Miradas jóvenes, pensamiento crítico

La investigación de la comunicación en América Latina

Selección de textos de la
V Escuela de Verano de ALAIC

Coordinadores
Gabriel Kaplún y Federico Beltramelli

ALAIC
Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación
Facultad de Información y Comunicación
UNIVERSIDAD DE LA REPÚBLICA URUGUAY

Miradas jóvenes, pensamiento crítico

La investigación de la comunicación en América

Selección de textos de la V Escuela de Verano de ALAIC

Gabriel Kaplún y Federico Beltramelli (coords.)

ALAIC - Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicac
FIC-UdelaR - Facultad de Información y Comunicación - Universidad de la República (Uruguay)

Coordinadores de la Escuela de Verano y responsables de la selección de los textos:

- Daniela Monje, Washington Uranga, Gustavo Cimadevilla, Claudia Kenbel, Susana Morales, Natalia Aruguete, Gustavo Aprea (Argentina)
- Fernando Oliveira Paulino, Pedro Russi, Roselí Figaro, Liziane Guazina, Danilo Rothberg (Brasil)
- Federico Beltramelli, Gustavo Buquet, Fernando Andacht, Luis Dufuur, Fernando González Perilli, Gabriel Kaplún (Uruguay)
- Eduardo Villanueva (Perú)

Edición: Facundo Franco
Diseño: Unidad de comunicación, FIC (Udelar)

ISBN Obra independiente: 978-9974-0-1664-4

Índice - P.3

Presentación. Comunicación y conocimiento compartido. Federico Beltramelli y Gabriel Kaplún. - P.5

Capítulo 1. Políticas de comunicación y medios públicos

1. *Algunas claves para el abordaje de la regulación de medios públicos en Uruguay* - Facundo Franco – P. 9
2. *Políticas de Comunicação e Participação Social na América Latina: uma proposta metodológica para análise* - Paulo Victor Melo – P. 23
3. *A consolidação da Ancine na gestão da Política de Fomento ao audiovisual no Brasil a partir dos anos 2000* - Katia Morais – P. 33
4. *Políticas públicas de Comunicação e Cultura: novos diálogos ou antigos silêncios? Um estudo comparativo entre o Conselho Nacional de Política Cultural e o Conselho de Comunicação Social (2003 – 2014)* - Deborah Rebello Lima - P. 49
5. *El desafío online de los medios estatales en Argentina. Impactos y perspectivas ante el contexto nacional y global* - Ezequiel A. Rivero - P. 61
6. *Análisis de los espacios deliberativos de políticas públicas en cultura: La democracia cultural en Uruguay (2005-2017)* - Santiago Turenne - P. 77
7. *Televisión digital universitaria, apuntes para pensar su estudio desde la Construcción Social de la Tecnología* - María Cecilia Vila - P. 89
8. *Los medios público-estatales de Córdoba y Santa Fe frente a las transformaciones de la industria audiovisual (2009-2017): actores emergentes, producción local y sostenibilidad en escenas concentradas* - Juan Martín Zanotti - P. 101
9. *A autocrítica jornalística brasileira pelo trabalho do ombudsman* - Juliana de Amorim Rosas - P. 111

Capítulo 2. Narrativas mediáticas e interactividad

1. *Do espanhol ao português, a transcriação dos artigos de Eduardo Galeano* - Francielli Cristina Campiolo - P. 123
2. *Entre palcos e pautas: histórias de teatro nas matérias de jornais* - Elizângela Carrijo - P. 137
3. *TVCocriativa: de espectador a produtor de conteúdo, a experiência de uma TV colaborativa na web* - Pedro Ivo Nunes Almeida - P. 151
4. *Somos homo fabulators. La Narrativa Transmedia siempre existió* - Matías Quinteros Poquet - P. 165
5. *Estrellas aparte. Subalternos en dos documentales del Río de la Plata* - Federico Pritsch - P. 173

Capítulo 3. Comunicación alternativa, territorios y ciudadanía

1. *Análise sobre os conceitos para comunicação alternativa* - Ana Cristina Gonçalves dos Santos - P. 189
2. *O discurso sobre o território do tabaco: os sentidos construídos a partir dos textos jornalísticos* - Vanessa Costa de Oliveira - P. 203

3. *Comunicação Pública e Mobilização Social: narrativas, televisualidades e engajamento virtual na campanha em Defesa da Empresa Brasil de Comunicação* - Luiz Felipe Novais Falcão - P. 219
4. *Reflexões teóricas sobre movimentos sociais em rede, ciberfeminismo e gênero no esporte a partir do projeto dibradora* - Carolina Bortoleto Firmino - P. 235
5. *Reflexões sobre jovens nerds e representações em dispositivos de Podcasts* - Rute Dâmaris da Silva Freitas - P. 249

Capítulo 4. Discursos y teorías de la comunicación y los medios

1. *El discurso periodístico y la baja en la edad de imputabilidad. El Diario Clarín y el caso "el crimen de Brian"* - Rocío Baquero - P. 263
2. *Cobertura midiática do Sistema Único de Saúde do Brasil durante o seu período de criação e implementação (1988 – 1990)* - Lana Cristina Bueno Miranda y Edlaine Faria de Moura Villela - P. 279
3. *Estudio del discurso sobre dietas detox desde la transdisciplinariedad: antropología, comunicación y semiótica* - Leticia Fernanda Feippe Silva - P. 291
4. *Del pecado y la censura al libre albedrío de las audiencias televisivas. Una revisión histórica de la moral sexual en México, y el riesgo con niños y adolescentes* - Angélica Isabel García Granados - P. 311
5. *La opinión pública en el discurso periodístico: del vox populi a la mediatización* - Yamila Gómez - P. 325
6. *Valor-notícia no Facebook: as reportagens do jornal Diário Catarinense que mais geram acessos e engajamento* - Ingrid Cristina dos Santos - P. 337
7. *Meio e Mensagem: o conteúdo nas pesquisas em Comunicação* - Fernando Strongren - P. 355
8. *Acessibilidade comunicacional e instrumental na difusão científica para pessoas com deficiência visual* - Renata Teles da Silva - P. 369

Capítulo 5. El trabajo periodístico y otras prácticas de producción cultural

1. *Sindicatos de periodistas argentinos. Orígenes y contextos políticos* - Silvina Martínez - P. 397
2. *A representação da identidade latino-americana na pesquisa em Comunicação: um resumo de uma pesquisa de dissertação* - Jéssica Monteiro de Godoy - P. 413
3. *Diálogos entre o jornalismo para a paz e os valores-notícia em Galtung e Ruge* - Jorge Salhani - P. 429
4. *O jornalismo como modalidade de conhecimento centrada no singular* - Carmen Carvalho - P. 439
5. *Comunicación y producción cultural: el asociativismo entre editoriales autogestionadas en Argentina* - Lucía Coppari - P. 449

Anexo. Programa de la V Escuela de Verano de ALAIC.- P. 459

Presentación

Comunicación y conocimiento compartido

Como todos los años, en 2018 la Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación (ALAIC) organizó su Escuela de Verano, esta vez en Montevideo, Uruguay, en conjunto con la Facultad de Información y Comunicación (FIC) de la Universidad de la República. Como en las anteriores ediciones, realizadas en la Universidad de Brasilia y en la Universidad Nacional de Córdoba, la escuela estaba dirigida a estudiantes de posgrados que en sus tesis estén trabajando sobre fenómenos comunicacionales. El objetivo es reunir a jóvenes investigadores en formación con investigadores y docentes experientes, generando un espacio de intercambio que permita mejorar los trabajos de todos y tejer redes de conocimientos compartido.

