas iniciativas que nacen del pueblo y las distintas experiencias de organización popular, campesina, obrera e indígena, entre otras.
- Recoger y transmitir participativa y protagónica, y por tanto obligatoriamente plural, las contradicciones inherentes a la dialéctica social.
- Servir como canal para el encuentro pueblo-Estado revolucionario, propiciando el diálogo necesario para la corrección de las desviaciones que en toda revolución pueden ocurrir, y de esta forma poder avanzar en el proceso de transformación social.
- Constituirse en un canal abierto en el que las organizaciones sociales contrahegemónicas puedan comunicarse unas con otras constantemente, sin intermediarios, sin cortapisas, actuando no sólo como emisores y receptores pasivos, sino interviniendo activamente en la producción del hecho comunicacional.

Ahora bien, a partir de lo expuesto, esta investigación se ha propuesto como objetivo evaluar el impacto social de ViVe en las organizaciones comunitarias, tanto cuantitativa como cualitativamente. La parte cuantitativa se desarrolló en la primera fase de la investigación, identificando la siguiente información:

- La cantidad de organizaciones comunitarias que han participado en los programas de corte comunitario de ViVe entre 2004 y 2006.

- La frecuencia de horas al aire que ViVe ha puesto al servicio de las comunidades organizadas y sus usuarios particulares a través de su programación, incluyendo los programas de corte comunitario.
- Sectores sociales que se identificaron dentro de los programas de corte comunitario.
- Construcción de un mapa en el que se ubicó la frecuencia de los programas de corte comunitario por estado.

La etapa cualitativa se realizó parcialmente, y se comenzó en la sede de ViVe ubicada en el estado de Zulia. Se identificaron los casos emblemáticos, reconstruyendo el contexto y exponiendo el desenlace de los casos y la relación de ViVe con las organizaciones comunitarias.

La fase cualitativa se ejecutará próximamente a nivel nacional para descubrir las relaciones que se han establecido entre ViVe y las comunidades, y de ese modo conocer si su praxis comunicacional ha incidido en el origen, establecimiento y mantenimiento de formas organizativas comunitarias que se emponderen de su espacio y transformen su realidad, tanto con procedimientos de autogestión como incluyendo y articulando redes de cooperación entre otras organizaciones –bien comunitarias o de otra naturaleza– y el Estado.

A partir de dicho estudio, se podrá conocer: si ViVe ha impulsado realmente la participación popular; si ha transformado la relación Estado-pueblo; si ha cumplido su papel de cogestor institucional con las comunidades organizadas.

OTRA FORMA DE HACER TELEVISIÓN: LA EXPERIENCIA DE VIVE

ViVe intenta posibilitar la formación de una nueva ciudadanía que tenga las herramientas para consolidar la Revolución Bolivariana a través de sus prácticas sociales. Para ello, se debe transformar la relación de pasividad y consumismo que habitualmente existe entre los televidentes o usuarios de los medios televisivos. El objetivo fundamental, que cristaliza la inspiración de la política de ViVe, es hacer del pueblo un protagonista del medio de comunicación de masas, la información y sus comentarios. Este protagonismo se expresa en que el pueblo construya y sea portavoz de sus noticias, de forma que rompa con la lógica hegemónica de la comunicación capitalista, es decir, impuesta desde arriba y supeditada a los intereses económicos.

Pero la identificación de los intereses de los grupos dominados, o del pueblo, no llega a efectuarse sin un proceso de formación y conocimiento. De ahí que ViVe, a través de su programación y especialmente con su colaboración con la Escuela Popular y Latinoamericana de Cine

Documental (EPLAC), ha elaborado talleres de formación populares de cine documental y periodismo revolucionario.

La EPLAC nació aproximadamente hace dos años en una escuela ocupada por la comunidad, en un barrio del oeste de Caracas durante el paro petrolero del año 2002. Desde su inicio, el papel de esta escuela fue ofrecer gratuitamente talleres populares de cine revolucionario, de aprendizaje del lenguaje cinematográfico, práctica de la cámara y del sonido y aprendizaje de la edición a las comunidades organizadas, para que ellas se expresen de manera autónoma. Muy rápidamente, la EPLAC se instaló en ViVe, emprendiendo una labor en conjunto.

ViVe y la EPLAC han creado talleres populares. Tales talleres están siempre destinados a las comunidades organizadas (trabajadores, mujeres, campesinos, pescadores, indígenas, etc.) para que ellas puedan filmar y producir sus propias informaciones sobre sus realidades sociales.

Con esos talleres, ViVe da las cámaras a las comunidades, mantiene un contacto directo con ellas, y tiende a volverse un espacio de difusión de la información hecha por las comunidades, los verdaderos protagonistas.

Estos talleres permiten formar a un sujeto que concuerda mucho con la propuesta de *Las seis dimensiones educativas de la educación para los medios* de Martínez de Toda y Terrero (1998), en la que el autor establece que a través de la educación para los medios es posible formar un sujeto con las siguientes competencias: alfabetizado mediáticamente, consciente, activo, crítico, social y creativo. Estas dimensiones se expresan de la siguiente manera:

- El sujeto alfabetizado mediáticamente aprende el lenguaje mediático y todas las técnicas audiovisuales que emplean los medios para construir y representarse la realidad, de ahí que se plantea una capacitación técnica para poder leer y comprender las imágenes transmitidas en los medios audiovisuales. Un ejemplo es la experiencia de la EPLAC señalada anteriormente.
- El sujeto consciente es aquel que se da cuenta de que la televisión, más que un medio de comunicación, es una institución que responde a intereses económicos y políticos particulares. A partir de ello, identifica los mecanismos que utilizan los medios para atraer a la audiencia y comienza a comprender por qué los medios resaltan los contenidos de violencia y sexo en su programación. En el caso de esta dimensión, la mayoría del pueblo venezolano tiene una conciencia de los intereses políticos y económicos de los medios comerciales de Venezuela, que proviene de los sucesos históricos políticos del golpe de Estado de 2002.

- El sujeto activo es aquel que desmonta el significado de los medios para luego reconstruirlo a partir de elementos de su propia identidad sociocultural. Esta dimensión supone que el sujeto deje de ser un receptor pasivo que recibe el mensaje transmitido por los medios sin analizarlo, ni adaptarlo a su propia idiosincrasia.
- El sujeto crítico reconoce que los medios no son neutrales y que reflejan la ideología de los sectores hegemónicos. Asimismo, puede cuestionar los valores y pautas sociales que tratan de imponer. El sujeto crítico es capaz de confrontar la ideología capitalista, a través de la reafirmación de su propia identidad social y cultural.
- El sujeto social es aquel que se da cuenta de que la escuela y la familia son factores sociales e institucionales que influyen en cómo el sujeto se apropia y resignifica los contenidos transmitidos en los medios. Y podríamos incluir en esta dimensión que el sujeto también es capaz de tener conciencia de clase y de identificar su rol social.
- El sujeto creativo es aquel que es capaz de construir nuevos significados y elabora mensajes audiovisuales innovadores y útiles para la sociedad. En la programación del canal ViVe se resalta este aspecto del sujeto creativo y ello puede constatarse, por ejemplo, en programas infantiles hechos por niños como el “Noticiero de los Niños”, donde no sólo se reflejan actitudes y valores cónsonos con el grupo etario que los produce, sino que también contribuyen a la formación educativa ética y creativa de los niños que observan el programa, ya que los participantes construyen colectivamente un discurso, utilizando como herramientas las técnicas plásticas, gestuales y literarias, mediante la experiencia lúdica y educativa que permita dar a conocer la construcción colectiva de una historia, poema, cuento, animación o canción.

Según lo expuesto anteriormente, es posible apreciar las coincidencias existentes entre la teoría de las seis dimensiones de Martínez de Toda y Terrero (1998) y la labor de formación de ViVe con el pueblo. Esto se debe a que ViVe, como televisora estatal, se plantea un nuevo concepto comunicacional en el que se promueve el diálogo directo con las comunidades organizadas y demás actores clave en la transformación del país. Para ello buscan una programación conducente a procesos de creación, reflexión y acción.

Las prácticas comunicacionales de esta televisora con las organizaciones comunitarias –tales como sus talleres de formación, los distintos programas donde visibilizan experiencias de organizaciones indígenas, urbanas, campesinas y obreras, así como la programación del canal en general– pueden generar procesos de problematización y brindar herramientas para el empoderamiento de las comunidades involucradas con esta televisora. Se toma en cuenta que los medios comerciales proponen al espectador-consumidor enigmas que resuelven, ya que sus programas son realizados de tal manera que se encuentren las respuestas. Entonces, la preocupación de un canal revolucionario es problematizar y no resolver, vale decir, dejar el programa como una pregunta (sin respuesta).

En lo relativo a la problematización, este concepto refiere a un proceso colectivo en el que se cuestionan aspectos que antes eran asumidos como naturales. De ahí que ViVe pueda provocar, a través de su programación, que las organizaciones comunitarias u otros sectores de la sociedad analicen sus problemas y necesidades, que cuestionen y desmonten relaciones de dominación, estigmas o estereotipos sociales preexistentes en su realidad social.

ViVe procura promover e identificar el problema, la reflexión crítica; busca “la posibilidad de descubrir las distintas facetas de un problema, para que a través de esa articulación sea el propio espectador el que pueda forjar su propia conclusión, lo que le otorga un papel de ciudadano crítico; esto también permite hasta el pluralismo de la interpretación y la libertad de pensamiento de alguna forma” (Ogando y Borgogno, 2006).

Otro proceso que ViVe podría generar en las comunidades es el empoderamiento, también conocido como potenciación; se trata de un “proceso por el que las personas toman conciencia de sus propios derechos, capacidades e intereses, y de cómo estos se relacionan con los intereses de otras personas, con el fin de participar desde una posición más sólida en la toma de decisiones y estar en condiciones de influir en ella” (Murguialday et al., 1995).

El empoderamiento a nivel individual se traduce en aumento de la autoestima, de la confianza en sí mismo; en cuanto a la dimensión colectiva, se expresa en el acceso al poder político mediante la toma de decisiones que involucren transformaciones de la realidad social.

“La dimensión colectiva del empoderamiento se basa en el hecho de que las personas vulnerables tienen más capacidad de participar y defender sus derechos cuando se unen con objetivos comunes, por ejemplo: las mujeres que se agrupan para exigir títulos de propiedad, los campesinos que ocupan haciendas improductivas, o los vecinos que reclaman canalizaciones de agua en su barrio” (Murguialday et al., 1995).

Es interesante señalar que, con frecuencia, el agrupamiento en torno a un proyecto concreto y limitado (pozos de agua, microcréditos, etc.) puede dar pie a un proceso de empoderamiento, que consiste en la toma de conciencia sobre la situación de injusticia u opresión en la que se ViVe (desigual acceso social al agua, prácticas abusivas de los usureros, etc.) y la consiguiente búsqueda del cambio (Murguialday et al., 1995).

En el caso de ViVe, el canal puede contribuir al empoderamiento colectivo de las comunidades, dado que sirve como un “vehículo de participación” por medio del cual las organizaciones comunitarias y el pueblo en general pueden expresarse sin intermediarios y, asimismo, “para que la organización popular se comunique permanentemente a través del intercambio de experiencias, contagiando una forma de organización a la otra, ayudando a los sectores menos organizados a alcanzar un nivel mayor de organización” (Murguialday et al., 1995). Con esto, ViVe trabaja en función de trasladar el poder a sectores marginados de la sociedad, de forma que ellos incrementen su potencialidades en la toma de decisiones que permitan generar cambios sociales, por ejemplo en programas como el “Noticiero de cambio” y “Venezuela adentro”, que tienen como lema “El pueblo organizado enseña al pueblo cómo organizarse”.

En un proceso revolucionario, el medio de comunicación debe convertirse en un organizador, un agente de movilización y a la vez un agente de identificación de los grupos dominados. Esta movilización es un proceso acumulativo y no puede responder con el mismo esquema autoritario de los medios clásicos: “El pueblo moviliza al pueblo” (Mattelart, 1984).

Como conclusión, el proceso de comunicación de ViVe se vislumbra según tres grandes líneas:

- Un cambio en el protagonista general del medio: el órgano de información debe reflejar la práctica social de los actores de la revolución.
- Un cambio en el estatus del consumidor que pasa del rol de receptor pasivo de la información y la cultura al de creador, sujeto y responsable de nuevos mensajes.
- Un cambio en las pautas de “destinatario-tipo” con que actúan los diversos medios.

Es importante resaltar que un medio revolucionario debe preparar y crear conciencias, encaminando a las masas hacia una actitud dinámica para lograr estos cambios y consolidarlos. En este sentido, en Venezuela, ViVe puede considerarse como una punta de lanza, tanto en la creación de nuevas formas de expresión como de nuevas formas de pensar, sentir y ver la sociedad, así como en la formación de un nuevo ciudadano

que sea capaz de construir y participar en la transformación social del país. Por fin, la exigencia de la participación del pueblo en la generación de sus mensajes –o, en otros términos, la creación de la democracia cultural– no puede desvincularse de la implantación de la democracia socialista que se desea construir a partir de las ideas de la Constitución de la República Bolivariana de Venezuela, y que busca la participación activa, directa y consciente de las masas en todas las decisiones, tanto en el dominio de la producción económica como cultural e ideológica.

ESCUELA POPULAR LATINOAMERICANA DE CINE

Cada estado del territorio nacional fue parte de este proceso de revolución comunicacional, pues la participación y el protagonismo de las comunidades en ViVe se cristalizan en la labor nacional de la EPLAC, formando a 421 personas pertenecientes a distintas organizaciones comunitarias. La formación de un nuevo republicano implica el aprendizaje y la acción en una nueva visión de sociedad basada en los valores del cooperativismo. Por ello, en 2005, ViVe financió a 247 multiplicadores de las distintas comunidades.

ATENCIÓN CIUDADANA

En ViVe se ha creado una unidad de atención al ciudadano, que tiene como función brindar información rápida y oportuna, así como orientar a los ciudadanos, comunidades y grupos sociales que presentan propuestas, denuncias, planteamientos y solicitudes a la institución. A través de esta unidad se busca promover la participación protagónica y pedagógica de la ciudadanía, al privilegiar el estudio, la canalización, la transparencia y la respuesta oportuna de los casos. De esta forma, se contribuye al control de la gestión pública, fortaleciendo la contraloría social en las instituciones del Estado. Nuestra visión es adaptar las normas y procesos administrativos al nuevo concepto de Estado Bolivariano, mediante las interrelaciones gubernamentales conjuntas y eficaces, para la canalización y solución de los diferentes planteamientos realizados por los ciudadanos y las comunidades. Asimismo, se realizan procesos de recepción y tramitación de planteamientos y casos, que según su especificidad serán remitidos a la correspondiente dependencia del canal. Si el tema planteado está relacionado con otro ente del Estado, esta unidad lo orienta hacia el respectivo organismo, a través de la creación de un medio de enlace entre el canal y las diferentes instituciones del Estado, que permiten canalizar los planteamientos y solicitudes de las personas y comunidades, logrando con ello la respuesta oportuna, en beneficio de la formación integral y el apoyo a

la ciudadanía. Otras actividades de importancia que se desarrollan en esta unidad son las siguientes.