Entre 19 y el 23 de marzo de 2018 investigadores de Uruguay, Argentina, Brasil, Perú, Colombia y México trabajaron en torno a los temas de investigación de las tesis de maestría o doctorado, compartiendo avances y problemas, ofreciendo y recibiendo aportes a sus trabajos en construcción. Participaron 60 estudiantes de posgrado, seleccionados entre más de 150 postulantes, 15 docentes uruguayos y 20 extranjeros.

La Escuela se organizó en torno a cinco ejes temáticos en los que se agruparon los temas de las distintas tesis de los participantes. Por las mañanas se organizaron mesas en torno a esos ejes, con exposiciones de los investigadores de más trayectoria e intercambio posterior. Estos paneles fueron abiertas al público en general, lo que constituyó una valiosa oportunidad para tomar contacto con investigadores latinoamericanos de primera línea y con algunos de los debates actuales en el campo. Las políticas de comunicación en la región, las nuevas narrativas mediáticas, el papel de la ciudadanía y los procesos comunicacionales más allá de los medios, los modelos teóricos y abordajes metodológicos de la investigación, los cambios en las formas de trabajo de los profesionales de la comunicación, fueron algunos de los temas debatidos en los paneles.

En las tardes, únicamente los inscriptos a la escuela participaron de talleres por eje, según los proyectos de investigación de cada tesista. Allí se fueron discutiendo, día a día, distintos aspectos de los proyectos de tesis: las preguntas de investigación, los marcos de referencia teóricos, las estrategias metodológicas, el uso social de los conocimientos generados.

Mediante una dinámica de trabajo muy intenso, que incluía momentos individuales y grupales, todos los participantes de cada grupo pudieron aportar y recibir aportes de los demás, lo que enriqueció mucho la mirada sobre sus proyectos. Los docentes coordinadores de cada taller organizaron esta dinámica de trabajo colectivo y realizaron también sus propios aportes aunque, como señalaron varios, también aprendieron mucho de las investigaciones en curso en distintos lugares del continente.

Además, después de los talleres se realizaron actividades complementarias, como visitas a medios de comunicación y centros de investigación, teatro-foro, diálogo con organizaciones sociales, una recorrida por la ciudad y encuentros de confraternización.

Para aprobar la Escuela, de forma que pudiera ser acreditada en sus respectivos programas de posgrado, los estudiantes debieron entregar un artículo vinculado al tema de su tesis. En el presente libro se publica una compilación de los textos más destacados, en los que los autores presentan sus proyectos y avances sustantivos de sus trabajos de investigación.

Los hemos agrupado aquí por ejes temáticos que, en general, coinciden con los que se trabajaron en la Escuela, aunque reubicando algunos textos de acuerdo a su contenido. La primera parte incluye trabajos sobre los medios público-estatales, las políticas nacionales de comunicación y cultura y las formas de participación social en su diseño e implementación. Los textos de la segunda parte trabajan sobre las narrativas mediáticas, incluidas las actuales búsquedas interactivas. Los movimientos sociales, la comunicación alternativas, la ciudadanía y los territorios son las temáticas de los trabajos de la tercera parte. La cuarta parte incluye trabajos atravesados por preocupaciones teóricas y metodológicas comunes, especialmente el análisis de los discursos periodísticos. La quinta y última parte reúne textos que analizan prácticas sociales en el mundo del trabajo periodístico y otras áreas de producción cultural. El conjunto, creemos, constituye un aporte valioso al conocimiento en el campo de la comunicación latinoamericana y muestra los intereses de los jóvenes investigadores hoy. Si algo tienen en común es su aguda capacidad crítica, lo que constituye una señal de esperanza en tiempos de incertidumbre en los procesos sociales, políticos e intelectuales por los que atraviesa nuestro continente.

Federico Beltramelli y Gabriel Kaplún
Integrantes del Comité Organizador de la V Escuela de Verano de ALAIC
Facultad de Información y Comunicación - Universidad de la República

Capítulo 1.

Políticas de comunicación y medios públicos

Algunas claves para el abordaje de la regulación de medios públicos en Uruguay

Some keys to study the regulation of public media in Uruguay

Facundo Franco[1]

Resumen

La mayoría de los países de América Latina presentan un escaso desarrollo de sus medios públicos, frente al extendido desarrollo de los medios comerciales, que concentran propiedad y audiencia. En materia de gestión, los medios públicos latinoamericanos suelen caracterizarse por la ausencia de independencia de los gobiernos de turno, más allá de que ello no necesariamente se expresa en los contenidos que producen. Además, debe tenerse en cuenta que la popularización de internet y los medios digitales obliga a los medios analógicos a adaptarse para no morir, realidad que no siempre es tenida en cuenta para los medios cuya gestión está en manos del Estado. Como en el caso uruguayo no se registran estudios que aborden específicamente las políticas dirigidas a este sector de la radiodifusión en los últimos años, cuando por primera vez llegó un partido de izquierda al gobierno, resultaría pertinente analizar si existió un cambio de paradigma en la gestión de estos medios o si se continuó con el modelo ya existente. Para ello, se proponen algunas claves que orienten el análisis.

Palabras clave: medios públicos, regulación, Uruguay

Introducción

Este artículo busca reflexionar acerca del abordaje académico de las políticas públicas dirigidas a los medios de comunicación audiovisuales públicos en Uruguay en los últimos años, en un contexto en el que el ecosistema mediático se encuentra en plena mutación a causa de la expansión de internet y los medios digitales. Como una primera distinción conceptual, es importante diferenciar a los medios públicos de los medios comerciales y comunitarios, clasificación que establece la normativa uruguaya. Si bien las ondas y frecuencias a través de las que los medios audiovisuales emiten sus señales son de dominio público y quedan bajo control de los Estados nacionales, la regulación en Uruguay reconoce tres diferentes formas de gestionarlos. A grandes rasgos, los llamados medios comerciales son controlados por privados que buscan obtener una ganancia económica, mientras que los medios comunitarios también son gestionados por privados pero sin fines lucrativos. En el caso de los medios públicos, tampoco tienen la finalidad del lucro pero su gestión es estatal. Para garantizar mejores niveles de pluralidad y de acceso a la información, es necesario que los tres tipos de medios existan. Por lo tanto, más allá de que se ponga el foco en el estudio de las políticas públicas dirigidas a los medios públicos, resulta también necesario tener en cuenta lo que ocurre en materia regulatoria con los medios de comunicación audiovisuales privados y comunitarios, que son parte del mismo sistema.

En el caso de Uruguay, desde la llegada del Frente Amplio (FA) al gobierno nacional, en 2005, mucho se ha dicho sobre la orientación que han tomado las políticas públicas. Sin

[1] Periodista y Asistente grado 2 del Departamento de Especializaciones Profesionales del Instituto de Comunicación de la Facultad de Información y Comunicación (Udelar). Licenciado en Ciencias de la Comunicación (Udelar), actualmente cursando la Maestría en Ciencia Política de la Facultad de Ciencias Sociales (Udelar). Uruguay, correo electrónico: facundo.franco@fic.edu.uy

embargo, a partir de un estudio detallado de cada arena de políticas puede apreciarse que hay sectores en donde se ha producido una innovación marcada, pero en muchos otros la forma en la que se innovó es un poco más matizada, mientras que hay arenas en las que hubo una continuación de las políticas (Bentancur & Busquets, 2016). En el caso de las políticas sobre medios de comunicación, en forma incremental se impulsaron varios cambios al sistema, primero en forma separada y luego fueron centralizadas en una Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual (LSCA), que reguló al sector en forma integral y representó un hito importante. Se puede afirmar que dicha norma puso nuevas reglas de juego para los operadores de radiodifusión pero también retomó leyes y decretos ya existentes, algunos sancionados antes de la llegada del FA al gobierno. Entre los ejemplos de las novedades a nivel normativo, la LSCA estableció derechos para los usuarios de los medios y creó nueva institucionalidad para llevarlos a la práctica. Por su parte, entre los artículos de la LSCA que se basan en normativa preexistente, están los límites de propiedad de medios, que ya estaban establecidos en un decreto de la última dictadura cívico-militar[2]. No obstante, la norma incorporó la noción de grupo económico, clave para hacer frente a la forma en que se expresa la alta concentración de la propiedad de los medios en Uruguay (Gómez, Franco, Gelves & Thevenet, 2017)

En sociedad

Sin duda, el peso de los medios de comunicación masivos en la vida cotidiana y política de las personas ha ido creciendo durante la segunda mitad del Siglo XX. Si bien hay quienes afirman que en la actualidad la radio y la televisión han perdido peso a raíz de la popularización de medios digitales cuya plataforma es internet, ello resulta parcialmente cierto. Encuestas aplicadas en 2011 y 2012 muestran que más de la mitad de los uruguayos nombraron a la televisión como su mayor medio de información, alrededor de un cuarto dijo que se informa principalmente a través de la radio, y menos de 20% lo hace a través de internet, más allá de que la tendencia indica que es un porcentaje que va en aumento (POLIMATE, 2013; Radar, 2015). Por ejemplo, el uso de internet como principal medio de información ascendió en 2012 hasta 34% entre los jóvenes uruguayos de entre 18 y 29 años. Sin embargo, los datos muestran que en esa misma franja etaria, 51% nombró a la televisión como el primer medio de información, porcentaje similar al total. Además, en 2015, 79% de la población uruguaya vivía en hogares en donde había televisión para abonados.
Más allá de la edad, otra variable que parece tener más incidencia en la forma en que la población se informa es el nivel educativo. Entre los uruguayos que cursaron hasta la educación primaria, la televisión es mayoría con 68% de las respuestas e internet alcanza únicamente un 3%, mientras que entre las personas con estudios universitarios, solamente 32% nombró a la televisión como principal medio de información y 44% mencionó a internet (POLIMATE, 2013). En un panorama en el que la educación universitaria está lejos de universalizarse, no parece tan claro que la televisión vaya a dejar de ser el principal medio de información de los uruguayos, al menos en el corto y mediano plazo. Ello se confirma con datos de 2016, que muestran que 76% de la población uruguaya dice informarse de los asuntos políticos a través de la televisión y 42% a través de la radio, mientras que 25% dice hacerlo a través de internet (Latinobarómetro, 2017).

[2] Decreto Ley Nº 14.670 de 1977.

Más allá de que la radio y la televisión siguen siendo importantes medios de información para buena parte de la población, es innegable que los medios digitales van cobrando cada vez más importancia. La popularización de internet ha alterado el ecosistema mediático en todo el mundo, y los medios "analógicos" han tenido que adaptarse a la digitalización como han podido. Si bien a priori podría pensarse que el mercado publicitario se correría de lo analógico a lo digital en términos similares, ello no ha ocurrido. Por un lado, en muchos países la publicidad web se paga a precios bastante inferiores respecto a la que se pauta en los medios tradicionales[3]. En suma, en el mercado publicitario digital los medios tienen que lidiar con grandes multinacionales como Google y Facebook, que concentran la mayor parte de los ingresos por ese rubro (Rossi & Carbajal, 2017). Como explica Beltramelli (2018, en base a Becerra y Mastrini, 2007 & 2009; Apreza Salgado, 2002), puede afirmarse que se da una doble convergencia. Por un lado, a nivel de los procesos tecnológicos y, por el otro, de la integración de capitales globales de forma vertical y transversal en el mercado de la industria de las telecomunicaciones.

De todas formas, a nivel de los medios en tanto instituciones, las mediciones muestran que entre 1996 y 2016, la confianza a la televisión en Latinoamérica se ubicó en 48% en promedio, mientras que, para el mismo período, la radio tuvo 55% de confianza. Se trata de valores sensiblemente superiores a los que en el mismo período registraron instituciones como los partidos políticos (22%), el parlamento (31%) y los sindicatos (30%) (Latinobarómetro, 2017).

Si bien las élites políticas cuentan con un mayor nivel educativo que el promedio de la población, su vínculo con los medios de comunicación no sólo debe ser analizado respecto a la incidencia que culturalmente ejercen sobre la forma en que las élites miran el mundo, sino también en términos de lucha de poder para configurar las escenas mediáticas en las sociedades contemporáneas. La política es una actividad esencialmente comunicacional, por lo que el vínculo de los actores políticos con los medios masivos es inevitable. En momentos históricos en que los partidos políticos se transformaron en partidos de masas, encontraron en los medios masivos una poderosa herramienta de comunicación. Sin embargo, con el correr de los años y el desarrollo del periodismo, los medios han ido desarrollando una ideología profesional del periodismo (Loreti & Lozano, 2012) que hace que a los políticos no les sea sencillo controlar el contenido que publican los medios.

Otro punto de contacto entre las élites políticas y los medios de comunicación es el diseño e implementación de políticas públicas que regulan a los medios. Como plantea Schuliaquer (2017), si bien partidos de izquierda llegaron al gobierno nacional en varios países latinoamericanos a principios del Siglo XXI, distinto fue el rumbo de las políticas de regulación de medios en cada caso. En Uruguay, a pesar de que el FA históricamente visualizó a los medios comerciales como oposición ideológica (Schuliaquer, 2017), los medios audiovisuales no se erigieron como la principal oposición política de sus gobiernos, como sí ocurrió en países como Argentina. Para comprender el vínculo entre gobierno (y partido de gobierno) y medios en Uruguay, es necesario señalar que fue posible superar la

[3] De acuerdo a un informe elaborado por CINVE y encargado por AUDAP, en 2016 la inversión publicitaria en internet fue del 11% del total de la inversión publicitaria en el país, contra el 46% que implicó la inversión en televisión. Si se analiza la evolución en los últimos años, la inversión publicitaria en internet es la que más creció, ya que en 2008 representaba solamente 2% del mercado. La importancia de la publicidad digital es aún mayor en otros países; por ejemplo, en el caso de España, un informe de Infoadex muestra que en 2017 la inversión publicitaria en internet representó 28,9% del mercado.

crisis social que estalló en 2002 sin que se diera una crisis en el sistema de partidos. A diferencia de lo que ocurrió en otros países de la región por esos años, en Uruguay la crisis produjo la caída del caudal electoral del partido gobernante y el ascenso del FA, que llegó al gobierno nacional con mayorías parlamentarias. En países como Argentina, la pérdida de centralidad de los partidos fue acentuada en la crisis social y económica que también vivieron a principios de los 2000, y ello posibilitó que otros actores, como los medios de comunicación, pudieran ser visualizados por la población como legítimos canalizadores de sus voluntades colectivas (Schuliaquer, 2017).