- *Programa de Visitas Guiadas.* Dirigido a unidades educativas, comunidades organizadas, planes vacacionales, medios comunitarios, invitados internacionales y público en general, es un programa que se lleva a cabo dentro de las instalaciones del canal. Durante el recorrido, los participantes tienen la oportunidad de observar la forma y dinámica de trabajo, a la vez que reciben orientación mediante una charla informativa, sobre la historia del canal, su misión, visión, políticas y funciones que desempeña cada área. Finalmente, se proyecta un micro informativo, educativo y cultural sobre los diversos programas que se realizan y transmiten a través de nuestra señal, y luego se abre a un ciclo de preguntas y respuestas, para disipar las dudas e inquietudes que pudieran tener los invitados y, a su vez, complementar la información. Se cuenta con una base de datos donde están registradas todas las unidades educativas, comunidades organizadas, planes vacacionales, medios comunitarios, invitados internacionales y público en general que han sido atendidos y beneficiados con este programa.
- *Apoyo a las Comunidades.* A través de esta función, se pretende brindar apoyo a las diversas organizaciones sociales y comunitarias que existen en cada una de las parroquias del Área Metropolitana, tales como consejos comunales, comités de tierras urbanas, comités de salud, comités de usuarias y usuarios, grupos culturales, clubes deportivos, asociaciones de vecinos, misiones educativas, mesas técnicas de agua, mesas técnicas de electricidad, mesas de energía, círculos bolivarianos, grupos ambientalistas, comités de alimentación, clubes de abuelos y abuelas, organizaciones comunitarias de viviendas, unidades de defensa popular, comités de protección social, cooperativas, consejos de economía popular, ONG, etc., con la finalidad de difundir asambleas, obras, proyectos y acciones que se están ejecutando directamente en sus comunidades, para asumir el ejercicio real del poder popular y buscar posibles soluciones a todos aquellos problemas que los afectan; es decir, poner en práctica las decisiones adoptadas por la comunidad, ya que la verdadera participación y protagonismo del pueblo se da en los espacios geográficos menores.
- *Servicio Público.* Con esta sección se pretende brindar el apoyo solicitado por las personas y comunidades en cuestiones tales como medicamentos, equipos médicos, donaciones de sangre, personas desaparecidas, entre otros, a través de la difusión de

la problemática existente en los espacios de la programación o la colocación de cintillos informativos, logrando con esto una respuesta oportuna y la posible solución.

PROYECTO VIVE MÓVIL

Se crea en el marco referencial del compromiso con la gente, en la construcción de la nueva televisora, al establecer el vínculo directo con las comunidades populares donde se abra el espacio de participación y debate de ideas sobre los procesos políticos, sociales, culturales, educativos e ideológicos. A través de este proyecto la nueva televisora, para construir una verdadera señal nacional, vive en la calle y se mueve en todo el territorio nacional. “Venezuela es la pantalla”; toma la palabra; vive en Apure, Anzoátegui, Bolívar, Lara, Táchira, Zulia; atiende las regiones desatendidas y vuelve visibles los sectores tradicionalmente excluidos del medio televisivo: campesinos, obreros, indígenas, movimientos populares.

ViVe Móvil forma protagonistas, ofrece una nueva alternativa audiovisual y define una propuesta comunitaria, donde todos participan y tienen cabida.

El Proyecto ViVe Móvil es el espacio que permite visibilizar la problemática de la población que todavía sigue excluida, aun cuando sirve de catarsis, por falta de respuesta de las instituciones del Estado. La revolución necesita revisarse constantemente, y de esta manera se fortalece. El Proyecto ViVe Móvil tiene como norte concientizar a la colectividad acerca de quiénes son realmente los dueños de los recursos. Recordemos las palabras del Comandante: “Estoy seguro de que ViVe va a contribuir con la crítica sana del proceso revolucionario” (Hugo Chávez en Rueda de Prensa con medios nacionales e internacionales, el 16 de agosto de 2004, un día después del triunfo del referéndum).

Se trata de la primera vez que un medio va a las comunidades y no que, como de costumbre, la comunidad busca al medio para ser escuchada. Siendo la entrega del poder a la comunidad, como dueña original del mismo, el fin ulterior del proceso de la *comunicación en socialismo*, el proyecto ViVe Móvil está obligado a entregar a la comunidad a la que se acerca las herramientas e insumos que le permitan expresarse y darse a conocer como ejemplo para otras comunidades.

La experiencia de ViVe Móvil nos indica que nuestro canal debe asumir el tema de los consejos comunales; no sólo como medio que visibiliza el accionar de las comunidades, sino también como canal del socialismo que enseña a esas comunidades a conformar un Consejo Comunal.

La experiencia de ViVe muestra que existen comunidades que no tienen información sobre el tema –situación gravísima para nuestro proceso, porque los consejos comunales son el único camino para darle poder al pueblo.

Entendemos que quienes tienen el deber de informar y formar a los venezolanos en esta materia son los alcaldes y gobernadores, pero algunos no están haciéndolo, y en muchos casos sabotean a los que sí llevan adelante esa tarea, porque a largo plazo esas figuras no serán necesarias; serán desplazadas.

En definitiva, ViVe Móvil es el proyecto comunicacional que les permite a los colectivos organizados ejercer la verdadera contraloría social; ViVe Móvil representa la verdadera *comunicación en socialismo*.

IMPACTO SOCIAL DE LA PRODUCCIÓN INDEPENDIENTE

Para establecer un referente que nos permita medir, especialmente en el aspecto cualitativo, la actividad que ViVe ha venido desarrollando en cuanto a la producción independiente en Venezuela, debemos ir más allá de la aprobación de la propia Ley RESORTE y su posterior entrada en vigencia a partir de diciembre de 2004. Es necesario precisar que en la carta de nacimiento de este canal ya se consideraba medular la inserción de producciones nacionales de carácter independiente como una forma natural y consecuente con la idea de *democratización del espacio radioeléctrico*, el cual, como ya se venía discutiendo en el ámbito político-social, no debía estar en manos exclusivas de los dueños y directivos de los diversos medios de comunicación públicos o privados, sin que la sociedad organizada y las instituciones que regulan estos espacios tuvieran herramientas de acceso y participación en la construcción de mensajes.

A los tres meses de fundado ViVe, se aprobaron los primeros seis proyectos de producción independiente para ser desarrollados a la par de las producciones propias. Estas se enmarcaron temáticamente dentro del perfil cultural y educativo de ViVe, dando inicio de este modo a las primeras series animadas que se hacen en Venezuela, así como a otras de corte documental y de investigación que se constituirían en un referente real de la simbiosis medio-productores independientes, promoviendo la búsqueda de acuerdos y mecanismos legales, administrativos, discursivos y logísticos que fundaran las condiciones idóneas para la creación audiovisual.

Es importante observar que el proceso de nacimiento y evolución de ViVe en cuanto a la producción independiente no es sólo un proceso sucedido al interior de la institución. Su especial interés en esta área y la experiencia recogida han sido un factor constructivo en otros procesos de alcance mayor, como lo fue la inserción, discusión y participación en la revisión del articulado dentro de la Ley RESORTE referente a la producción nacional independiente.

Esto constituye un marco legal y ético, cuya interpretación en ViVe ha sido la de proveer todas las herramientas disponibles a los sectores socialmente excluidos, productores independientes y comuni-

tarios, estudiantes, organizaciones sociales, entre otros. Y es que una vez aprobada la Ley RESORTE, y con su entrada en vigencia, ya contábamos con más de veinte coproducciones concebidas y ejecutadas por estos actores sociales. Esta modalidad de la “coproducción” es la que nos ha permitido dar factibilidad a los proyectos presentados, ya que de otra manera los productores/as que tenían en sus manos las ideas –y la experiencia, en muchos casos– no podían desarrollarlas, pues el poder económico y tecnológico se hallaba en manos de unos pocos. De esta manera, ViVe ha aportado los recursos que dispone, y no se limita tan sólo a un aporte traducible a cifras económicas. Mucho más allá, hemos ido a la par con la asesoría en las áreas de presentación y ejecución de proyectos, guión, presupuesto y factibilidad, asesorías en la investigación de los temas, etc. Con esto se ha ido creando una infraestructura que permite a estos productores, en un mediano plazo, una participación más sólida en la dinámica de la producción audiovisual.

LAS CONVOCATORIAS DE PROYECTOS

Ha sido para ViVe una prioridad establecer los mecanismos de acceso real a la participación del colectivo, y como parte de la estrategia de expansión y diversidad de estas producciones externas se desarrolló la Convocatoria de Proyectos para Producción Independiente, en julio de 2005. A la vez, en sinergia con Venezolana de Televisión (VTV), que también se sumó a esta iniciativa (ya en ViVe había tenido lugar por vez primera en 2003 en su nacimiento, si bien ahora contaría con más experiencia y alcance), se desarrolló un encuentro con la Producción Nacional Independiente (PNI) en el que participaron el Ministerio de Comunicación e Información (MCI), ViVe y VTV, y especialmente los productores y productoras. Se trató de un espacio para informar sobre la Ley RESORTE, los mecanismos de participación que se hallaban en discusión, las posibilidades y mecanismos de participación en los canales del Estado, y una herramienta de diagnóstico de las realidades existentes.

En esta convocatoria se recibieron un total de 400 proyectos, de los cuales fueron seleccionados 30, para desarrollar en coproducción (cerca del 30% provenientes del interior del país). El criterio para la selección no se basó en el potencial “comercial”, “complacencia” hacia algún sector particular, supuesta “excelencia técnica” o los términos que reproduzcan la lógica capitalista de la televisión como herramienta de alienación y dominación. La idea fue priorizar un fortalecimiento temático que apunte a la construcción de una sociedad más justa, en la que los valores de la solidaridad, la integración, la organización social, la cultura de nuestros pueblos, entre otros, constituyan la base para un resultado audiovisual que explore nuevas posibilidades estéticas y discursivas hacia el socialismo.

Las convocatorias siguientes, como la de 2006, serán desarrolladas en el interior del país, en coherencia con las actuaciones de ViVe, que busca profundizar la descentralización mediática. Para ello nos trasladamos a los diferentes estados, apoyados por medios comunitarios, escuelas de medios audiovisuales, organizaciones sociales, etc. Con ello nos acercamos a la meta de ir abriendo posibilidades de expresión y comunicación desde las ciudades y pueblos del interior, enriqueciendo la pantalla con la mirada diversa y profunda que proviene de esas otras formas de hacer y de ser.

A la fecha se han aprobado e iniciado más de sesenta proyectos, cuyos temas predominantes son los siguientes.

- Nuestra memoria histórico-cultural, expresada por sus protagonistas, niñas, niños, mujeres, ancianos, hombres, desde cada rincón de la geografía nacional.
- La reivindicación de los procesos de organización social y las luchas implícitas en ellos (luchas campesinas, indígenas, afro-americanas, de género y tantas otras).
- Los saberes y tradiciones populares y ancestrales, en el campo de la cultura, la medicina, la tecnología, etcétera.
- La ecología como concepto integral, vinculado al socialismo en construcción.

ALGUNAS CIFRAS

Estos proyectos son desarrollados en un 55% por *cooperativas y productores comunitarios* de mediano trayecto, que son acompañados en un proceso de formación y aprendizaje mutuo.

El 37% está dirigido a usuarios y usuarias *infantiles y juveniles*.

Un 90% de los contenidos son de corte *cultural y educativo*; el otro 10% se reparte en contenidos científicos y deportivos, siempre desde la perspectiva del valor del trabajo colectivo y el aporte social.

Las temáticas abordadas se focalizan en los pueblos y ciudades del interior del país en un 72%, especialmente en zonas rurales de difícil acceso. El 28% restante se desarrolla en la región capital y estados centrales, con una marcada acción en las zonas más populares y con los movimientos urbanos alternativos.

El 50% son productores que viven en el Distrito Capital. El 16% pertenece al estado Miranda; otro 16% está repartido entre Zulia y Mérida; y el 18% restante habita en los estados Táchira, Anzoátegui, Lara, Trujillo, Vargas y Aragua. Esto refleja el desequilibrio de las condiciones favorables para el acceso en la elaboración del discurso audiovisual (falta de formación, de acceso tecnológico, etc.), lo que nos impone la

urgente necesidad de incrementar nuestra acción en el interior del país a través de las convocatorias, los talleres de formación, etcétera.

Actualmente, la producción independiente en ViVe se articula a su vez con aproximadamente 27 televisoras comunitarias de todo el país, con las cuales estamos profundizando las relaciones de apoyo y solidaridad para acceder a los productores independientes de sus regiones.

Si hablamos de impacto, podríamos afirmar que con el desarrollo de más de 60 producciones (la mayoría series) se genera un promedio de 600 empleos directos. Sin embargo, el logro más importante en este sentido es la verdadera apertura a una producción independiente que se fortalece integralmente en infraestructura, conocimiento y conciencia social. Esto constituye un valor creciente del corto al largo plazo de gran trascendencia, cuyo impacto debe ser observado en perspectiva.

IMPACTO SOCIAL DE LA PRODUCCIÓN COMUNITARIA. DEL BARRIO AL SATÉLITE

Desde hace más de treinta años, muchos cineclubes populares en el país buscaban una forma de poder contrarrestar el gran aparato comunicacional (cine, radio, televisión, prensa, etc.) impuesto por las transnacionales y el imperialismo para acrecentar el consumismo a través de la alienación, y que de esta manera el venezolano no entendiese por qué, viviendo en un país con tantas riquezas, la pobreza y los problemas sociales se agudizaban cada vez más. Esto sin dejar de mencionar que este macabro aparato ideológico contemplaba también dominar políticamente a la sociedad venezolana, de manera tal que no fuese capaz de identificar a sus verdaderos enemigos, llámense partidos políticos de la derecha, gobernantes de turno, empresas transnacionales, cuerpos represivos, etcétera.

A partir de la necesidad de hacer una comunicación desde el pueblo, un sector de este movimiento de cineclubistas del país comienza a impulsar la creación de medios de comunicación comunitarios que permitiesen una real y verdadera comunicación, ya que con los proyectores de 16 mm o en algunos casos con algún video proyector prestado se lograba hacer un trabajo de sensibilización en las comunidades, pero no se masificaba el mensaje. Era necesario llegar a más gente y era preciso utilizar para ello las ondas radioeléctricas que pertenecen al pueblo, pero a las que sólo una elite con intereses económicos de por medio accedía para producir sus mensajes. Es así como esta lucha en todo el país fue ardua, no sólo por las persecuciones por parte de la derecha de las que fueron víctimas diversos compañeros que la impulsaban, sino también por la poca discusión, en el seno del pueblo, acerca de otro tipo de comunicación, lo que se traducía en incredulidad e inseguridad para manejar herramientas tecnológicas, porque eso era sólo “para los que sabían de eso”.

Así, podemos decir que fue la lucha hasta fines de los noventa, cuando el pueblo decidió echar del poder a los que habían gobernado por muchos años, y cuando se planteó la construcción de una nueva Constitución. Entonces se abre un camino interesante para toda la gente que había soñado cambiar el modelo comunicacional impuesto por los traidores antes mencionados. Es después de un gran debate nacional que se logra convencer a los nuevos dirigentes políticos de que resultaba vital para el proceso que comenzaba en el país que se estableciera un marco jurídico y legal que permitiese, desde la innovadora Constitución Nacional hasta la nueva Ley Orgánica de Telecomunicaciones, la existencia de medios comunitarios en todo el país.

Es durante este proceso que por primera vez un presidente de la República inaugura un medio comunitario, y esto empieza como un rompimiento de cadenas en el sector de las ondas radioeléctricas, donde desde cualquier barrio de Caracas hasta el último rincón del poblado más alejado del país vienen a la capital a pedir habilitación para sacar al aire un medio comunitario. Es de esta manera que la democracia participativa se hace realidad desde el punto más importante para ejercerla, que no es más que el mismo pueblo comunicándose entre sí y liberándose de pesadas cadenas que lo tuvieron por muchos años prisionero de mensajes que él no construyó y que no le permitían pensar sobre sí y sobre lo que lo rodeaba. Empoderar al pueblo de las ondas radioeléctricas era el mejor comienzo para esta revolución.