En suma, la existencia de un "periodismo de declaración" antes que uno "de investigación" hace que en Uruguay los políticos sean los protagonistas de la escena mediática, antes que los propios periodistas. En otras palabras, a diferencia de pocas excepciones, los políticos declaran y los periodistas toman sus declaraciones. En cambio, en países como Argentina, los periodistas asumen un rol de fiscales y contralor de los gobernantes, a quienes les resulta más difícil dominar las escenas mediáticas. A ello debe agregarse que los periodistas uruguayos consideran a los políticos como los "legítimos representantes de la ciudadanía" (Schuliaquer, 2017, p. 173), también a diferencia del caso argentino.

Acerca de la forma de negociar las escenas mediáticas, Schuliaquer afirma que si bien durante sus presidencias José Mujica y Tabaré Vázquez tuvieron diferentes maneras de hacerlo, "en ninguno de los dos casos hubo una ruptura radical con las reglas de juego heredadas" de gobiernos anteriores (p. 178). En referencia a la participación de los presidentes y los gobiernos en las escenas mediáticas, el autor señala que, a diferencia de otros países de la región, en Uruguay los mecanismos de comunicación fueron principalmente mediados por los medios tradicionales. En ese sentido, ni Vázquez ni Mujica crearon programas propios[4], no utilizaron frecuentemente la cadena nacional, no tienen cuentas en las redes sociales, ni tampoco impulsaron la creación de nuevos medios, más allá del intento fallido de la Televisión Digital Terrestre (TDT) en 2013[5]. Además, durante los gobiernos del FA no se cambiaron las reglas de juego en lo que refiere a asignación de publicidad oficial, que se siguió rigiendo por lo sugerido por agencias de publicidad contratadas por organismos públicos (Buquet et al, 2012, citado en Schuliaquer, 2017). En síntesis:

> Durante los gobiernos progresistas en Uruguay hubo cambios, pero no radicales, en las maneras en que se negocian las escenas mediáticas. Los miembros del gobierno y los de los medios privados entendieron que las reglas de juego eran convenientes para ambos. Algo similar observamos en lo que concierne a los vínculos entre los gobiernos y los medios de comunicación como actores políticos. (Schuliaquer, 2017, p. 177)

[4] Cuando fue presidente, Mujica mantuvo una audición radial que se emitía desde antes de que llegara a la presidencia por una emisora comercial.

[5] Con la llegada de la TDT, el gobierno asignó dos nuevos canales comerciales, además de un canal comunitario a la central de trabajadores. Sin embargo, no se generaron acciones para que la nueva tecnología llegara a los canales uruguayos ni tampoco para que los nuevos canales se incorporaran a las grillas de los cableoperadores. Por lo tanto, las nuevas emisoras nunca comenzaron a emitir. En el caso de la capital del país, se sumó a los canales abiertos un medio público: Tv Ciudad, el canal de la Intendencia de Montevideo, que ya emitía en señales de televisión por abonados.

La regulación

Como ya fue señalado, el accionar de los medios de comunicación en una sociedad tiene una particular incidencia en los valores de las personas (Anduiza & Bosch, 2004), máxime en sistemas sociales donde la construcción de sentidos sobre la realidad está cada vez más mediada y los mensajes mediáticos son cada vez más abundantes. En este sentido, es especialmente importante que los organismos reguladores de los medios de comunicación sean independientes y autónomos del poder político y económico. Además, es trascendental que las reglas de juego contemplen los derechos de todos los actores implicados en la comunicación mediática, ya que de lo contrario se puede afectar directamente al debate democrático y la construcción de ciudadanía (UNESCO, 2008; Lanza, 2015). El reconocimiento del derecho a la libertad de expresión cobra especial importancia en este tipo de políticas, y como señalan diversos estudios y recomendaciones, el Estado debe intervenir para garantizar su ejercicio (Loreti & Lozano, 2012; UNESCO, 2008). Además, ya no se toma en cuenta a la libertad de expresión únicamente como el derecho a que los medios de comunicación y periodistas se expresen libremente y sin mecanismos de censura, sino que también se tiene en cuenta el derecho de la ciudadanía a recibir información plural y a tener acceso a los medios de comunicación para hacer oír su voz (Loreti & Lozano, 2012).
Al mismo tiempo, cuando se diseña o estudia cualquier política pública, resulta clave la etapa de la entrada en agenda del problema que busca resolver la política (Subirats, Knoepfel, Larrue, & Varone, 2008). Desde esta perspectiva, ningún problema es tal sin que haya una serie de actores que lo consideren como tal. Siguiendo a Garraud (1990, citado en Subirats et al., 2008), para analizar el proceso de inclusión en agenda de determinada política pública se debe tomar en cuenta a las disciplinas que abordan la participación política, la entrada en escena de los movimientos sociales, los medios de comunicación y los procesos de tomas de decisiones.
Birkland (2007) sostiene que el establecimiento de la agenda es el proceso mediante el que los problemas y las soluciones alternativas ganan o pierden atención pública y de las élites políticas. Para el autor, a la hora de fijar agenda se registra una dura competencia entre los distintos grupos de poder, ya que ninguna sociedad o institución política tiene la capacidad de abordar todas las alternativas posibles a todos los posibles problemas que surgen en un determinado momento (Hilgartner & Bosk, 1988, citado en Birkland, 2007). Por lo tanto, los grupos deben esforzarse para que sus temas de interés ingresen en en la agenda, entre todas las otras cuestiones que comparten su espacio limitado, o deben estar preparados para el momento en que una crisis haga que su tema ocupe un lugar más prominente en la agenda.

> Incluso cuando un tema gana atención, los grupos deben luchar para asegurar que su representación del tema permanezca en la vanguardia y que el enfoque que dan al problema sea el que se considere más activamente. Ellos lo hacen por las razones citadas por Schattschneider: el grupo que describe con éxito un problema también será el que define las soluciones a él, y de este modo prevalece en el debate de políticas. Al mismo tiempo, los grupos luchan por mantener las cuestiones fuera del orden del día; de hecho, tal acción de bloqueo es tan importante como el acto afirmativo de intentar obtener atención. (Cobb y Ross 1997, citado en Birkland, 2007, p. 63)[6]

[6] La traducción me pertenece.

A la hora de analizar las políticas públicas, es fundamental entender qué características tienen sus participantes, en qué fases se ubican y qué papeles juegan, de qué autoridad u otro poder disfrutan, y cómo se relacionan y controlan entre sí (Lindblom, 1991). Según plantea Birkland (2007), existen dos formas principales en las que los grupos tradicionalmente desfavorecidos o perdedores en determinada arena de políticas amplían el alcance del conflicto. En primer lugar, los grupos hacen público un problema mediante el uso de símbolos e imágenes para inducir a los medios de comunicación más grandes y la simpatía pública por su causa. En segundo lugar, dichos grupos pueden apelar a un nivel más alto de toma de decisiones, a la espera de que en el proceso se acerquen otros actores que estén de acuerdo con ellos y su causa. En cambio, los grupos dominantes trabajan para contener el conflicto para asegurarse de que no se vaya fuera de su control.