Luego no bastó con los medios comunitarios. Era necesario crear un medio nacional, usar al Estado, usar el satélite, tener sus propias microondas, tener una cobertura inmensa en manos del pueblo que permitiese a un país conocerse y mirarse desde sí mismo. Así surge ViVe Televisión, que viene a ser una gran expresión del pueblo, algo así como una gran televisora comunitaria pero nacional, donde los que menos hacen la televisión son precisamente comunicadores profesionales. Por el contrario, el que la hace es el pueblo, ese que sigue desde la calle y en la revolución convencido de que sin una comunicación real, auténtica y efectiva no obtendrá una victoria contundente sobre su principal enemigo, los medios de comunicación privados, que son el brazo del imperialismo dentro de nuestra patria.

ViVe inventa con el pueblo otro camino, un modelo nunca antes planteado desde una televisora pública. Despierta a una nación, nos enseña desde adentro a reencontrarnos con nuestros orígenes extraviados por más de quinientos años, producto de tantas mentiras desde afuera. Y sobre todo con ViVe aprendemos juntos a pensar que necesitamos construir un futuro de libertad y justicia para los nuestros y para el mundo, y que no debemos dejar jamás a otros la posibilidad de contarlos y comunicarnos lo que nos corresponde por naturaleza a todos.

“NOTICIERO DEL SUR”. NUESTRA PATRIA ES AMÉRICA

El “Noticiero del Sur” surge como la primera experiencia en ViVe de la articulación internacional entre organizaciones, colectivos y movimientos sociales de todo el continente. Nace por la necesidad de difundir y conocer las prácticas transformadoras de todos aquellos que se encuentran en cada rincón de nuestra América, construyendo alternativas concretas para cambiar su entorno.

En la búsqueda por integrarnos, por conocernos y aprender de nuestros hermanos latinoamericanos, el “Noticiero del Sur” se abre como un espacio donde poder mirarnos, escucharnos y sentir que no estamos solos en esta búsqueda.

LA ORIGINALIDAD DEL “NOTICIERO DEL SUR”

El “Noticiero del Sur” no es un noticiero “tradicional” en el que un periodista da las noticias y saca las conclusiones. Tampoco es un órgano de difusión de las grandes agencias de noticias. No es un espacio para que las grandes empresas hagan publicidad, ni tampoco para que nos digan de qué manera debemos vivir, qué tenemos que comer y qué deseos proyectar.

El “Noticiero del Sur” es un espacio nuestro, un espacio donde la acción es el centro y el deseo, el motor, donde nuestros proyectos no son individuales sino experiencias colectivas de transformación.

Las noticias son aquí la construcción permanente de quienes hacen la realidad día a día. Y ello es así porque quienes construyen su mundo son quienes poseen el saber de lo que sucede.

Los protagonistas son los que apuestan por un cambio, y son ellos quienes nos lo cuentan con su voz y su mirada, con toda su fuerza.

De este modo, la originalidad del “Noticiero del Sur” consiste en que la totalidad de sus contenidos es producida por las organizaciones sociales y por los actores en general que, en su día a día, construyen alternativas al modelo hegemónico. Así, podemos ver a través de esta herramienta audiovisual cómo los diferentes pueblos se miran a sí mismos, y la variedad de respuestas a los problemas que el capitalismo nos plantea en cada una de nuestras realidades.

EL FORMATO

El “Noticiero del Sur” es un noticiero documental, en formato televisivo, de una hora de duración y constituido por tres bloques a través de los cuales da cuenta de los diferentes procesos de organización popular que tienen lugar en nuestro mundo rebelde. En cada bloque del “Noticiero del Sur” encontramos experiencias concretas de construcción de comunidades o colectivos que cuentan a través de su propia visión aquello que viven. A modo de tejido, esta construcción incorpora las más varia-

das experiencias de organización popular, la imagen que denuncia, que mira más allá de las sombras que producen los medios corporativos y sus clones subsidiarios en toda nuestra América.

FASE CUALITATIVA VIVE ZULIA

CASOS RELEVANTES DE IMPACTO SOCIAL (MAYO DE 2004-JULIO DE 2006)

La programación de ViVe Zulia fue, desde 2004 hasta el 2 de mayo de 2006, de sólo tres horas semanales. Es a partir de esa última fecha que asciende a cerca de siete horas semanales. En dos años se han realizado alrededor de 250 programas de las series “Venezuela Adentro”, “Real y Medio”, “Noticiero Indígena”, “La Hora de los Mangos” y otros programas especiales. Con la creación de la serie informativa o el “Informativo ViVe Zulia”, en su versión semanal –además del programa “En Proceso”, realizado en Zulia–, se alcanzaron las diez horas semanales de televisión educativa, cultural e informativa a fines de julio de 2006.

Sin embargo, más allá del número de comunidades atendidas por ViVe, el impacto de algunos programas fue crucial en las luchas de los movimientos sociales. Esta es la historia de aquellos programas que en nuestra memoria –y en base a la información disponible– sabemos que tuvieron un impacto relevante.

Se han clasificado otros tipos de impacto en un número igual de programas, como generación de reflexiones sobre el entorno organizativo, visibilidad de herramientas de organización, reagrupamiento afectivo del grupo, aumento en la popularidad del canal, etc., pero en esta pequeña muestra se han de reunir algunos de los casos emblemáticos de ViVe Zulia con mayor impacto en el desarrollo de las luchas populares.

“NOTICIERO DEL CAMBIO”

Se han realizado 124 programas del “Noticiero del Cambio”, de los cuales resaltan los siguientes.

Programa Coopedor I, II y III. La Cooperativa Pedro Doria se convirtió en un importante símbolo para las luchas agrarias que arrancan con la Ley de Tierras. Ellos son los herederos de las luchas del Dr. Pedro Doria, asesinado en San José de Perijá por solicitar legal y pacíficamente la propiedad colectiva a un latifundio del sector. Su muerte conmocionó a las poblaciones de la zona, hasta entonces bajo el manto represivo de los grandes hacendados, quienes solían imponer sus amenazas en la población controlando votaciones, recursos económicos, familias, favores, etc. ViVe Zulia, Canal Z y la RAI italiana fueron los primeros en dar difusión a este caso, provocando su emblemización en las luchas campesinas y la movilización de tribunales y fuerzas de seguridad.

ViVe siguió el caso cuando fueron inculpadados y presos los asesinos, cuando asesinaron a Pedro Doria padre y cuando se logró el control del

latifundio por parte de la cooperativa. Los demás medios nacionales que hicieron célebre el caso tomaron la información original de ViVe Zulia.

Programa Cooperativa Minera del Estado Bolívar. El presidente libera créditos para la pequeña minería en la Guayana venezolana. Sin embargo, una observación en profundidad del proceso por parte de ViVe Zulia reveló que no se había bajado el recurso a los mineros y que la Misión Piar estaba simplemente desactivada en el Estado. La grabación y transmisión de un programa sobre el problema desencadenó “movimientos” en el Fondo de Desarrollo Agropecuario, Pesquero, Forestal y Afines (FONDAFA) y la posterior asignación de los créditos ofrecidos a los mineros.

Programa Cooperativa Luís Mora. Al igual que en el caso de Pedro Doria, Luís Mora es asesinado en el Sur del Lago de Maracaibo por comenzar una lucha por la recuperación de latifundios a partir de la Ley de Tierras. La presencia de ViVe Zulia en el sitio es crucial para reforzar las luchas de la cooperativa y establecer su existencia en el panorama político nacional. La cooperativa logró las tierras solicitadas.

Programa El Charcote I, II y III. La hacienda El Charcote fue el primer latifundio en proceso de recuperación por vía de la Ley de Tierras que tuvo un alto impacto mediático. Los propietarios ingleses (de familia real) se defendían con papeles de propiedad que se extendían hasta tiempos de Bolívar. El tema desde la perspectiva de los campesinos fue puesto en el tapete por primera vez en la pantalla de ViVe. La simbología que representa este latifundio para los medios de la oposición (papeles de antigua data y presencia de la familia real inglesa) aceleró los ataques al gobierno por el proceso de la Ley. Los demás medios respondieron a la primera difusión del tema por parte de ViVe Zulia, y luego fue posible escuchar la versión de los campesinos sin manipulaciones del gobierno regional ni de los medios opositores, por la pantalla de ViVe.

Programa Hacienda La Conquista. El chocolate La Conquista se vendía como el mejor chocolate venezolano gracias a las inversiones agroproductivas del Estado. ViVe Zulia fue hasta el Sur del Lago y reveló la versión de los campesinos sin empleo en el sitio: no había plantas de cacao en la hacienda y el chocolate vendido era importado. Luego de las inundaciones en el Sur del Lago, la hacienda trató de demostrar que eran las lluvias las causantes de la desaparición de las matas y que era necesario renovar el crédito. El testimonio de los campesinos y las imágenes de ViVe Zulia impidieron que esta mentira progresara.

Programa Inundaciones Sur del Lago y Lluvias de Aroa. ViVe Zulia fue el único medio que hizo visible la importancia de la colaboración cívico-militar para resistir a la tragedia natural.

Programa Barí No al Carbón, Carbón II, Marcha No al Carbón, Bari II y Bakugbari, Socuy I, Socuy II. Ha sido una línea permanente de ViVe Zulia presentar la inquietud de las poblaciones indígenas y algunos círculos ecológicos que afirman que la explotación del carbón –bandera del desarrollo regional por parte de CORPOZULIA– causaría daños irreparables al ecosistema y a la supervivencia de los sistemas hídricos en especial. Se trata del único canal televisivo en el país que ha transmitido la voz de estos sectores con toda su fuerza y argumentos. Hoy, el Ministerio de Ambiente y el mismo presidente de la República comienzan a tomar posición en contra del carbón. En ese sentido, CORPOZULIA, organismo encargado de la explotación, habría pagado y estimulado buses de Wayúu mineros para protestar en las puertas de ViVe Zulia, junto a otras amenazas importantes. CORPOZULIA también habría pagado remitidos de prensa en contra del canal y de un programa de VTV, argumentando que ni ViVe ni ese programa habían ofrecido la versión de los mineros, lo que era falso. Para algunos, esta lucha representa la más crucial del estado Zulia, por el gigantesco impacto que podría implicar a diferentes niveles. Los documentos audiovisuales de ViVe Zulia han resultado fundamentales como pruebas en las decisiones recientes tomadas por el Ministerio de Ambiente sobre la cuestión.

Programa Sicariato Mene Grande I, Sicariato Mene Grande II. En el municipio Baralt, sector Mene Grande, el “Noticiero del Cambio” denunció un asesinato presuntamente efectuado por un acto de sicariato. La persona ultimada era un campesino del sector que venía trabajando un lote de tierras abandonadas y que había solicitado su expropiación. Matiuse, el denunciante que habló en ViVe, fue luego atacado por tres sicarios que buscaban su muerte. Matiuse se defendió y sobrevivió, hiriendo a dos de los atacantes, por lo que se reveló que los sicarios pertenecían a la policía de Ciudad Ojeda, controlada por el partido de Manuel Rosales. El caso fue continuado por el diario *Panorama*, y aún se le hace seguimiento.

Programa Asamblea Wayúu, campesinos de Jesús María Semprúm y Faraones de Juyá. Miembros de la Asamblea Wayúu y campesinos de Machiques (Kilómetro 19, Vía Casigua el Cubo, Machiques Colón) denuncian a la Junta Directiva de la Cooperativa Faraones de Juyá por supuesta malversación en los recursos del Fondo Raúl Leoni, dinero que sería empleado en la explotación agrícola. Tras la grabación de este programa, se reportaron amenazas de muerte entre ambos grupos en conflicto. La cooperativa Faraones de Juyá recibe un derecho a réplica en el que muestran informes administrativos detallados de su gestión. Luego de transmitirse el programa, dos integrantes de esta cooperativa son asesinados. El caso sigue sin resolverse.

PROGRAMAS ESPECIALES

Programa Documental El Nula. En junio de 2005, uno de los documentalistas investigadores de ViVe Zulia estaba realizando un trabajo especial en la población del Nula (estado Apure) cuando desde una alcabala del Ejército Nacional se abrió fuego contra un menor de edad que se negó a detener su vehículo cuando le dieron la voz de alto. Las autoridades militares intentaron alegar que en la camioneta transportaban células de la guerrilla. Sin embargo, las imágenes capturadas por el documentalista, donde aparecía el vehículo y los testimonios de la comunidad, fueron incorporados al expediente judicial como alegato de peso en el juicio llevado contra los militares. Luego del apoyo dado por dos espacios televisivos de VTV, y con la contundencia de los materiales de apoyo de ViVe, el caso pasó a tribunales civiles y hoy se espera una pronta resolución.

Programa Respuesta a los carboneros. Luego de las manifestaciones a favor del carbón frente a las oficinas de ViVe, y del remitido de prensa en contra del Canal, ViVe preparó una respuesta desenmascarando, por la vía de las contradicciones internas del discurso del remitido, las firmas del remitido y del discurso de los mismos manifestantes¹, quienes declararon haber sido manipulados.

“REAL Y MEDIO”

Programa Canal Z. Se trata de una televisora comunitaria del Barrio Buena Vista de Maracaibo, que desde el año 2002 había solicitado su concesión y habilitación ante la Comisión Nacional de Telecomunicaciones (CONATEL). Se realizó un “Real y Medio” sobre esta televisora comunitaria y fue transmitido por la señal de ViVe y de VTV. Tras del referido programa, los trámites administrativos ante CONATEL se agilizaron significativamente. En 2006 fue aprobada la habilitación para Canal Z.

Programa Comedor Popular en San Benito. El Comedor Popular Ana María Campos está ubicado en la comunidad San Benito de la Parroquia Manuel Dagnino. Se trata de una localidad con una población de alta pobreza extrema, y el comedor en cuestión presentaba importantes limitaciones estructurales. Tras la transmisión del programa recibieron una significativa donación de CORPOZULIA y PDVSA.

Programa Cooperativa Pedro Doria. Pedro Doria hijo es un líder campesino que había organizado a la comunidad en comités de tierras para la obtención de la carta agraria de tierras ociosas en San José de Perijá. En 2003 este ciudadano es asesinado. El padre gestiona las inves-

1 En referencia a la reciente manifestación que celebraran mineros indígenas de la empresa Carbones del Guasare SA (ubicada en el noroeste del estado Zulia) frente a las instalaciones de la planta regional de ViVe TV en defensa de sus empleos y de una revisión al supuesto rol parcializado que ejerce la planta televisora en defensa de la ecología de la Sierra de Perijá (en <www.aporrea.org/medios/a19770.html> 23/02/06).

tigaciones y es asesinado a su vez en el primer trimestre de 2004. ViVe hace una primera cobertura de prensa de Pedro Doria padre. En abril de 2004 se realiza un “Noticiero del Cambio”, por el que se descubre que el crédito otorgado por el gobierno nacional a través de FONDAFA no había sido ejecutado hasta la fecha; es a partir de la difusión de este noticiero que FONDAFA acelera la entrega del crédito, pagándola definitivamente en abril de 2004. Durante ese año se realizan dos noticieros más, en los que se hace un seguimiento a la consolidación de la cooperativa.

En enero de 2005, asiste “Real y Medio” y se diagnostica una fractura interna entre los miembros de la cooperativa por el control financiero del crédito otorgado. En la actualidad, algunos miembros de la cooperativa Pedro Doria están denunciados ante la Superintendencia Nacional de Cooperativas (SUNACOOOP), y se espera una intervención administrativa para conocer el destino de los recursos asignados. La resolución de este conflicto espera la vía administrativa, pero también supondrá recuperar el significado de la lucha de los Doria en un sitio políticamente tan inestable como San José de Perijá y Las Piedras.

Programa Comité de Salud de la Parroquia San Isidro. En el consultorio de Barrio Adentro en la Parroquia San Isidro intentaron agredir a una médica cubana, al tiempo que una campaña sistemática en contra de la Misión Barrio Adentro en el estado Zulia a través del diario *La Verdad* buscaba ensuciar a los líderes comunitarios. Con la transmisión del programa se logró que cesara la campaña de difamación contra la misión.

Programa Central Azucarera de El Batey I y II. Con los trabajadores, ex trabajadores y el alcalde del municipio Sucre (Humberto Franka), se realizó un programa donde se denunció un conjunto de despidos injustificados realizados por la Agroindustrial Azucarera Central Venezuela, además de mostrar la grave situación humanitaria en la que estos trabajadores se encontraban. El primer programa permitió llevar a cabo conversaciones entre los directivos de la empresa, los trabajadores y la comunidad organizada. Dado que es la única compañía que da trabajo en el pueblo, se trata de la lucha de todo el pueblo. El capítulo II se grabó enteramente con declaraciones mucho más contundentes, con casi 200 trabajadores despedidos, e intentó buscar una salida al problema, ya sea la recuperación de la empresa o su cierre definitivo por parte del Instituto Nacional de Prevención, Salud y Seguridad Laborales (INPSESAL). A pesar de que este último programa nunca fue transmitido, la empresa se sintió altamente vulnerada y reintegró a todos los trabajadores, por vez primera, bajo el sistema de prestaciones sociales y otros beneficios.

Programa SIDEROCA I. Se trata de una empresa fabricante de tubos industriales cerrada desde 1998, ubicada en el municipio Cabi-mas. En la actualidad, los ex trabajadores se están organizando conjun-

tamente con una comisión del Ministerio del Trabajo para recuperar la empresa y ponerla a producir bajo un modelo de cogestión entre trabajadores y el Estado, a través de la creación de una empresa de producción social. Esa empresa resulta estratégica en la actualidad, dado el proyecto de conexión gasífera con Colombia y Panamá y el proyecto del Gasoducto del Sur. Durante este proceso, ViVe Zulia prestó un apoyo de registro y contraloría audiovisual a las instituciones del Estado involucradas en este proceso de recuperación. Se realizaron dos programas, un “Real y Medio” y un “Mango”. El primero, con la comunidad que estaba “custodiando” las instalaciones de la empresa a fin de evitar saqueos por parte de los antiguos dueños. El segundo se hizo el mismo día, con los ex trabajadores de la empresa que acusaban a los vecinos que “custodiaban” la empresa de haber saqueado las instalaciones. Luego de la transmisión, se emitieron órdenes directas del Ejecutivo Nacional para la recuperación definitiva de la empresa a través del Ministerio del Trabajo y CORPOZULIA.

LA HORA DE LOS MANGOS (DESDE ABRIL DE 2006)

Programa SIDEROCA II. El segundo programa refleja cómo la burocracia intenta “comerse” el proceso de recuperación y cogestión, con fines particularistas. La visibilidad de este proceso no sólo garantiza que no se manipule la orden presidencial, sino que protege a los trabajadores que han sido amenazados por los acusados de saqueo de la planta, los ex propietarios representantes de las transnacionales y algunas fuerzas del orden que se mantienen en complicidad con intereses fuera de la acción del Ejecutivo.

Programa Cañada Barrio Bolívar. Tras la construcción de varias urbanizaciones alrededor del Barrio Bolívar, los desagües de aguas negras fueron desviados hacia embaucamientos abiertos que atravesaban a la comunidad, llegando a alcanzar hasta cuatro metros de altura, inundando y destruyendo las casas del sector. Se realizaron varias convocatorias a Hidrolago, Centro Rafael Urdaneta (CRU) y la comunidad organizada. Con la grabación de este programa se concertaron soluciones concretas para esta comunidad.

Programa Pulgas I. Reuniones con los trabajadores formales, informales y miembros de la Radio Comunitaria Las Pulgas (FM 104.9 Stereo), del Mercado Las Pulgas. A través de este programa se facilitó la interrelación con la Alcaldía del municipio Maracaibo, con la que se había producido una larga incomunicación. Se dio seguimiento.

Programa Pulgas II. La organización indígena en la economía informal, con miembros de la asociación de comerciantes indígenas del malecón y reporteros comunitarios del programa radial “Wayúu Aikaali”, fue hecha visible. Se creó una asociación mediática importan-

te entre Pulgas FM y ViVe, consistente en intercambio de información sobre el movimiento popular y seguimiento de sus luchas en el Centro de Maracaibo. El canal recibe regularmente llamados de organizaciones del Centro que quieren sumarse a estos proyectos de gestión social indígena o que también desean hacerse visibles. Es evidente el impulso que dieron los programas a nivel de la autoestima de estas importantes organizaciones regionales.

Programa Asogbariven, Bakugbarí y Kumanda y Bwashagdari. ViVe Zulia da seguimiento continuo a los procesos de demarcación de pueblos indígenas que comenzó el Ministerio de Ambiente. El tema toca los territorios arrebatados por los hacendados a los Barí, el destino de las empresas de extracción de carbón en la zona. Además, hace visible al pueblo Barí en sus luchas por las tierras y por existir en convivencia con el mundo blanco, luego de las cruentas guerras cuyas heridas aún hoy permanecen abiertas.

Los programas están levantando polvo: los hacendados se disponen a donar tierras para congraciarse con el proceso; grupos ecologistas acusan a ViVe de asociarse con las carboneras porque se les da cabida a sus declaraciones, aun antes del fin de sus concesiones (ver *Barí No al Carbón, Carbón II, Marcha No al Carbón, Barí II y Bakugbarí, Socuy I y Socuy II*, en el “Noticiero del Cambio”, y “Respuesta a los carboneros”, y nótese la ironía de estos ataques); la Comisión Nacional de Demarcación redobla el apoyo en recursos para el logro de la meta para el 12 de octubre; y algunos organismos originalmente opuestos al proceso se suman. Además, la viabilidad del proceso de demarcación permite la consideración de territorios indígenas importantes que hasta el momento no habían sido incluidos por miedo a las presiones políticas y económicas. Aún se les da seguimiento a estos temas.

ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS

Los casos revisados revelan las siguientes cuestiones.

- ViVe Zulia ha producido programas de alto impacto para el desarrollo del movimiento social venezolano.
- Esos programas, lejos de ser de alta audiencia, son programas de baja difusión en la pantalla, pero ello no ha impedido su alta contundencia en la sociedad.
- El programa de mayor impacto es el “Noticiero del Cambio”. Esto puede explicarse por varias razones:
 - El formato del “Noticiero del Cambio”, de equipos humanos pequeños, observación a profundidad de los procesos, imperceptible entre los adversarios, capaz de descubrir y

registrar pruebas y procesos complejos, tiene una capacidad de alcance mayor que los otros formatos para describir, comprender y expresar audiovisualmente los problemas de las organizaciones populares.

- Tal permeabilidad en la trama social alerta a los adversarios del movimiento popular, produciéndoles una importante sensación de vulnerabilidad.
- Este proceso también facilita la declaración a los ciudadanos, con dificultad de movilizarse y de tener que expresar sus problemas fuera de su contexto de luchas, donde pueden sentirse debilitados –tanto por razones de amedrentamiento expreso como por una necesidad artificial de cambiar los códigos del lenguaje porque se está “en la televisión”, frente a muchas cámaras, sets y otros despliegues de la TV tradicional.
- Que el noticiero se haga en el sitio del trabajador permite una imagen en la que este no debe disfrazarse de “entrevistado”, y hace público el mundo real en el que el problema se produce (por consiguiente, esto le otorga una enorme credibilidad). Al usuario se le revela el proceso real de trabajo, y no un producto fabricado para “lucir bien” en la TV.
- El caso del “Noticiero Indígena” (NI) se asemeja al del “Noticiero del Cambio”, a pesar de las debilidades antes señaladas: baja productividad en pantalla y el hecho de que en la selección de una tercera parte de sus temas no se procura un impacto directo sino indirecto en la organización popular (descripción de rituales indígenas sin su significación política explícita, por ejemplo). Pero no hay duda de que el NI es una referencia de organización social en ese sector.
- “Real y Medio” y “Los Mangos” garantizan una relación complementaria con los primeros. De entrada, responden a una mayor audiencia que los otros programas, dando la impresión a los usuarios de que todos los programas sí son vistos nacionalmente. Posteriormente, cuando estos programas entran donde ya desplegaron su trabajo los “Noticieros del Cambio”, “Indígena” y el “Informativo ViVe”, se refuerza significativamente el alcance de las denuncias o de los logros alcanzados sobre una audiencia mayor que reitera los contenidos en la sociedad.

CONCLUSIONES

En el ideal de lograr un modelo de sociedad justa y participativa, ViVe como canal ha querido, a través de su programación, hacer aportes sobre cada uno de los cinco ejes de equilibrio estratégicos del Plan de Desarrollo Económico y Social 2001-2007 de la República Bolivariana de Venezuela.

ViVe, en conformidad con lo que pregona el eje del equilibrio económico, promueve la formación de ciudadanos en un nuevo modelo productivo basado en la cooperación y la solidaridad, a través del financiamiento de talleres de cooperativas y autogestión, impulsando con ello el desarrollo de una economía popular y el desarrollo endógeno.

Con respecto al equilibrio social, ViVe procura corregir las enormes distorsiones sociales, con su gran carga de exclusión e injusticia, a través de la visualización de las iniciativas de la comunidad organizada, brindándole un canal de expresión con más del 50% de su programación dedicada a sus anhelos, esperanzas, denuncias, historias, expresiones culturales autóctonas, entre otros. Al sumarle el trabajo de formación de la Escuela Popular Latinoamericana de Cine, los ciudadanos logran acceder a las herramientas comunicacionales, tanto teóricas como técnicas, que les permiten crear y comunicar su realidad. Todo este proceso relacional potencia el desarrollo pleno de los ciudadanos, en todos los aspectos vinculados con el ejercicio de la democracia participativa y protagónica.

En cuanto al equilibrio político, ViVe como canal de expresión popular incentiva el modelo de democracia participativa y protagónica, donde se establece la inclusión social y se deben garantizar los derechos sociales, culturales, políticos y económicos de todos los sectores sociales a nivel nacional.

En lo que se refiere al equilibrio territorial, ViVe se constituye como uno de los principales canales por los que los campesinos pueden denunciar las injusticias que se cometen contra ellos, en su lucha contra el régimen latifundista. ViVe no sólo se hace medio, sino que se hace brazos, oídos y ojos, comprometiéndose con el campesino a seguir su lucha, y así lo demuestran las experiencias de ViVe Zulia, con la Cooperativa Pedro Doria, el Sicariato en Mene Grande, El Charcote y la hacienda La Conquista.

Por último, en función con el eje de equilibrio internacional, ViVe ha promovido el intercambio de estudiantes y profesores de distintos países a través de la EPLAC, lo que a su vez promueve el intercambio de experiencias y mutuas enseñanzas. Se conjugan así distintas visiones en pro de la integración latinoamericana, sin contar que por medio del "Noticiero del Sur" las organizaciones populares venezolanas tienen una fuente ilimitada de comparación de experiencias de otras organi-

zaciones populares, tanto latinoamericanas como de otras latitudes. Así se promueve y fortalece una red de solidaridad y empatía mundial.

En esta primera fase de la investigación sobre el impacto social de ViVe en las organizaciones comunitarias, se puede evidenciar que este canal trabaja y se esfuerza día a día para producir y crear espacios en su programación para la participación popular en el marco de lo dispuesto en la Constitución Nacional, configurándose como una alternativa comunicacional enmarcada en el ideal del socialismo del siglo XXI.

BIBLIOGRAFÍA

Martínez de Toda y Terrero, José 1998 *Las seis dimensiones en la educación para los medios (Metodología de Evaluación)* (Roma: Universidad Gregoriana).

Mattelart, Armand 1984 *La comunicación masiva en el proceso de liberación* (México DF: Siglo XXI).

Ministerio del Poder Popular para la Planificación y el Desarrollo 2001 *Líneas Generales del Plan de Desarrollo Económico y Social de la Nación 2001-2007* (Caracas: República Bolivariana de Venezuela).

Murguialday, Clara; Pérez de Armiño, Karlos y Eizagirre, Marlen 1995 "Empoderamiento" en *Diccionario de Acción Humanitaria y Cooperación al Desarrollo*.
En <<http://dicc.hegoa.efaber.net/listar/mostrar/86>>.

Ogando, Ariel y Borgogno, Carina 2006 "Entrevista a Thierry Deronne: 'ViVe TV, un medio para ayudar a construir la revolución en Venezuela'" en <www.apiavirtual.com/2006/07/17/articulo-13044>.

Rita de Cássia Lahoz Morelli*

**DO FETICHISMO DA MERCADORIA
AO ESPELHO DE NARCISO
ALGUMAS REFLEXÕES SOBRE MÍDIA,
ALTERIDADE E DIFERENÇA SOCIAL**

INTRODUÇÃO

Nestes tempos de globalização das transações econômicas e das comunicações sociais, seria de esperar que o acesso à riqueza material e simbólica acumulada pela humanidade em tantos milênios de trabalho e de troca fosse também se estendendo a parcelas cada vez mais amplas da população do globo terrestre, inclusive a que habita os países historicamente excluídos dos benefícios do desenvolvimento técnico-científico dos últimos séculos, e a que se encontra alocada nas camadas mais baixas das estratificações sociais de todos os países.

Infelizmente não é isso o que acontece, e muitos autores, desde David Harvey (1994), vêm analisando a situação contemporânea de modo a evidenciar a exclusão social crescente que a globalização de transações econômicas baseadas no capitalismo flexível traz por consequência. Mesmo aqueles países que momentaneamente se encontrem integrados no circuito da produção fragmentada estarão confrontados com a instabilidade imposta pela volatilidade das inversões dos capitais internacionais. E mesmo aquelas pessoas que momentaneamente se vejam encaixadas em algum dos escassos postos de trabalho que o

* Doutora em Ciências Sociais. Professora do Departamento de Antropologia do Instituto de Filosofia e Ciências Humanas, Universidade Estadual de Campinas, São Paulo, Brasil.

novo modo de regulação do capital gera sucessivamente em cada país terão que conviver com a precariedade dos contratos e a perda dos direitos sociais.

Quando pensamos em América Latina, e na necessidade de dar conta da especificidade de nossa situação no quadro mundial, dois autores, entre tantos outros, parecem-nos particularmente importantes, e serão tomados como ponto de partida das reflexões que vêm em seguida.

O primeiro é Martín Hopenhayn (1999), que aponta para uma diferença crucial entre os modos de circulação da riqueza material e da riqueza simbólica na globalização contemporânea: a primeira, como dinheiro, circularia concentrando-se; e a segunda, como imagens, circularia disseminando-se. Em consequência, embora a globalização econômica promova a exclusão e a desintegração sociais, a globalização das comunicações faz emergirem múltiplas possibilidades de gratificação simbólica e de integração cultural, e isso sobretudo porque torna possível, mesmo aos excluídos dos benefícios econômicos, o acesso quase instantâneo a imagens do mundo inteiro, que lhes “inundariam” os olhos, embora as mãos estivessem “vazias”.