Apelando a definiciones más clásicas sobre la conformación de la agenda de políticas públicas, es preciso analizar en cada caso qué elementos y actores contribuyen a la generación de la "ventana de oportunidad" para la política (Kingdon, 1984). Según el modelo de Kingdon, para que determinada política pública se concrete, es necesario que confluyan tres flujos: problemas, soluciones y políticas. Además, para que la ventana de oportunidad se abra, tiene que haber una coincidencia entre la conceptualización de determinado problema y las posibilidades a nivel del juego político, lo que puede empujar la consideración de determinadas alternativas de política pública para atender el problema.

Pero también se vuelve útil tomar un enfoque como el que proponen Baumgartner y Jones (1993, citado en Capella, 2015) y prestar atención a los símbolos, problemas, soluciones y relaciones causales que prevalecen en torno a determinada política, que permiten que se genere una imagen en torno a ella. Ello, a su vez, permite que determinados actores accedan a "monopolios" en torno a las decisiones sobre la arena específica de políticas.

En general, existe acuerdo entre los teóricos de las políticas públicas acerca de que la agenda de los medios masivos de comunicación tiene incidencia en la agenda gubernamental y de políticas públicas. En el caso de las políticas sobre medios de comunicación, se da la particularidad de que necesariamente los medios tienen intereses en juego, lo que los coloca en la escena como actores políticos. Desde diversos desarrollos teóricos que han intentado explicar la incidencia de los medios en la agenda ciudadana -o *agenda setting*- se ha planteado que si bien los medios no le dicen a la gente qué pensar sobre los diferentes asuntos, sí establecen sobre qué temas pensar, o al menos, cuáles son los temas más relevantes (Aruguete, 2015). La evolución de la teoría permitió que teóricos como Wober y Gunter (1988) también se detuvieran en estudiar la forma en que los medios pueden ocultar, silenciar o no dar relevancia a determinados temas -llamada *agenda cutting*-. Además de motivos periodísticos, en este tipo de decisiones también puede haber injerencia de los dueños de los medios o presiones publicitarias, entre otros (Aruguete, 2015). Por tanto, para el análisis del caso uruguayo se vuelve especialmente importante observar cómo se compone el sistema de medios y la forma en que se pararon en todo el proceso de gestación de la LSCA, a la que los medios comerciales se opusieron a través de la Asociación Nacional de Broadcasters del Uruguay (Andebu), la gremial que los nuclea.

El caso uruguayo y algunas claves para su abordaje

Los dos primeros gobiernos nacionales del FA -de 2005 a 2015- transcurrieron mientras la digitalización de medios de comunicación avanzó a una velocidad insospechada. En paralelo, en ese lapso de tiempo Uruguay comenzó un paulatino proceso de introducción de cambios

normativos al sistema de medios de comunicación audiovisuales, que tuvo su corolario con la aprobación de la LSCA en diciembre de 2014. Si bien el proceso de elaboración de la norma fue extenso y complejo en sí mismo, también puede enmarcarse dentro de un proceso más amplio en el cual comenzaron a introducirse nuevas leyes y reformas a otras ya existentes que de a poco comenzaron a cambiar las reglas de juego del ecosistema mediático uruguayo, que desde mediados del Siglo XX se rigió con normas más bien dirigidas a aspectos tecnológicos y no sociales. En suma, a pesar de la trayectoria de la centralidad del Estado en Uruguay (Lanzaro, 2004), la regulación de los medios de comunicación en Uruguay se caracterizó por tener una débil intervención estatal, en beneficio de un mercado con grandes niveles de concentración de la propiedad de los medios.

Previo a las reformas implementadas desde 2005, las normas que regían al sistema de medios audiovisuales databan de 1977, aprobadas a través del Decreto Ley de Radiodifusión, en plena dictadura. Una vez que Tabaré Vázquez se convirtió en Presidente de la República en 2005, las reformas fueron introducidas en forma gradual. En 2005 se creó la Dirección Nacional de Telecomunicaciones y Servicios Audiovisuales (DINATEL) en el Ministerio de Industria Energía y Minería (MIEM), que derogó al antiguo organismo regulador, Dirección Nacional de Comunicaciones, creada por los militares antes de dejar el gobierno en 1984, que funcionó en los años post-dictadura dentro del Ministerio de Defensa Nacional. Sin embargo, los cometidos y funciones de la DINATEL fueron reglamentados a través de un decreto recién en 2009. En 2007 se aprobó la Ley de Radiodifusión Comunitaria reglamentada un día antes del fin de año de 2010, en 2008 se despenalizaron parcialmente los delitos de comunicación a través de la modificación de la Ley de Prensa y el Código Penal, y en 2009 se sancionó la Ley de Acceso a la Información Pública. Estas últimas tres leyes tuvieron en común el activo impulso de organizaciones de la sociedad civil que tomaron la iniciativa para su elaboración (Lanza, 2015).

Si bien la LSCA excluye de su alcance a internet, no debe asumirse como natural que las políticas de medios audiovisuales tradicionales y aquellas dirigidas a los que se emiten a través de internet corran por carriles separados. Por el contrario, la definición de excluir a internet de la regulación de medios audiovisuales debe ser tomada como una decisión política, producto de transacciones en ese plano. Por lo tanto, un análisis académico sobre las políticas públicas dirigidas a medios públicos “tradicionales” debe también considerar a las plataformas digitales con que esos medios cuentan. Dicho de otro modo, los contenidos de la página web o la actividad de la cuenta de Twitter de determinado canal de televisión también son parte de los contenidos que publica el medio. Como ya fue señalado, el auge de los medios digitales e internet ha hecho que los medios reconfiguren sus modelos de negocios y su gestión deba pensarse a partir no sólo de las tecnologías existentes previas al boom de internet, sino también de cara a ese nuevo ecosistema mediático, mucho más complejo y confuso.

En ese sentido, al abordar las políticas dirigidas a los medios públicos en pleno auge digital, es importante preguntarse de qué forma estos medios se han adaptado al nuevo contexto de convergencia. En el caso uruguayo, en 2005 había un oligopolio privado nacional en materia de radiodifusión y un monopolio público en telefonía fija, a cargo de la empresa estatal ANTEL. En el mercado de telefonía móvil comenzaba a gestarse una fuerte competencia entre ANTEL (líder del mercado) y las multinacionales Movistar y Claro. Esta situación no se ha modificado sustancialmente, más allá de la ampliación del monopolio estatal en materia de servicios de internet, potenciada con la fibra óptica al hogar exclusivamente a cargo de ANTEL (Beltramelli, 2018). En materia de contenidos, debe

marcarse que la empresa pública de telecomunicaciones también entró en escena con el canal por internet Vera TV, a través del que ha mantenido acuerdos comerciales con privados. En algunos casos dichas alianzas también incluyeron a otros medios públicos como Televisión Nacional de Uruguay, lo que, por ejemplo, posibilitó la transmisión de los Juegos Olímpicos Río 2016 a través de esa pantalla.

En el caso de los medios públicos tradicionales, la LSCA creó el Sistema Público de Radio y Televisión Nacional, que no se ha puesto en marcha formalmente, al igual que el grueso de la ley. Se prevé que el sistema sea dirigido por un directorio, cuyos integrantes deben ser definidos por el Poder Ejecutivo y contar con venia parlamentaria. Por lo tanto, si bien se plantea una innovación desde el punto de vista normativo, todo el sistema de medios públicos sigue dependiendo del gobierno de turno. A lo largo de los años, el sistema político uruguayo, independientemente del partido político en el gobierno, no ha confiado en que los medios públicos puedan gestionarse en forma independiente. De todas formas, ello no quiere decir que necesariamente los medios públicos uruguayos se hayan dedicado a difundir información de interés gubernamental. De hecho, tanto las radios como las señales de televisión de gestión estatal cuentan con un plantel de periodistas que ejercen profesionalmente el oficio, y no se rigen por los intereses gubernamentales. De todas formas, al no haber una estructura independiente de gestión, no existen certezas de que ello se mantenga si cambia el gobierno.