O segundo autor a que me refiro é Néstor García Canclini (2003; 2005). Embora não possa mencionar aqui, de sua obra monumental, mais que outra breve porém crucial distinção, qual seja, a que o autor estabelece entre o caráter efêmero do consumo das camadas sociais incluídas nas estruturas econômicas, tão enfatizado pelos autores europeus e norte-americanos que falam da contemporaneidade como pós-modernidade, e o caráter precário do consumo das camadas excluídas ou incluídas de modo parcial ou temporário nessas estruturas, que não pode ser esquecido pelos que desejem acercar-se deste objeto de estudo – a situação atual de nossos países e de nossos povos diante da economia e da cultura mundiais – desde uma perspectiva crítica.

Creio que muito ganharíamos se fizéssemos incidir, sobre a distinção apontada por Hopenhayn, esta outra que formulou Canclini, de modo que pudéssemos conceituar como precário o próprio consumo de imagens – e de riqueza simbólica em geral – a que está relegada grande parte da população de nossos países. Isso porque, creio eu, há mecanismos sociais por meio dos quais, a despeito da instantaneidade da circulação das mensagens, o acesso ao intercâmbio simbólico com os outros permanece vedado à grande maioria das pessoas, particularmente em países que, como os nossos, são marcados por altíssimos níveis de desigualdade social desde antes da flexibilização, em razão do caráter insuficientemente inclusivo do próprio fordismo anterior.

Assim é que Martín Hopenhayn (1999), que aponta para essa diferença tão significativa entre os modos de circulação das riquezas materiais e simbólicas na globalização contemporânea, termina, por

isso mesmo, por atribuir à circulação das imagens um caráter fluido e disseminado que em tudo contrasta com a concentração inerente à circulação do dinheiro. Creio, entretanto, que se deva perguntar por aqueles mecanismos que, em certas circunstâncias sociais, levam antes a uma concentração no âmbito da circulação das próprias mensagens, embora isso não seja suficiente para tornar inviável que alguma possibilidade de gratificação simbólica compensatória seja oferecida a todos.

Não se pode duvidar de que o “inundar” dos olhos com as imagens do mundo seja a mais importante das possibilidades de gratificação simbólica abertas pela globalização das comunicações, e creio mesmo que, quando é esse o caso, exista um mérito verdadeiro nessa globalização, que vai além de suas virtudes compensatórias: o mérito de aprofundar e tornar acessíveis a um número maior de pessoas as condições de desencaixe das relações sociais em relação aos contextos locais e pessoais das interações – condições estas que Anthony Giddens (1991), há muito tempo, apontou como cruciais para o incremento da capacidade reflexiva e auto-reflexiva que ocorreu na era moderna. Assim é que as imagens do mundo inteiro que chegam a cada um de nós pela Internet, pelos cabos da televisão por assinatura e, até certo ponto, pelos telejornais da televisão aberta não deixam de representar mecanismos de ampliação de nossos horizontes estéticos, intelectuais, morais e afetivos, tanto quanto (ou até mais que) o fez a prensa de Gutenberg, o rádio dos primórdios do século XX e as indústrias tradicionais do cinema e do disco.

Creio, entretanto, que é preciso atentar para o fato de que esta abertura de horizontes estéticos, intelectuais, morais e afetivos nunca foi acessível a todos e não o é, absolutamente, nos dias de hoje. Mais ainda, creio que em certos casos a exclusão econômica contemporânea é tão radical que nada mais se pode oferecer às massas excluídas que a reiteração de seus estreitos horizontes, uma vez que qualquer imagem de alteridade evocaria antes a desigualdade social que a diferença cultural. Creio finalmente que este é o caso de países como os nossos, nos quais o fordismo foi insuficiente para gerar uma estrutura tão inclusiva quanto é possível nas condições capitalistas de produção e distribuição da riqueza material y simbólica, e que por isso mesmo são caracterizados há muito tempo por uma desigualdade social ultrajante.

É interessante observar que muitos autores fizeram análises clássicas de alguns dos mecanismos mais tradicionais de reprodução simbólica das desigualdades sociais inerentes ao capitalismo, e penso sobretudo em Pierre Bourdieu (1974; 1975; 1996) e em suas perspicazes análises do sistema escolar e das trocas lingüísticas. Segundo esse autor, um sistema escolar público, por exemplo, fortemente estruturado e capaz de abarcar a todos, nada mais faria que consagrar os que adentrassem

a escola equipados com um certo capital cultural familiar, e reprovar os que justamente aspirassem a uma ascensão social por seu intermédio. Entretanto, é preciso avançar a reflexão por ele iniciada e perguntar: o que ocorre quando, em razão do desmonte do Estado e da perda dos direitos sociais, o sistema da educação pública deixa de tomar para si essa função reprodutora? Assim é que se torna necessário perguntar pelos novos mecanismos aos quais se atribui hoje o enquadramento das crianças e dos jovens na ordem social desigual, e creio que o consumo simbólico midiático seja um desses mecanismos, talvez o mais importante.

Novamente poderíamos fazer referência a inúmeros autores que apontaram para o potencial de enquadramento social do consumo simbólico no capitalismo clássico, e penso sobretudo no jovem Jean Baudrillard (1975; 1982). Mas novamente se faz necessário observar que, no antigo modo de regulação do capital, a erradicação da desigualdade era algo que se vislumbrava no futuro, ainda que em muitos casos apenas retoricamente, o que não ocorre hoje, no contexto do capitalismo flexível. De fato, mesmo sob o fordismo mais insuficiente, podiam-se socializar antecipadamente as massas na sociedade de consumo, mediante a reiterada exposição das imagens dos cidadãos que “já” haviam-se tornado consumidores, e que demonstravam, em sua felicidade, a suposta eficiência do modelo social e as possibilidades abertas de ascensão. Aos que “ainda” se encontravam excluídos, se lhes mostrava aqueles “outros sociais” para que pudessem continuar cultivando esperanças no futuro de si mesmos e do país.

Ao contrário, no novo modo de regulação do capital a desigualdade social é uma condição que se assume como permanente e cuja superação não se vislumbra sequer como ilusão. Dessa maneira, creio eu, a única coisa que se pode fazer é reverenciá-la como diferença salutar, oferecendo aos excluídos, em lugar das imagens dos “outros sociais” (ou de quaisquer “outros”), apenas e tão somente as imagens *glamourizadas* de si mesmos. E é assim que a precariedade social antes se complementa do que se contradiz na dimensão da circulação simbólica, seja por um consumo *precário* de imagens do mundo, seja por uma *concentração* excessiva em imagens de si, que só reiteram os limites da própria precariedade, ainda que não mais para rechaçá-los como inadequados, como fazia o antigo sistema escolar, e sim para valorizá-los positivamente e para consagrá-los como naturais e como insuperáveis.

APORTES TEÓRICOS

Vejamos por exemplo o caso do Brasil. Nas telas dos aparelhos da televisão aberta brasileira é cada vez mais freqüente a presença das imagens dos pobres, e não mais como estereótipos de marginalidade e delinquência, ainda que isso também esteja presente, mas sim no próprio centro

do espetáculo, como se fossem os próprios artistas. E não deixa de ser paradoxal, à primeira vista, que isso ocorra justamente quando se desenvolve, para além da tradicional desigualdade social brasileira, uma nova onda de exclusão social, em consequência das políticas neoliberais praticadas desde há pouco mais de quinze anos nesse país.

Entretanto, sendo a maior parte dos telespectadores brasileiros tão pobre quanto os pobres cujas imagens as telas dos aparelhos de televisão divulgam, o que ocorre é que estão cada vez mais expostos, por intermédio dela, a imagens de si mesmos em lugar de imagens dos outros – e, mais particularmente, dos “outros sociais”, ou seja, daqueles que são mais bem agraciados na distribuição social da riqueza econômica e cultural que eles. Partindo dessa constatação, torna-se possível associar este ocultamento das imagens dos outros ao próprio contexto de exclusão social que se recrudescer com a globalização, e que a inclusão das imagens dos pobres nas telas da televisão parecia contradizer – ainda que para isso seja necessário questionar as representações populares e acadêmicas mais correntes, que associam automaticamente a globalização a uma abertura inusitada para os demais.

É certo que, em termos teóricos, o ocultamento das imagens dos outros pode ser associado a variadas modalidades de desconhecimento e negação da alteridade, todas elas relacionadas à produção midiática contemporânea, e eu gostaria de fazer breves referências a três dessas modalidades.

A primeira é a que aponta o antropólogo francês Marc Augé (1998) quando assinala que, ao contrário do cinema, cujas imagens são a expressão do imaginário do autor da película, a televisão exhibe imagens sem autoria, de tal maneira que, desaparecendo aquele outro concreto e singular que era o autor da obra cinematográfica, desaparece também a possibilidade de estabelecimento de uma relação de alteridade por parte daqueles que usufruem as imagens televisivas. Ao telespectador, segundo Augé, restaria apenas a possibilidade de identificar-se com esses “outros virtuais” que são os personagens das telas de televisão, entre os quais ele inclui todos aqueles que as freqüentam habitualmente, e não apenas os personagens fictícios da teledramaturgia.

Ainda que não seja o caso de fazer aqui uma discussão dessas idéias, cabe certamente ponderar que não é sempre assim: as telenovelas, por exemplo, têm autoria reconhecida, assim como outras obras da teledramaturgia ou as próprias películas cinematográficas que a televisão exhibe com freqüência. O que é importante observar, entretanto, é que o autor nos chama a atenção para um tipo de imagem que só a televisão torna possível consumir, e que, por ser sem autoria, ou de autoria desconhecida, desconecta-se de qualquer seqüência significativa. Por outro lado, deve-se admitir que o manuseio do controle remoto per-

mite ao telespectador desmontar até mesmo as seqüências significativas concebidas pelos autores das obras de teledramaturgia (e de cinema, quando exibidas pela televisão) – e creio que é a este tipo de consumo de imagens desconectadas, que não são a expressão da individualidade de um outro, que se aplicam as considerações seguintes, feitas por uma psicanalista brasileira.

De fato, uma segunda modalidade de desconhecimento e negação da alteridade a que podemos nos reportar teoricamente é a que aponta Maria Rita Kehl (2004), quando nos põe de sobreaviso contra o predomínio da imagem sobre a narrativa na televisão. Segundo ela, a imagem fala diretamente ao imaginário, produzindo efeitos de significação que parecem satisfazer diretamente as pulsões mais inconscientes dos telespectadores, sem a mediação do simbólico. Assim é que a imagem permite manter o desconhecimento daquela falta que, para os psicanalistas, nos constitui como sujeitos de desejo, e que, uma vez reconhecida, nos conduziria ao intercâmbio social, à busca de sentido no trabalho do pensamento e na interação dialógica com outros tão faltantes quanto nós. Entretanto, o caráter complexo do argumento psicanalítico só nos permite registrá-lo como caminho aberto a um diálogo extremamente enriquecedor entre as ciências sociais e a teoria psicanalítica, sem fazer maiores considerações, de resto inoportunas neste texto.

Finalmente, uma terceira e última modalidade de desconhecimento e negação da alteridade encontra-se associada à própria natureza mercantil das produções midiáticas, particularmente por conta das relações capitalistas de produção que estão na origem das mercadorias modernas. Como relações de exploração e dominação, elas constituem o paradigma da substituição da troca recíproca entre os homens pelo puro e simples usufruir de um para satisfazer as necessidades do outro. Se considerarmos que aquela troca recíproca pode ser inclusive de mercadorias, mas que é sobretudo de palavras e de mulheres na compreensão estruturalista do ingresso humano na ordem social e simbólica, podemos dizer, talvez, parafraseando Lévi-Strauss (1975), que na relação de produção capitalista o outro é tomado como “coisa boa para lucrar”, ao passo que tomar o outro como “coisa boa para pensar” significaria antes guardar entre mim e ele uma distância suficientemente respeitosa para que nela se pudesse intermediar o símbolo.

Entretanto, por mais interessantes que sejam estes aportes teóricos, o que creio ser importante perguntar é em que circunstâncias sociais – para além da tendência à negação da alteridade, da sociabilidade e da simbolização que a produção televisiva deve a suas características de mercadoria, de imagem e de ausência de autoria – tornou-se funcional que essa tendência se radicalizasse e que o próprio “outro social”,

ainda que virtual, desaparecesse do cenário, deixando o palco livre para o predomínio do eu e das imagens de si mesmo.

APORTES HISTÓRICOS

Para responder convictamente a essa pergunta, caberia fazer uma pesquisa empírica e histórica, uma vez que somente assim seria possível confirmar as relações umbilicais que estou afirmando existirem entre, de um lado, o ocultamento dos “outros sociais” e a *glamourização* da pobreza e da ignorância nas telas da televisão aberta brasileira, e, de outro lado, o contexto político e econômico recente do país, marcado pela flexibilização. Na falta dessa pesquisa, que está em meus horizontes realizar, só posso apresentar aqui alguns dados que parecem fortalecer minha tese, e para tanto faço uma brevíssima retrospectiva da história da mídia no Brasil, baseando-me em grande parte em José Ramos Tinhorão (1966; 1981; 1998).

Basear-me em Tinhorão terá como consequência indireta centrar-me talvez em demasia nas produções midiáticas musicais, em detrimento de outras modalidades de programas. Entretanto, creio que a programação musical da televisão aberta é de fato um foco privilegiado para a observação das mudanças ocorridas ao longo do tempo na representação dos pobres nas telas da TV. Além disso, são justamente tais produções as que vêm se constituindo em meus próprios interesses de pesquisa há muitos anos (Morelli, 1991; 2000; 2002).

Tinhorão faz associações importantes entre o contexto nacional-populista da era Vargas (que durou desde a Revolução de 1930 até o suicídio do presidente em 1954, ainda que ele mesmo não tenha estado esse tempo todo no poder) e o caráter socialmente inclusivo que um veículo como o rádio, por exemplo, assumiu desde os primórdios de sua consolidação comercial no país (a partir de 1930) até os anos iniciais da década de 1950. Ainda que não tenha deixado de observar que tanto o rádio como o disco permitiram antes a profissionalização dos compositores brancos de classe média que a dos compositores negros e pobres, ele valoriza positivamente o fato de que tenha sido o *samba* o primeiro produto musical nacional de sucesso nesses dois meios, já que o *samba* nascera justamente da convivência próxima entre uns e outros em uma cidade (o Rio de Janeiro do início do século XX) em que ainda não se haviam desenvolvido os mecanismos urbanos modernos de segregação social. E valoriza positivamente, sobretudo, os programas de auditório que as emissoras cariocas levavam ao ar naquele período, uma vez que a esses auditórios tinham acesso os pobres urbanos, moradores dos subúrbios, e que os próprios programas assumiam todas as características de uma festa popular.

A televisão se instalou no Brasil em 1950, mas, segundo Tinhorão, durante os dez primeiros anos de sua existência não passava de um “rádio filmado”, o que significa dizer que, a despeito de os aparelhos receptores serem ainda importados e custarem muito caro, o que evidentemente tornava-os acessíveis apenas a uma elite de consumidores, a programação não deixava de ser popular, o que explica alguns dados sobre audiência de televisão obtidos pelo Instituto Brasileiro de Opinião Pública e Estatística (IBOPE) em São Paulo naquele período, que mostram um grande número de aparelhos receptores desligados. Os dados sobre audiência e programação de televisão coletados pelo IBOPE desde os anos de 1950 até os anos de 1980 foram sistematizados pelo Centro de Estudos de Opinião Pública (CESOP), da Universidade Estadual de Campinas, e constituem farto material para a pesquisa empírica e histórica a ser empreendida por mim para a comprovação ou a negação da hipótese analítica aqui apresentada. Como vimos, eles tendem a confirmar a tese de Tinhorão sobre o caráter mais popular da programação da televisão brasileira nos anos de 1950, tese com a qual Tinhorão se contrapõe a Muniz Sodré (1971; 1977; 1984), por exemplo, para quem a televisão brasileira, em sua fase pré-comercial, teria desenvolvido uma linha de programação mais elitista e culturalista.

Para Tinhorão, o caráter socialmente mais inclusivo do rádio em comparação com a televisão no Brasil fica mais evidente quando se comparam os mencionados programas de auditório das grandes emissoras de rádio do passado, freqüentados por uma maioria de gente pobre e negra (com predomínio de mulheres jovens, chamadas então pelas elites conservadoras de *macacas* de auditório), e um certo tipo de programa de auditório que foi um grande sucesso na televisão brasileira já em meados da década de 1960: os festivais universitários de música popular.

É interessante observar que os pobres não tenham sido desalojados dos auditórios imediatamente quando um veículo novo, a televisão, passou a divulgar também imagem, e não apenas som, como o rádio, mas que se tenha preferido divulgar a imagem de jovens ricos (e bem aquinhoados na distribuição social da riqueza cultural) apenas quando esse veículo passou a ser utilizado em um outro contexto histórico e político, em que o nacional-populismo, com seu ideal de desenvolvimento de uma indústria de base nacional e pública, havia cedido definitivamente lugar a uma política de incentivo à industrialização, fundada em investimentos estrangeiros diretos na produção local de bens de consumo duráveis – política essa que, iniciada na era democrática, sob o governo de Juscelino Kubitschek, recebia agora o reforço do regime militar de exceção, em vigor desde 1964. Nesse novo contexto, a televisão passa a ter por função a publicidade dos produtos modernos que essa opção de desenvolvimento tornava acessíveis às camadas altas e médias

da população, e não a todos os brasileiros, ainda que fosse então possível, e até mesmo desejável, socializar antecipadamente a todos nas práticas de consumo. E foram justamente os governos militares que, com investimentos públicos pesados na área de telecomunicações, e também com incentivos fiscais à produção local, por empresas estrangeiras, dos próprios aparelhos receptores, e com a criação de mecanismos de crédito ao pequeno consumidor para que pudesse adquirir esses aparelhos, viabilizaram a transformação da televisão em um veículo publicitário atraente para as grandes agências norte-americanas de propaganda que também se instalavam no Brasil nos anos de 1960.

Se nos lembrarmos de que no rádio pioneiro prevaleciam propagandas de produtos populares e de pequenos estabelecimentos comerciais locais, veremos que a substituição das jovens suburbanas (pobres e negras) por jovens universitários (brancos e ricos) nos auditórios da programação musical correspondeu a uma diferença muito significativa entre os anunciantes e, conseqüentemente, entre os públicos-alvos de cada um desses dois veículos. O que acho interessante observar, entretanto, é que, a despeito desses seus públicos preferenciais, tanto o rádio quanto a televisão foram utilizados, cada um a seu tempo, para interpelar a todos os brasileiros, contribuindo para a construção da idéia de nação. No período varguista, o rádio foi efetivamente utilizado pelo Estado para interpelar a todos os brasileiros como trabalhadores; sob a ditadura militar, a televisão foi utilizada pelas grandes corporações multinacionais para interpelar a todos os brasileiros como consumidores, muito embora somente alguns brasileiros, os mais favorecidos na distribuição social da riqueza material, pudessem efetivamente ingressar no mercado de consumo.

Muniz Sodré (1971; 1977) chama a atenção para o fato de que a própria necessidade de firmar-se como veículo publicitário preferencial em relação às outras mídias que ainda abocanhavam a maior parte das verbas das agências levou a televisão a interpelar também os mais pobres, popularizando sua programação (ou re-popularizando-a, se preferirmos ficar com a tese de Tinhorão sobre o caráter mais popular da programação dos anos de 1950). Isso teria ocorrido, segundo ele, durante os anos do chamado “milagre econômico” (entre 1968 e 1972) porque, do ponto de vista da estratégia de conquista das verbas publicitárias, era preciso criar uma audiência de massa antes de voltar a qualificá-la. Sodré se refere então a uma espécie de “boom do grotesco” na programação televisiva do período, e em uma espécie de “exército de reserva” de audiência, representado pelas populações então mobilizadas para a aquisição do aparelho receptor de TV, pelo crediário, por meio desses programas que iam ao encontro das formas populares tradicionais de diversão. Mas Sodré considera que, uma vez estabele-

cida a hegemonia publicitária do veículo, a programação teria voltado a obedecer a uma linha mais culturalista, inclusive por interferência direta do Estado autoritário.

Já Sérgio Miceli (1972), estudando a programação televisiva desse período, encontra uma diversidade muito grande, com programas voltados para as camadas mais favorecidas da população (classes altas e médias urbanas) convivendo ao lado de programas mais populares, voltados para os pobres urbanos e para as populações interioranas. E considera essa diversidade como sendo mais estrutural que conjuntural, e própria dos países de capitalismo dependente e excludente, nos quais se torna necessário que os veículos de comunicação contemplem também as demandas dos amplos setores excluídos dos mercados de trabalho e de consumo, ou precariamente incluídos neles. Assim, ele mostra que certos programas populares da época, nos quais havia uma profusão de concursos, sorteios e prêmios, apresentavam aos excluídos a possibilidade de um acesso quase mágico aos bens de consumo dos quais estavam materialmente afastados na vida real, enquanto outros, destinados aos segmentos privilegiados, funcionavam como reforço de seu estilo de consumo e como vitrine das últimas tendências da moda internacional em todos os aspectos da vida. Por outro lado, outros programas ainda representavam os esforços cívicos e nacionalistas da facção tecnocrática no poder, e tinham um conteúdo mais educativo.

Cada um a seu modo, tanto Sodré quanto Miceli mostram que, a despeito de servir mais ao mercado que ao Estado, mesmo a televisão que se tornou veículo publicitário das grandes corporações serviu de alguma maneira a um projeto de nação, tanto quanto o fizera o rádio na era varguista, ainda que tenha sido um projeto mais retórico que efetivo, em ambos os casos. O próprio Estado não deixou de se interessar pela televisão como veículo de unificação das consciências, enquanto o empresariado se interessava por ela como veículo de unificação do mercado, como mostraram autores que estudaram a década de 1970 retrospectivamente (Carvalho et al., 1980).

Creio que talvez seja essa a principal diferença entre os dois contextos anteriormente analisados e o contexto contemporâneo da televisão brasileira, diferença essa que decorre não apenas de uma perda de poder por parte do Estado em relação ao mercado, mas também da internacionalização e da segmentação do próprio mercado, no contexto do capitalismo flexível. E passo a explorar essa hipótese analisando mais detidamente os programas de entretenimento musical.

PROGRAMAS DE ONTEM E DE HOJE

Os programas de *calouros* do rádio do passado – em que aspirantes à carreira de cantores se apresentavam para a avaliação de um corpo de especialistas e/ou do público presente – não deixavam de constituir-se em caminhos abertos para o ingresso e a profissionalização nessa carreira, inclusive para moças e rapazes tão pobres quanto os que freqüentavam os auditórios das emissoras cariocas, como mostra Tinhorão ao citar grandes cantores da época de ouro da música popular brasileira que, tendo origem humilde, teriam sido revelados para o mundo artístico dessa maneira. Desse modo, tanto quanto viria a ocorrer posteriormente nos festivais universitários de música popular na televisão, auditório e palco eram freqüentados por gente do mesmo estrato social – ainda que os *calouros* não constituíssem mais do que uma pequena parte do conjunto variado de atrações dos programas de auditório do rádio do passado, entre as quais predominavam os artistas já consagrados no campo musical carioca, com o público se organizando inclusive em ruidosos fãs-clubes dos grandes astros e estrelas do pioneiro *star-system* brasileiro.

Como “rádio filmado” também a televisão teve programas de *calouros* desde seus primórdios, e Tinhorão faz constar que o primeiro programa da TV Tupi do Rio de Janeiro, transmitido no dia de sua inauguração, em janeiro de 1951, foi o consagrado programa de *calouros* que Ary Barroso já apresentava no rádio havia muito tempo. E é de se pressupor que, tanto quanto acontecia no rádio, tanto no palco quanto no auditório de tais programas de televisão não se encontrassem ainda os jovens universitários dos anos de 1960, ainda que fosse necessária uma pesquisa empírica para medir o grau exato com que o público majoritariamente pobre e negro, que freqüentava os auditórios e os palcos dos programas de rádio, teve efetivamente acesso aos diferentes auditórios e aos diferentes palcos que a televisão já lhes oferecia na década de 1950 – e que, diga-se de passagem, continuou lhes oferecendo nas décadas seguintes, em programas de *calouros* como os de Sílvio Santos e Chacrinha, por exemplo, classificados na pesquisa de Miceli (1972) como voltados para as classes C e D das pesquisas de mercado. De qualquer maneira, a existência precoce de programas como esses nos assegura que, em alguma medida, os brasileiros pobres freqüentaram as telas da televisão desde muito cedo na história desse veículo no Brasil.

Por outro lado, convém observar que os programas de *calouros*, quando realizados na televisão nas décadas de 1960 e 1970, certamente já tinham perdido terreno para outras modalidades de seleção de candidatos à carreira musical, algumas das quais ainda ligadas à televisão, como os próprios festivais universitários dos anos de 1960, e outras mais diretamente controladas pela indústria fonográfica, como passou a ocorrer na década seguinte. Os programas de *calouros* da televisão

tornaram-se assim, paulatinamente, mais uma forma de entretenimento para os telespectadores do que um caminho efetivo para a profissionalização. Junte-se a isso o fato de que, a partir da chamada *Bossa Nova* (movimento musical carioca do final dos anos de 1950), a própria figura do cantor deixara de ser central no campo da música, dado que os compositores ligados a esse movimento, e aos demais movimentos de música popular brasileira de extração universitária que se seguiram, passaram a atuar como intérpretes de suas próprias obras, e compreender-se-á que houve uma perda paulatina de prestígio dos programas de *calouros*, pois neles se apresentavam candidatos a artistas que eram “apenas” cantores, o que acabou se tornando marca de uma extração social mais popular e de um tipo de inserção mais comercial naquele campo.

De qualquer maneira, é interessante observar que os programas de *calouros* radiofônicos e televisivos dos anos de 1940 e 1950 e os programas de *calouros* televisivos dos anos de 1960 e 1970 compartilhavam pelo menos duas características em comum: o apresentador do programa e o corpo de especialistas eram bastante rígidos na avaliação da qualidade artístico-musical das interpretações, e o demonstravam seja interrompendo-as abruptamente à menor desafinada, seja permitindo que o intérprete desafinado continuasse cantando debaixo do riso e do escárnio do auditório; e os candidatos em geral, inclusive os bons, não eram tratados com muito respeito por eles, uma vez que se faziam referências jocosas a seus nomes, a suas roupas, a suas vozes ou a seus gestos, com intenção clara de divertir os presentes no auditório, ou os ouvintes e telespectadores de casa, às custas de cada um que utilizava o microfone e que pretendia ser avaliado somente por seus dotes artísticos. Assim é que os prêmios eram destinados aos candidatos que de fato apresentassem qualidades artísticas acima da média, mas, ao mesmo tempo, o alcance da própria premiação como símbolo de inclusão social se esvaía, uma vez que se prescrevia a todos os candidatos, mas sobretudo àqueles cujas vestes e cujos modos revelavam uma extração social mais humilde ou mais interiorana, um papel de verdadeira humilhação.

Se tomarmos como termo de comparação um programa de entretenimento musical que vai ao ar na televisão aberta brasileira nos dias de hoje, que é o programa Raul Gil, veremos que não compartilha nenhuma dessas duas características, e que nem sequer poderia ser classificado como programa de *calouros*, uma vez que a proposta não é premiar um candidato, e sim, ao que parece, profissionalizar um conjunto deles, oferecendo-lhes a oportunidade de atuarem de forma permanente no programa: como a seleção artístico-musical é feita previamente, os candidatos, quando diante das câmeras, podem cantar as canções até o final, sem interrupções abruptas e sem apupos da platéia; ao mesmo tempo, são todos muito bem tratados pelo apresentador do

programa e pelos especialistas que os avaliam – inclusive, e principalmente, se cantam mal e são desclassificados, quando se lhes diz que são ótimos cantores, sem sombra de dúvida, e que apenas não estiveram em um bom dia, mas que devem voltar na próxima semana. Afastam-se, assim, dos olhos do público, as situações de humilhação a que os candidatos rejeitados na seleção prévia podem ter sido submetidos, ao mesmo tempo em que se nivelam “por cima”, digamos assim, os candidatos que vêm se apresentar diante deles, e não apenas no tocante à competência artístico-musical mas também, aparentemente, no que diz respeito aos trajes e aos modos, com a produção do programa preparando-os para as gravações das apresentações por meio de ensaios.

Os “Jovens Talentos” de Raul Gil são divididos em duas faixas etárias, crianças e adolescentes, e em cada uma delas a competição se divide novamente com base no sexo masculino ou feminino dos candidatos. Quando consagrados por sucessivas semanas de classificação, são chamados a atuar em outros quadros do programa, particularmente em um quadro de homenagem a grandes compositores de música popular brasileira, diante dos quais os *jovens talentos* cantam seus maiores sucessos e são por eles elogiados. Configura-se assim uma tendência a que a audiência desse programa televisivo se torne mais um segmento do mercado fonográfico, já que os talentos revelados pelo programa acabam gravando seu CD, mas é interessante observar que essa audiência não é formada majoritariamente por crianças e adolescentes, e sim por mulheres idosas ou de meia-idade que gostam de ver crianças e adolescentes na tela da televisão, nas vazias tardes de sábado e de domingo. Assim sendo, os “Jovens Talentos” de Raul Gil têm sua consagração em um nicho muito restrito de mercado, e seu sucesso não extrapola as fronteiras do programa – muito embora seja possível imaginar que sua projeção televisiva lhes permita obter algumas outras oportunidades de prestação de serviços artístico-musicais a que não teriam acesso não fosse essa projeção¹.