Los medios públicos en Uruguay

En Uruguay, buena parte de los servicios públicos quedaron bajo monopolio estatal después del primer batllismo de principios de Siglo XX y, al contrario de lo que ha ocurrido en otros países de la región, ello sigue vigente. Ni siquiera los impulsos privatizadores de los años 90 han podido revertir la centralidad del Estado como garantía para la provisión de los servicios públicos, como sí ha ocurrido en otras partes del continente. Tal como plantea Mastrini (2013), si bien no hay unanimidades para definir qué se entiende por servicio público[7], pocos dudarían en señalar que en Europa los medios de comunicación entran en el listado que enumera a ese tipo de servicios, algo que no ocurriría en América Latina. Por el contrario, en el continente americano predominó la tradición estadounidense en materia de medios de comunicación, que ha configurado las realidades de los sistemas mediáticos en los distintos países de la región.

Precisamente, una de las clasificaciones más extendidas respecto a los sistemas de medios tiene como eje al tipo de propiedad de los medios que predomina. Como es sabido, en Europa se ha gestado un modelo en el que ha primado la gestión estatal de los medios, para lo que se han establecido distintos mecanismos de gestión en los que se ha garantizado la independencia de los gobiernos de turno y de las pautas publicitarias. No obstante, ese modelo ha entrado en crisis con las tendencias privatizadoras de la economía que han predominado desde la década del 80 del Siglo XX y ello no ha sido ajeno al desarrollo de los medios. En el otro extremo, habitualmente se coloca al modelo que ha impulsado Estados

[7] Mastrini plantea que la mayoría de los autores coinciden en que los servicios públicos deben cumplir con los principios de universalidad/igualdad, continuidad, cambio e indivisibilidad. No obstante, plantea que este último es más cuestionable para los medios de comunicación, ya que los monopolios son incompatibles con los principios de la libertad de expresión, como la diversidad y el pluralismo.

Unidos, en el que hay una predominancia de los medios comerciales y la participación del Estado se reduce a poner unas pocas reglas de juego (Faraone, 1998; Becerra, 2013).

Uruguay no constituye una excepción a la situación latinoamericana (como, por ejemplo, sí lo constituyó Chile) y si bien en sus inicios la radiodifusión estuvo marcada por un fuerte empuje estatal, ello cambió rápidamente. Más allá de que el Estado uruguayo cumplió un rol fundamental para el desarrollo de la radio en sus orígenes, el sistema televisivo en el país se gestó con un fuerte protagonismo de los canales privados. En la década de 1950, los medios comerciales llegaron más fuertes que al momento de las primeras emisiones de radio[8], y, como ya fue señalado, un hito importante se dio en 1933 con la conformación de Andebu, la gremial que los nuclea. Ya desde esos años, Andebu se constituyó en un fuerte grupo de presión en el campo de las políticas públicas de medios de comunicación. En concreto, la gremial de medios comerciales inclinó la balanza para que el sistema de medios uruguayo siguiera el modelo estadounidense[9].

Un año después de la aprobación de una ley que regulaba la radiodifusión en 1928, se aprobó la ley que creó el Servicio Oficial de Difusión Radioeléctrica (SODRE), que a través de un diseño institucional novedoso para la época (De Torres, 2015)[10], supuso la creación de emisoras públicas de radio. A diferencia de las radios comerciales, cuyo control estaba a cargo del Ministerio de Guerra, el SODRE, que controlaba a las radios públicas, nació con una función principalmente cultural y estuvo en la órbita del Ministerio de Instrucción Pública, posteriormente convertido en Ministerio de Educación y Cultura (Maronna, 2007).

En la década de 1950 comenzaron las primeras emisiones televisivas en Uruguay. Pese a tener la autorización para emitir antes que los privados y de haber comenzado a explorar el proyecto televisivo desde 1950 (Maronna, 2007), el último en comenzar a emitir fue Canal 5 del SODRE, en 1963. El investigador Carlos García Rubio (1998) plantea que desde un primer momento, la relación entre el canal público y sus competidores privados fue conflictiva y que estos últimos, a través de Andebu, operaron políticamente en reiteradas ocasiones en contra de los intereses del canal.

El primer enfrentamiento público de relevancia entre los tres canales comerciales y el público fue en mayo de 1966, cuando Canal 5 recibió la autorización para comenzar a facturar publicidad proveniente de anunciantes privados, y entonces los tres canales emitían en sus pantallas que "la publicidad que propala el SODRE es ilegal, inconstitucional e inconveniente" (García Rubio, 1998). Este enfrentamiento se trasladó también al sistema político, que quedó dividido entre quienes apoyaban a Canal 5 y quienes respaldaban la postura de Andebu. Políticos como Luis Hierro Gambardella y Amílcar Vasconcellos fueron quienes defendieron más firmemente la postura del canal público, y, por ejemplo, el primero de ellos dejó su cargo en el Ministerio de Instrucción Pública debido a las fuertes presiones que ejerció Andebu en su contra. Este tipo de escenas marcaron el escaso desarrollo de los medios públicos en Uruguay, familia que se agrandó en la década de 1990.

En un polémico proceso de adjudicación de licencias de televisión por abonados[11], en Montevideo fueron beneficiados los dueños de los canales de aire 4, 10 y 12, que

[8] Ver al respecto De Torres (2015), Maronna (2007) y Soria (2016).

[9] Maronna (2007) describe el rol que jugó Andebu para el caso uruguayo.

[10] Según detalla De Torres (2015), la ley de creación del SODRE no sólo creó radios públicas. También surgieron una orquesta y un coro de carácter permanente, cuyas actuaciones serían emitidas por radio, y la adquisición de una sala de teatro, que se concretó en 1931.

[11] Al respecto, ver Durquet (1998), quien denuncia una serie de irregularidades en el proceso de adjudicación.

presentaron en conjunto una propuesta para operar tres licencias de cable, lo que luego desembocó en la conformación de la empresa Equital[12] y les permitió profundizar la ya concentrada propiedad medios uruguayos. Los principales grupos mediáticos del país realizaron un acuerdo con la Intendencia de Montevideo, que canjeó el importe que la empresa de cableoperadores debía pagarle por concepto del cableado necesario para comenzar a operar, por la posibilidad de contar con un canal propio en la grilla de los cables capitalinos, situación que generó el nacimiento de TV Ciudad, canal público de la IM (Durquet, 1998).

A modo de cierre

Históricamente, los medios públicos uruguayos han podido desarrollarse en la medida en que el lobby de los medios comerciales lo permitiera. Resulta pertinente analizar si esa situación cambió a partir de la llegada del FA al gobierno nacional. En los últimos años no se registran estudios en donde se analice particularmente el campo de las políticas dirigidas a los medios públicos. Por lo tanto, dicho estudio se vuelve importante, en el entendido de que los medios públicos pueden ser un espacio en el que se puede apuntar a mejorar el debate democrático. Para abordarlo, además de recopilar los principales estudios uruguayos en materia de políticas públicas sobre medios de comunicación, también es necesario tener en cuenta los desarrollos teóricos que se generaron en la región y el mundo en materia de medios públicos.

En suma, para el análisis es importante concebir a las políticas públicas dirigidas a los medios como una posible moneda de cambio que tienen los gobiernos para estar más cerca de controlar las escenas mediáticas. En ese sentido, se vuelve relevante tener en claro el mapa de actores que opera en las distintas fases del diseño y la implementación de la política pública.

En particular para el caso de los medios públicos uruguayos, resultaría interesante constatar en qué medida las políticas públicas implementadas en los últimos años han contribuido a su desarrollo. Para ello se vuelve importante definir qué aspectos observar, para lo que, más allá de tener varios años, la definición de Pasquali en la que establece varias características con las que deben cumplir los medios públicos. En concreto, más allá de algunas definiciones más elementales como el hecho de que no pueden pertenecer a privados, el autor señala otras caracterizaciones no tan obvias para el caso uruguayo, como el hecho de que deben ser mayoritariamente financiados con recursos públicos; contar con autonomía política frente a Poder Ejecutivo, Legislativo y Judicial, y ser independientes respecto a los poderes económicos; ser un servicio no gubernamental y desgubernamentalizado; estar bajo la supervisión del Poder Legislativo o de una autoridad especial independiente; aplicar criterios de ecuanimidad en el tratamiento de temas políticos; ofrecer servicios diversificados, complementarios y universales; e imponerse para sí mismo elevados estándares cualitativos y de moral social (Becerra & Waisbord, 2015, a partir de Safar & Pasquali, 2006).

[12] Nuclea a Montecable, Nuevo Siglo y TCC.

Referencias bibliográficas

Anduiza, E. y Bosch, A. (2004). *Comportamiento político y electoral*. Ariel Ciencia Política, Barcelona.

Aruguete, N. (2015). *El poder de la agenda. Política, medios y público*. Editorial Biblos, Argentina.

Apreza Salgado, S. (2002). *Concentración de medios de comunicación versus pluralismo informativo externo*. Biblioteca Jurídica Virtual, 63–85.

Baumgartner, F. y Jones, B. (1993). *Agendas and instability* in *American politics*. University of Chicago, Chicago.

Becerra, M. (2013). *La televisión pública en América Latina: condicionantes y desafíos*, en Instituto de Estudios sobre Comunicación RTA (Ed.), *Pensar la televisión pública. ¿Qué modelos para América Latina?*. La Crujía, Buenos Aires.

Becerra, M. y Mastrini, G. (2007). *Presente y tendencias de la concentración de medios en América Latina*. Zer, 22(22), 15–40.

Becerra, M. y Mastrini, G. (2009). *Los monopolios de la verdad. Descifrando la estructura y concentración de los medios en Centroamérica y República Dominicana*. Prometeo, Buenos Aires.

Becerra, M. y Waisbord, S. (2015) *Principios y "buenas prácticas" para los medios públicos en América Latina*. UNESCO, disponible en http://unesdoc.unesco.org/images/0023/002347/234746s.pdf

Beltramelli, F. (2018). *Políticas públicas y convergencia infocomunicacional en Uruguay: regulaciones e institucionalidad en los gobiernos del Frente Amplio en Uruguay (2005-2014)*. Tesis de Doctorado en Comunicación, Universidad Nacional de La Plata.

Bentancur, N. y Busquets, J. (2016). *Una mirada de conjunto a las políticas públicas del decenio progresista*, en *El decenio progresista. Las políticas públicas de Vázquez a Mujica*, Bentancur, N. y Busquets, J (coords.). Fin de siglo, Uruguay.

Birkland, T. (2007). *Agenda setting in public policy*. En Frank Fischer, Gerald J. Miller y Mara S. Sidney (eds.), *Handbook of Public Policy Analysis: Theory, Politics, and Methods*. Boca Raton: CRC Press Taylor & Francis Group.

Buquet, G.; Lanza, E.; Rabinovich, D. (2012). *Ni premio ni castigo: inversión, mecanismos y procedimientos de asignación de la publicidad oficial en Uruguay*. FES, Montevideo.

Capella, A. (2015). *Agenda-Setting* en *Dicionário de políticas públicas*, Di Giovanni, G. y Nogueira, M. A. (orgs.). Fundap, Editora UNESP, São Paulo.

Cobb, R. y Ross, M. (1997). *Cultural strategies of agenda denial: avoidance, attack, and redefinition*. Lawrence: University Press of Kansas.

De Torres, I. (2015). *El surgimiento de la radiodifusión pública en Hispanoamérica. Contextos, modelos y el estudio de un caso singular: el SODRE, la radio pública estatal de Uruguay (1929)*, en *Revista internacional de Historia de la Comunicación*, Nº5, Vol.1.

Durquet, E. (1998). *El caso Montevideo, algunas reacciones despertadas*, en García Rubio, C. (Editor) *El Uruguay cableado. Actualidad de la televisión de pago*. Montevideo, Editorial Zeitgeist.

Faraone, R. (1998). *Televisión y Estado*. Cal y Canto, Montevideo. P. 36-51.

García Rubio, C. (1998). *Las cuatro décadas de Canal 5, en Televisión estatal, ¿qué hacer con ella?* Universidad Católica del Uruguay, Editorial Zeitgeist, Montevideo.

Garraud, P. (1990). *Politiques nationales: élaboration de l'agenda.* L'Anée Sociologique, 40.

Hilgartner, J. y Bosk, Ch. (1988). *The Rise and Fall of Social Problems: A Public Arenas Model*. American Journal of Sociology 94(1).

Kingdon, J. (1984). *Agendas, alternative and public policies*. Harper Collins Publishers, Nueva York.

Lanza, E. (2015). *Las políticas de comunicación del Frente Amplio y la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual*, en *Gobierno del Frente Amplio y políticas de comunicación 2010-2014. Libertad de expresión y regulación de medios audiovisuales en la era Mujica*, Gómez, G. (Coord.). FESUR, Montevideo.

Lanzaro J. (2004). *Fundamentos de la democracia pluralista y estructura política del Estado en Urugua*y. Revista Uruguaya de Ciencia Política Nº 14.

Latinobarómetro (2017). *El declive de la democracia. Informe Latinobarómetro 2016*. Disponible en http://www.latinobarometro.org/latNewsShowMore.jsp?evYEAR=2016&evMONTH=9.

Lindblom, Ch. (1991) *El proceso de elaboración de las políticas públicas*. MAP; México.

Loreti, D. y Lozano, L. (2012); *El rol del Estado como garante del derecho humano a la comunicación*, en *Revista Derecho Público,* SAIJ. Año I N°1. Ediciones Infojus, Argentina.

Mastrini, G. (2013). *Medios públicos y derecho a la comunicación*, en Mastrini, G., Bizberge, A. y de Charras, D. (eds.), *Las políticas de comunicación en el siglo XXI*. La Crujía, Buenos Aires.

POLIMATE (2013). *Informe estadístico sobre convergencia 2013*. PRODIC, disponible en http://www.prodic.edu.uy/sites/default/files/Informe%20estad%C3%ADstico%20sobre%20Convergencia%20SCA%20y%20Servicios%20b%C3%A1sicos%20de%20Telecomunicaciones.pdf

Radar (2015). *El perfil del internauta uruguayo*. Recuperado de http://www.gruporadar.com.uy/01/wp-content/uploads/2017/12/Informe-El-perfil-del-Internauta-Uruguayo-2015-Grupo-RADAR.pdf

Rossi, D., Carbajal, G. (2017). *Sistema de producción y distribución audiovisual argentino: análisis de riesgos de sostenibilidad.* Actas de Periodismo y Comunicación, 2 (1).