1 Um contraste bastante elucidativo pode ser traçado entre o programa de Raul Gil, aqui descrito, e um programa de *calouros* denominado “Ídolos”, inspirado em programação semelhante, veiculada por rede norte-americana de televisão a cabo, que passou a ser exibido pelo canal brasileiro de televisão aberta de propriedade de Sílvio Santos, enquanto eu escrevia a primeira versão deste texto. Tal programa, tanto por sua origem norte-americana quanto por sua atualização brasileira via a TV de Sílvio Santos, conhecido apresentador de programas de *calouros* do tipo antigo, é o exato oposto daquilo que acredito ser a tendência contemporânea na televisão aberta do país, pois os telespectadores podem ver não só as melhores como também, e principalmente, as piores das apresentações musicais dos aspirantes ao prêmio máximo, feitas, aliás, sem acompanhamento instrumental, e diante de um corpo de especialistas tão francos em sua avaliação que chegam algumas vezes às raíais do desacato. Entretanto, como o próprio nome do programa indica, não se trata de selecionar cantores para uma carreira musical, e sim de eleger “o novo ídolo do Brasil”, daí a ênfase posta em requisitos como “atitude” e

Creio que o nivelamento social e artístico-musical dos candidatos, a inexistência de competição acirrada e a oportunidade de profissionalização em um nicho muito restrito do mercado apontem para transformações profundas, não somente no campo musical brasileiro, mas no próprio contexto econômico e político do país. É curioso, nesse sentido, observar que desapareceram quase que por completo, das telas da televisão brasileira, os antigos programas de *calouros*, ao mesmo tempo em que nelas abundam concursos de toda ordem, alguns ainda artísticos, como os concursos de dança, mas a maioria referente a conhecimentos práticos, compartilhados pelos telespectadores mais pobres, tais como os relativos aos preços dos produtos de primeira necessidade, por exemplo, como ocorre no programa “O preço certo”, veiculado pela televisão de propriedade de Sílvio Santos. E que, mesmo com a tendência ao desaparecimento dos programas de *calouros*, um programa como o de Raul Gil tenha permanecido no ar.

Isso parece estar associado às mudanças pelas quais vem passando o campo da música popular brasileira, as quais não deixam de refletir as transformações econômicas e políticas associadas à flexibilização e ao neoliberalismo. Esse campo, que, para se constituir autonomamente em relação ao campo da música erudita, crioua seus próprios critérios internos de hierarquização, fundados na distinção de uma linha universitária de prestígio e no pressuposto do desenvolvimento, ainda que crítico, de uma tradição musical nacional e popular (Paiano, 1994; Zan, 1996), encontra-se hoje tão segmentado que os próprios critérios de hierarquização se multiplicam, servindo apenas para hierarquizar as produções no interior de cada segmento e não mais para hierarquizar os próprios segmentos uns em relação aos outros (Vicente, 2001). Em grande parte, isso se deve à ausência de um centro organizador do negócio da música, já que a própria indústria fonográfica, que assumira essa posição nos anos de 1970, deixou paulatinamente de controlar o fluxo das mensagens musicais à medida que se desenvolviam as novas tecnologias de comunicação que viabilizaram a constituição de muitos

“personalidade”, em detrimento de qualidades como “afinação” e “técnica”. Poderia ser pensado como modalidade de construção de celebridades televisivas, do tipo que analiso mais adiante neste texto, quando menciono a atuação da indústria fonográfica na televisão aberta, mas “Ídolos” se parece mais com um programa humorístico, de tal forma se esmeram os candidatos em fazer algo divertido, os especialistas em dizer algo chocante e os editores em mostrar aos telespectadores os “piores momentos”, isto é, aqueles que mais possam provocar-lhes o riso – e não se trata de mera opinião pessoal, uma vez que, segundo nota divulgada pela imprensa uma ou duas semanas depois do início das transmissões, a insistência da produtora do programa em enfatizar o puro entretenimento levou a que sua diretora “artística” pedisse demissão. Por outro lado, o vencedor da primeira edição desse programa não parece ter obtido, por conta dessa sua vitória, sequer a efêmera celebridade que se esperava que obtivesse.

circuitos alternativos de produção e consumo (Vicente, 1996). Mas isso se deve também ao caráter internacionalizado desses circuitos, bem como ao desgaste dos critérios nacionais de hierarquização decorrentes do próprio desgaste do Estado e dos discursos nacionalistas. E, mais profundamente, à fragmentação e à segregação social que, na contracorrente dos processos anteriores de unificação das consciências e dos mercados, inviabiliza hoje a imposição de um critério único de hierarquização a todos os agentes do campo musical.

A conexão entre os fenômenos macroestruturais e os fenômenos internos ao campo musical fica muito clara quando se ouvem certos discursos de legitimação do *funk* ou do *rap* como expressões musicais, em que se defende até mesmo que os *funkeiros* e os *rappers* brasileiros apenas imitem seus pares norte-americanos, sem realizar qualquer síntese original com elementos musicais nacionais (Herschmann, 1997). Perguntam os formuladores desses discursos: Que compromisso teriam os *funkeiros* e os *rappers* brasileiros com uma tradição nacional que não lhes diz respeito, desenvolvida por uma elite cuja legitimidade cultural não reconhecem e por um Estado que nunca lhes deu nada de bom? E também: Por que não deveriam filiar-se diretamente a uma tradição desenvolvida por jovens tão pobres e tão excluídos quanto eles, distantes no espaço, porém mais próximos deles, socialmente falando, que os demais brasileiros de outros segmentos sociais?

Tem sido comum, também, mesmo em críticas e reportagens sobre música escritas por agentes menos militantes, expressões de desprezo pelos velhos grandes nomes da música popular de extração universitária oriundos dos anos de 1960 e 1970 que seriam impensáveis algum tempo atrás, não só porque eles eram os monstros sagrados do campo outrora unificado da música popular, mas porque, enquanto esse campo existiu, foi necessário que a crítica se expressasse em termos musicais, não sendo legítimo dizer de um artista, como recentemente ocorreu em relação a Chico Buarque de Holanda, que ele não passava de um “chato”.

Finalmente, podemos observar que, se no programa Raul Gil a ausência de disputa se dá por conta de um nivelamento “por cima”, e tem por conseqüência a profissionalização de um conjunto de *jovens talentos* em um nicho restrito de mercado, temos em outros programas da televisão aberta brasileira o que poderíamos chamar de um nivelamento “por baixo”, o que significa dizer que não apenas a linguagem da crítica e da reportagem musical tem se tornado mais livre em relação àquilo que foi o padrão anterior de legitimidade, mas que a própria competência técnico-musical tem se tornado dispensável como critério de hierarquização quando o que está em jogo não é exatamente o ingresso em um campo musical em processo de desconstrução, mas a

composição de uma celebridade televisiva tão efêmera quanto qualquer outra, mas capaz de render, talvez, alguns trocados à indústria fonográfica. Poder-se-ia pensar que o domínio da máquina comercial tivesse tornado possível a essa indústria alçar qualquer um à celebridade, principalmente quando se vê o caso de um cantor brasileiro muito jovem, e muito querido hoje em dia entre as adolescentes de sua idade, que se apresenta tocando guitarra, embora não saiba tocá-la, e embora todos saibam que ele não sabe, uma vez que ele mesmo não se furta a revelá-lo às revistas que exploram a vida pessoal das celebridades. Creio, entretanto, que os investimentos da indústria fonográfica em celebridades televisivas, ou em celebrar seus próprios artistas na televisão, sejam antes um sintoma da perda de controle, por parte dela, sobre outros circuitos muito mais dinâmicos e muito mais criativos de produção e circulação da informação musical. Ao meu ver, por intermédio da televisão aberta, a indústria fonográfica tenta vender, para um público o mais amplo possível, produtos de qualidade artístico-musical a mais duvidosa, enquanto preserva da chamada superexposição na mídia os antigos nomes de prestígio, hoje adstritos a um segmento do mercado, e busca explorar economicamente os segmentos emergentes, tentando contratar como artistas exclusivos aqueles cujo potencial tenha se revelado nos circuitos independentes.

De fato, muitos artistas profissionais da música, que se apresentam nas telas da televisão aberta brasileira, parecem ser mais medíocres, artisticamente falando, que o pior dos *calouros* de Ary Barroso ou de Chacrinha, ainda que não sejam nem “gongados”, nem “buzinados”, como ocorria com aqueles, e sim *glamourizados*. E de tal maneira isso é verdade que praticamente não se pode distinguir, à primeira vista, e até que pare de cantar e se ponha a conversar com o apresentador do programa, se o cantor que se apresenta na tela da televisão aberta é um *calouro* do tipo antigo ou é alguém que está lançando um CD hoje, sustentado por uma empresa gravadora, já que as diferenças entre os dotes artísticos de uns e de outros não são tamanhas que saltem aos olhos.

Entretanto, se pararmos para pensar que “artistas” como esses, em razão da própria pobreza material de seu público, não vendem mais do que alguns poucos CD, desde pronto pirateados, não podemos deixar de concluir que sua *glamourização* está relacionada a demandas políticas geradas pelo novo contexto econômico, e não se explica apenas por demandas mercantis da indústria fonográfica. Nesse sentido, creio que sua *glamourização* deve ser antes de tudo analisada em seus possíveis efeitos de naturalização da desigualdade social: em lugar de uns poucos que merecessem ali adentrar por suas qualidades artísticas acima da média, os palcos da televisão aberta brasileira acolhem maternalmente a todos, de tal maneira que não se estabelece, sequer nesse campo restrito da

competência musical, escada nenhuma que cada artista da música fosse obrigado a galgar degrau por degrau para alcançar o reconhecimento, como se qualquer idéia de ascensão devesse ser abolida quando a desigualdade social não pode mais ser vivida e compreendida como superável – tal qual ocorria nos tempos em que havia projetos de unificação de consciências e de mercados –, mas como natural e irredutível.

Por outro lado, se são particularmente os mais medíocres os que adentram esse palco, isso parece ocorrer não apenas em razão das estratégias mercadológicas da indústria fonográfica, mas também para atender demandas políticas geradas pelo novo contexto econômico. Como sabemos, o público da televisão aberta é hoje em dia constituído majoritariamente por aqueles segmentos sociais que sempre foram os menos favorecidos na distribuição social das riquezas materiais e culturais, e que, mais recentemente, tornaram-se também os mais excluídos dos benefícios econômicos da globalização. Excluí-los assim de seus benefícios simbólicos, impedindo-lhes o acesso às imagens e às mensagens, inclusive musicais, que circulam por outras mídias, na medida mesma em que os protege do confronto doloroso com as evidências de sua própria precariedade material e cultural (e, nesse caso, artística e musical), não deixa de ser funcional para sua gratificação simbólica compensatória. Parece, de fato, que a *glamourização* da mediocridade artística dos músicos que mais freqüentam as telas da televisão aberta brasileira funciona como *glamourização* metafórica da própria precariedade social do público que os assiste e aplaude, de tal modo que esse público se sente ele mesmo reconhecido sem que lhe seja imposto qualquer esforço de aperfeiçoamento, é verdade, mas também sem que lhe sejam dadas condições infra-estruturais mínimas para o ingresso em uma trilha qualquer de progresso e desenvolvimento.

Isso estaria ocorrendo certamente porque não há, como nunca houve, trabalho e renda para todos, mas sobretudo porque não há mais sequer a esperança, que antes era suscitada pela retórica da unificação nacional, de que um dia chegaremos a tê-lo – ainda que essa esperança continue a ser evocada, em períodos eleitorais, por candidatos a cargos executivos que, ao fazê-lo, acabam se tornando vendedores de ilusões perdidas, e que, de qualquer maneira, depois de eleitos não conseguem entregar a mercadoria prometida, simplesmente porque ela é indisponível nos marcos do capitalismo flexível. É como se, nesse contexto, a televisão aberta tivesse tomado para si o encargo de falar preferencialmente aos pobres, que são a parcela majoritária dos seus telespectadores, para vender-lhes uma ilusão mais factível, qual seja, a de que não há problema algum em não se esperar nada de melhor no futuro, uma vez que o presente já é bom, isto é, uma vez que não há, em absoluto, desigualdade material ou simbólica, e sim diferenças que não se hierarquizam.

CONCLUSÃO

No limite, poder-se-ia afirmar que a televisão aberta brasileira – à medida que desaparecem do cenário político os projetos de unificação das consciências, predominam no cenário econômico as estratégias de segmentação dos mercados, e irrompem no cenário social os efeitos da fragmentação, da segregação e da desagregação dos antigos laços pelos quais os vários segmentos conviviam de modo minimamente harmônico – vem deixando de desempenhar as funções predominantemente comerciais que desempenhava em outros tempos para assumir de modo mais evidente funções que se poderia talvez designar como político-culturais ou ideológicas, e que Sodré (1984) denomina “organizativas”. De fato, aos poucos brasileiros que ainda trabalham e ainda consomem, as corporações dirigem seu discurso publicitário, de modo igualmente preferencial, por intermédio de outros veículos mais segmentados, muito embora a existência, na televisão aberta brasileira, de programas como as telenovelas, por exemplo, capazes, como observou Hopenhayn (1999), de dirigir-se a todas as classes sociais, inclusive as mais abastadas, venha permitindo que anúncios de provedores de Internet, automóveis e até companhias aéreas continuem circulando nos intervalos da programação dessa televisão. O que se oferece, entretanto, ao consumo dos pobres, nas telas dessa televisão, são antes as imagens das mercadorias que as mercadorias elas mesmas, ou seja, oportunidades de consumo vicário, tal como ocorria nos programas populares do início dos anos de 1970, analisados por Sérgio Miceli (1972), muito embora, no contexto atual, não faça mais sentido falar em uma suposta estratégia de socialização antecipada das massas no consumo, uma vez que não está prevista, sequer retoricamente, uma etapa do desenvolvimento econômico na qual essas massas efetivamente seriam integradas nos mercados de trabalho e de lazer.

É interessante observar que, entretanto, haja sentido em oferecer aos pobres uma falsa imagem de si mesmos como se já fossem desde sempre consumidores, e isso explica porque a televisão aberta brasileira é hoje grandemente financiada por redes de estabelecimentos comerciais que têm nos juros gerados pelas vendas a crédito sua principal fonte de lucros, a ponto de se transformarem muitas vezes em bancos de empréstimo, e também por bancos de empréstimo *stricto sensu*, sobretudo após a regulamentação, por parte do Governo Lula, dos empréstimos consignados aos aposentados e pensionistas da Previdência Social.

Uma falsa imagem de si mesmos, é o que a televisão aberta brasileira vem oferecendo para seus telespectadores mais pobres, como se fosse um espelho mágico que sempre dissesse a quem se mirasse nele, por mais que faltasse com a verdade: “Não. Decididamente não existe no mundo alguém mais bonito do que você”. Graças ao efeito mágico desse espelho, a exclusão parece converter-se em inclusão, como se

àqueles a quem não se destina uma sorte melhor, nem hoje nem em um futuro próximo ou distante, fosse suficientemente gratificante ouvir que tudo está bem e que nada precisa ser mudado para que sejamos todos, desde sempre, muito felizes em nossas diferenças recíprocas.

BIBLIOGRAFIA

- Augé, Marc 1998 (1997) *A guerra dos sonhos* (Campinas: Papirus).
- Baudrillard, Jean 1975 (1970) *A sociedade de consumo* (Lisboa: Edições 70).
- Baudrillard, Jean 1982 (1972) *Para uma crítica da economia política do signo* (São Paulo: Martins Fontes).
- Bourdieu, Pierre 1974 *A economia das trocas simbólicas* (São Paulo: Perspectiva).
- Bourdieu, Pierre 1975 (1970) *A reprodução* (Rio de Janeiro: Francisco Alves).
- Bourdieu, Pierre 1996 (1982) *A economia das trocas lingüísticas* (São Paulo: EDUSP).
- Carbalho, Elisabeth; Kehl, María Rita e Ribeiro, Isaura Santuza Naves 1980 *Anos 70: Televisão* (São Paulo: Europa).
- García Canclini, Néstor 2003 (1995) *Consumidores e cidadãos* (Rio de Janeiro: UFRJ).
- García Canclini, Néstor 2005 (2003) *A globalização imaginada* (São Paulo: Iluminuras).
- Giddens, Anthony 1991 (1990) *As conseqüências da modernidade* (São Paulo: UNESP).
- Harvey, David 1994 (1989) *Condição pós-moderna* (São Paulo: Loyola).
- Herschmann, Micael (org.) 1997 *Abalando os anos 90. Funk e hip-hop: globalização, violência e estilo cultural* (Rio de Janeiro: Rocco).
- Hopenhayn, Martín 1999 “Vida insular en la aldea global. Paradojas en curso” em Martín Barbero, Jesús; López de La Roche, Fábio y Jaramillo, Jaime Eduardo (coords.) *Cultura y globalización* (Bogotá: Universidade Nacional da Colômbia).
- Kehl, Maria Rita 2004 “Televisão e violência do imaginário” em Bucci, Eugênio y Kehl, Maria Rita *Videologias* (São Paulo: Boitempo).
- Lévi-Strauss, Claude 1975 (1962) *Totemismo hoje* (Petrópolis: Vozes).
- Miceli, Sérgio 1972 *A noite da madrinha* (São Paulo: Perspectiva).

- Morelli, Rita de C.L. 1991 *Indústria fonográfica: um estudo antropológico* (Campinas: Editora da Unicamp).
- Morelli, Rita de C.L. 2000 *Arrogantes, anônimos, subversivos. Interpretando o acordo e a discórdia na tradição autoral brasileira* (Campinas: Mercado de Letras).
- Morelli, Rita de C.L. 2002 “Malandro é a mãe” em *Sinpro Cultura. Caderno de Cultura do Sindicato dos Professores de Campinas e Região* (Campinas) Ano VIII, Nº 52.
- Morelli, Rita de C.L. 2006 “Globalização, exclusão social e gratificação simbólica: o caso específico da televisão aberta brasileira”, 25º Reunião da Associação Brasileira de Antropologia: Saberes e práticas antropológicas: desafios para o século XXI Goiânia.
- Paiano, Enor 1994 “O berimbau e o som universal: lutas culturais e indústria fonográfica nos anos 60”, Dissertação de Mestrado em Comunicações, ECA-USP, São Paulo.
- Sodré, Muniz 1971 *A comunicação do grotesco* (Petrópolis: Vozes).
- Sodré, Muniz 1977 *O monopólio da fala* (Petrópolis: Vozes).
- Sodré, Muniz 1984 *A máquina de Narciso* (Rio de Janeiro: Achiamé).
- Tinhorão, José Ramos 1966 *Música popular: um tema em debate* (Rio de Janeiro: JCM).
- Tinhorão, José Ramos 1981 (1978) *Música popular. Do gramofone ao rádio e TV* (São Paulo: Ática).
- Tinhorão, José Ramos 1998 (1990) *História social da música popular brasileira* (São Paulo: editora 34).
- Vicente, Eduardo 1996 “A música popular e as novas tecnologias de produção musical: uma análise do impacto das novas tecnologias digitais no campo de produção da canção popular de massa”, Mestrado em Sociologia, IFCH-Unicamp, Campinas.
- Vicente, Eduardo 2001 “Música e disco no Brasil: a trajetória da indústria nas décadas de 80 e 90”, Tese de Doutorado em Comunicações, ECA-USP, São Paulo.
- Zan, José Roberto 1996 “Do fundo do quintal à vanguarda: contribuição para uma história social da música popular brasileira”, Tese de Doutorado em Sociologia, IFCH-Unicamp, Campinas.

OTRAS PUBLICACIONES DE CLACSO

- **Poggiese y Egler** [comps.]
Otro desarrollo urbano
Ciudad incluyente, justicia social y gestión democrática
- **Covarrubias V.**
Orientaciones laborales y orientaciones políticas en obreros de América Latina: ¿crisis o reconfiguración de identidades?
Evidencia en obreros de Argentina, Brasil, México y Venezuela
- **Serafini Geoghegan**
La liberalización económica en Paraguay y su efecto sobre las mujeres
- **Ziccardi** [coord.]
Procesos de urbanización de la pobreza y nuevas formas de exclusión social
- **Zabala Argüelles** [comp.]
Pobreza, exclusión social y discriminación étnico-racial en América Latina y el Caribe
- **Zalpa y Offerdal** [coords.]
¿El reino de Dios es de este mundo?
El papel ambiguo de las religiones en la lucha contra la pobreza

- **Filgueira**
El desarrollo maniatado en América Latina
Estados superficiales y desigualdades profundas
- **Salazar Ortuño**
De la coca al poder
Políticas públicas de sustitución de la economía de la coca y pobreza en Bolivia [1975-2004]
- **Ceceña** [coord.]
De los saberes de la emancipación y de la dominación
- **Mora Salas**
En el borde: el riesgo de empobrecimiento de los sectores medios en tiempos de ajuste y globalización
- **Aldana Saraccini**
Empobrecimiento y desigualdades de género en el imaginario de las mujeres nicaragüenses
- **Alvarado Merino, Delgado Ramos, Domínguez, Campello do Amaral Mello, Monterroso y Wilde**
Gestión ambiental y conflicto social en América Latina
- **Raventós** [comp.]
Innovación democrática en el Sur
Participación y representación en Asia, África y América Latina
- **Lechini** [comp.]
La globalización y el Consenso de Washington
Sus influencias sobre la democracia y el desarrollo en el Sur
- **Cimadamore y Cattani** [coords.]
Producción de pobreza y desigualdad en América Latina
- **Torres-Rivas**
Centroamérica: entre revoluciones y democracia
- **Sader, Aboites y Gentili** [eds.]
La Reforma Universitaria
Desafíos y perspectivas noventa años después
- **Tünnermann Bernheim**
Noventa años de la Reforma Universitaria de Córdoba (1918-2008)
- **Regueiro Bello**
Los TLC en la perspectiva de la acumulación estadounidense
Visiones desde el Mercosur y el ALBA

- **García Linera**
La potencia plebeya
Acción colectiva e identidades indígenas, obreras y populares en Bolivia
- **Raventós [ed.]**
Democratic innovation in the South
Participation and representation in Asia, Africa and Latin America
- **Mészáros**
La educación más allá del capital
- **Escóbar de Pabón y Guaygua**
Estrategias familiares de trabajo y reducción de la pobreza en Bolivia
- **Suárez Salazar y García Lorenzo**
Las relaciones interamericanas: continuidades y cambios
- **OSAL N° 24**
Movimientos sociales: Argentina, Bolivia, Brasil, México y Paraguay
Revista del Programa del Observatorio Social de América Latina
de CLACSO
- **López Maya, Iñigo Carrera y Calveiro [eds.]**
Luchas contrahegemónicas y cambios políticos recientes
de América Latina
- **Devés-Valdés**
O pensamento africano Sul-saariano
Conexões e paralelos com o pensamento latino-americano e o asiático
(um esquema)
- **Problemas del Desarrollo Vol. 3 N° 5**
Revista Latinoamericana de Economía
- **Novick [comp.]**
Las migraciones en América Latina
Políticas, culturas y estrategias
- **Fidel, Di Tomaso y Farías**
Territorio, condiciones de vida y exclusión
El Partido de Quilmes (Provincia de Buenos Aires, Argentina)
- **Mészáros**
El desafío y la carga del tiempo histórico
El socialismo en el siglo XXI
- **Modak [coord.]**
Salvador Allende. Pensamiento y acción

- **Svampa**
Cambio de época: movimientos sociales y poder político
- **Fernandes**
Dominación y desigualdad: el dilema social latinoamericano
- **Chatterjee**
La nación en tiempo heterogéneo
Y otros estudios subalternos
- **Mariátegui**
Sete ensaios de interpretação da realidade peruana
- **Cheresky**
Poder presidencial, opinión pública y exclusión social
- **Ceceña**
Derivas del mundo en el que caben todos los mundos
- **Lechini** [ed.]
Globalization and the Washington Consensus
Its influence on democracy and development in the South
- **Martínez Franzoni**
¿Arañando bienestar? Trabajo remunerado, protección social y familias en América Central
- **Levy y Gianatelli** [comps.]
La política en movimiento
Identidades y experiencias de organización en América Latina
- **Frías Fernández**
Desafíos del sindicalismo en los inicios del siglo XXI
- **Crítica y Emancipación N° 1**
Revista latinoamericana de ciencias sociales de CLACSO
- **Murillo**
Colonizar el dolor
La interpelación ideológica del Banco Mundial en América Latina
El caso argentino desde Blumberg a Cromañón
- **Cueva**
Entre la ira y la esperanza
y otros ensayos de crítica latinoamericana
- **Roitman Rosenmann**
Pensar América Latina
El desarrollo de la sociología latinoamericana

- **Lechini** [comp.]
Los estudios afroamericanos y africanos en América Latina
Herencia, presencia y visiones del otro
- **Moyo y Yeros** [coords.]
Recuperando la tierra
El resurgimiento de movimientos rurales en África, Asia y América Latina
- **Espina Prieto**
Políticas de atención a la pobreza y la desigualdad
Examinando el rol del Estado en la experiencia cubana
- **Cimadamore** [comp.]
La economía política de la pobreza
- **Gadotti, Gomez, Mafra y Alencar** [comps.]
Paulo Freire: contribuciones para la pedagogía
- **Alonso** [comp.]
América Latina y el Caribe
Territorios religiosos y desafíos para el diálogo
- **Svampa y Stefanoni** [comps.]
Bolivia: memoria, insurgencia y movimientos sociales
- **Socialist Register 2006**
Diciendo la verdad
- **Kliksberg y Rivera**
El capital social movilizado contra la pobreza
La experiencia del Proyecto de Comunidades Especiales en Puerto Rico
- **Terán**
Las quimeras y sus caminos
La gobernanza del agua y sus dispositivos para la producción de pobreza rural en los Andes ecuatorianos
- **Girón y Correa** [coords.]
Del Sur hacia el Norte
Economía política del orden económico internacional emergente
- **Hoyos Vásquez** [comp.]
Filosofía y teorías políticas entre la crítica y la utopía
- **Verdera V.**
La pobreza en el Perú
Un análisis de sus causas y de las políticas para enfrentarla

- **Robichaux** [comp.]
Familia y diversidad en América Latina
Estudios de casos
- **Monasterios, Stefanoni y Do Alto** [eds.]
Reinventando la nación en Bolivia
Movimientos sociales, Estado y poscolonialidad
- **Marini**
América latina, dependencia y globalización
- **Gutiérrez** [comp.]
Género, familias y trabajo: rupturas y continuidades
Desafíos para la investigación política
- **Wortman**
Construcción imaginaria de la desigualdad social
- **Grimson** [comp.]
Cultura y neoliberalismo
- **Cimadamore e Cattani** [orgs.]
Produção de pobreza e desigualdade na América Latina
- **Sánchez Vázquez**
Filosofia da práxis
- **Júnior, Pombo de Oliveira e Daflon** [orgs.]
Guia bibliográfico multidisciplinar
Ação afirmativa. Brasil: África do Sul: Índia: EUA
- **Brandão** [org.]
Costas raciais no brasil
A primeira avaliação
- **Petruccelli**
A cor denominada
Estudos sobre classificação étnico-racial
- **Dussel**
20 teses de política
- **Gandásegui, h.** [coord.]
Crisis de hegemonía de Estados Unidos
- **Mato y Maldonado Fermín** [comps.]
Cultura y transformaciones sociales en tiempos de globalización
Perspectivas latinoamericanas

- **González** [ed.]
Nación y nacionalismo en América Latina
- **Vidal y Guillén R.** [coords.]
Repensar la teoría del desarrollo en un contexto de globalización
Homenaje a Celso Furtado
- **Geraiges de Lemos, Silveira e Arroyo** [orgs.]
Cuestões territoriais na América Latina
- **Geraiges de Lemos, Silveira e Arroyo** [orgs.]
América Latina: cidade, campo e turismo
- **Vessuri** [comp.]
Universidad e investigación científica
Convergencias y tensiones
- **Nómadas Nº 25**
Conocimiento y experiencia de sí
- **López Segrera**
Escenarios mundiales de la educación superior
Análisis global y estudios de casos
- **Cornejo** [comp.]
En los intersticios de la democracia y el autoritarismo
Algunos casos de Asia, África y América Latina
- **Cimadamore, Dean, Siqueira** [orgs.]
A pobreza do Estado
Reconsiderando o papel do Estado na luta contra a pobreza global
- **Beigel et al.**
Crítica y teoría en el pensamiento social latinoamericano
- **Babini y Fraga** [comps.]
Edición electrónica, bibliotecas virtuales y portales para las ciencias sociales en América Latina y el Caribe
- **Boron, Amadeo y González** [comps.]
La teoría marxista hoy
Problemas y perspectivas
- **Gadotti, Gomez y Freire** [comps.]
Lecciones de Paulo Freire
Cruzando fronteras: experiencias que se completan
- **Basualdo y Arceo** [comps.]
Neoliberalismo y sectores dominantes
Tendencias globales y experiencias nacionales

- **Cordero Ulate**
Nuevos ejes de acumulación y naturaleza
El caso del turismo
- **Cimadamore, Eversole y McNeish** [coords.]
Pueblos indígenas y pobreza
Enfoques multidisciplinarios
- **Sousa Santos**
Renovar la teoría crítica y reinventar la emancipación social
[Encuentros en Buenos Aires]
- **González Casanova**
Sociología de la explotación
[Nueva edición corregida]
- **Caetano** [comp.]
Sujetos sociales y nuevas formas de protesta en la historia reciente de América Latina
- **Boron** [comp.]
La filosofía política moderna
De Hobbes a Marx
- **Elías** [comp.]
Los gobiernos progresistas en debate
Argentina, Brasil, Chile, Venezuela y Uruguay
- **Girón** [coord.]
Confrontaciones monetarias: marxistas y post-keynesianos en América Latina
- **Plotkin**
La privatización de la educación superior y las ciencias sociales en Argentina
Un estudio de las carreras de Psicología y Economía
- **Mirza**
Movimientos sociales y sistemas políticos en América Latina
La construcción de nuevas democracias
- **Lechini**
Argentina y África en el espejo de Brasil
¿Política por impulsos o construcción de una política exterior?
- **Correa y Girón** [coords.]
Reforma financiera en América Latina

- **Lubambo, Coêlho y Melo** [orgs.]
Diseño institucional y participación política
Experiencias en el Brasil contemporáneo
- **Boron y Lechini** [comps.]
Política y movimientos sociales en un mundo globalizado
Lecciones desde África, Asia y América Latina
- **Boron** [comp.]
Filosofía política contemporánea
Controversias sobre civilización, imperio y ciudadanía
- **Alimonda** [comp.]
Los tormentos de la materia
Aportes para una ecología política latinoamericana
- **Grammont** [comp.]
La construcción de la democracia en el campo latinoamericano
- **Ceceña** [coord.]
Los desafíos de las emancipaciones en un contexto militarizado
- **Fernández Retamar**
Pensamiento de nuestra América
Autorreflexiones y propuestas
- **Sousa Santos**
Reinventar la democracia. Reinventar el Estado
- **Sotolongo Codina y Delgado Díaz**
La revolución contemporánea del saber y la complejidad social
Hacia unas ciencias sociales de nuevo tipo
- **Sautu, Boniolo, Dalle y Elbert**
Manual de metodología
Construcción del marco teórico, formulación de los objetivos y elección de la metodología
- **Socialist Register 2005**
El imperio recargado
- **Gentili y Levy** [comps.]
Espacio público y privatización del conocimiento
Estudios sobre políticas universitarias en América Latina
- **Mato** [comp.]
Cultura, política y sociedad
Perspectivas latinoamericanas

Se terminó de imprimir en el mes de marzo de 2009
en los talleres de Gráfica Laf SRL
Monteagudo 741, Villa Lynch, San Martín
Primera edición, 1.500 ejemplares

Impreso en Argentina