Safar, E. y Pasquali, A. (2006). *La radiotelevisión pública en Venezuela*, en UNESCO, *Radiotelevisión de servicio público: un manual de mejores prácticas*, Oficina de UNESCO para América Central, San José de Costa Rica, 287 p. Disponible en http://unesdoc.unesco.org/images/0014/001415/141584s.pdf

Schuliaquer, I. (2017). *¿Quién domina la escena? La relación entre los gobiernos del Frente Amplio y las empresas mediáticas en Uruguay (2005-2015)*, en *Titulares, hashtags y videojuegos. La comunicación en la era digital*, Boczkowski, J.P y Mitchelstein, E. (comps.). Manantial, Argentina.

Soria, F. (2016). *Influencias extranjeras, miradas locales. La televisión pública en Uruguay (1963- 1968)*, en Claves. Revista de Historia, FHCE Vol. 2, Nº 3, Montevideo, pp. 192-223.

Subirats, J., Knoepfel, P., Larrue, C., y Varone, F. (2008). *Análisis y gestión de políticas públicas*. Editorial Ariel, Barcelona.

UNESCO (2008). *Indicadores de Desarrollo Mediático: Marco para evaluar el desarrollo de los medios de comunicación social*. Disponible en http://unesdoc.unesco.org/images/0016/001631/163102S.pdf.

Wober, J. y Gunter, B. (1988). *Television and social control*. St. Martin's Press, Nueva York.

Políticas de Comunicação e Participação Social na América Latina: uma proposta metodológica para análise

Communication Policies and Social Participation in Latin America: a methodological proposal for analysis

Paulo Victor Melo[13]

Resumo

O presente trabalho tem como objetivo central o aprofundamento de uma proposta metodológica para aplicação na pesquisa de tese de doutorado, em andamento, que visa analisar o processo de participação da sociedade civil em legislações de comunicação em três países da América Latina. A saber, os países e as respectivas legislações são as seguintes: Argentina (Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual, 2009), Equador (Ley Orgánica de Comunicación, 2013) e Uruguai (Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual, 2015). Neste trabalho, a proposta central é, a partir de referenciais teórico-metodológicos sobre Políticas Públicas e estudos sobre Políticas de Comunicação, desenhar linhas gerais do método a ser aplicado na pesquisa comparada entre os três países. Esse método articula, de um modo geral, quatro etapas principais: Identificação e seleção das redes de atores da sociedade civil organizada que terão a sua atuação e incidência na discussão pública da lei analisadas; Levantamento das iniciativas espontâneas dessas redes de atores da sociedade civil; Levantamento das iniciativas oficiais do Poder Executivo que possibilitaram participação da sociedade civil; e Sistematização dos momentos de discussão das leis no/pelo Legislativo, destacando se possibilitaram ou não a participação da sociedade civil.

Palavras-chave

Políticas de Comunicação; Participação Social; Proposta Metodológica.

Tema central

O tema das políticas de comunicação tem ocupado parte relevante da agenda pública de debates na América Latina nos últimos anos, especialmente a partir da aprovação de novas legislações para o setor em países da região. Em ordem cronológica, é possível citar as seguintes mudanças legais no setor de meios de comunicação neste período que vão neste sentido: *Ley de Responsabilidad Social em Radio, Televisión y Medios Eletrónicos da Venezuela* (2005); *Ley de Radiodifusión Comunitária do Uruguai* (2007); *capítulo sobre Direito à Comunicação na Constituição do Equador* (2008); *capítulo sobre Direito à Comunicação na Constituição da Bolívia* (2009); *Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual da Argentina* (2009); *Ley Orgánica de Telecomunicaciones da Venezuela* (2010); *Ley de Servicios de Radiodifusión Comunitária Ciudadana do Chile* (2010); *Ley General de Telecomunicaciones, Tecnologías de Información y Comunicación da Bolívia* (2011); *Lei do Serviço de Acesso Condicionado do Brasil* (2011); *Ley Orgánica de Comunicación do Equador* (2013); *Ley de Formalización y Promoción de Empresas de Radiodifusión Comunitárias de Radio y TV do Peru* (2014); *Ley de Telecomunicaciones y Radiodifusión do México* (2014);

[13] Doutorando no Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura Contemporâneas da Universidade Federal da Bahia (UFBA), Brasil. Email: paulovictorufs@gmail.com.

Marco Civil da Internet do Brasil (2014); *Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual do Uruguai* (2015).
Com essa diversidade de legislações, como escreveu Ramos (2010), o atual período:

> "Trata-se de um momento importante, e rico, para o estudo das políticas de comunicação na América Latina, para além de uma polarização simplificada entre anseios de democratização pela sociedade e medidas de controle por governos ditos populistas, com rasgos autoritários. Este momento latino-americano não é mais o momento das ditaduras e da censura dos tempos da guerra fria, como não é mais o momento da imposição de consensos políticos e econômicos, anteriores à crise dos mercados financeiros mundiais de 2008". (Ramos, 2010, p. 25)

Partindo do pressuposto apontado por Ramos, a tese de doutorado, em que neste artigo destaca-se a sua proposta metodológica, tem como objetivo geral analisar o papel desempenhado por entidades da sociedade civil no processo de formulação de legislações de comunicação na Argentina, no Equador e no Uruguai, entendendo que o processo de elaboração das políticas públicas é dinâmico e envolvido por disputas de poder, não sendo, portanto, produto exclusivo do debate legislativo ou de decisões judiciais.
No que diz respeito à Argentina, será analisada a participação social na elaboração da Lei 26.552, de 2009, que regula os serviços de comunicação audiovisual no país. O artigo 1º da lei explicita os objetivos de desconcentração da propriedade de mídia e tem como perspectiva a garantia da diversidade no setor de comunicações:

> El objeto de la presente ley es la regulación de los servicios de comunicación audiovisual en todo el âmbito territorial de la República Argentina y el desarrollo de mecanismos destinados a la promoción, desconcentración y fomento de la competência con fines de abaratamiento, democratización y universalización del aprovechamiento de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación. (Argentina, 2009, p. 1)

A "ley de medios", como ficou conhecida a Lei 26.552, substituiu a Lei 22.285, promulgada durante o governo militar argentino, que consolidou a conformação do setor de rádio e televisão a partir da concentração em três níveis, segundo Mastrini e Becerra (2006): concentração de mercado, na qual os quatro primeiros operadores de cada segmento – televisão aberta, a cabo, imprensa escrita e rádio – chegaram a dominar quase 80% do mercado; presença de conglomerados multimídia; e concentração geográfica da produção de conteúdos na capital do país, Buenos Aires
No caso do Equador, a análise será sobre as disputas sociais em torno da Ley Orgánica de Comunicación, promulgada em 2013. Cabe frisar que, diferente dos outros países analisados, a reforma dos sistemas de comunicação equatorianos começou pela mudança no texto constitucional do país. Na nova Constituição do Equador, promulgada em 2008, foi reservado um capítulo para o direito à comunicação, colocado no texto da legislação como um dos direitos necessários para o "buen vivir", no mesmo status da educação, cultura, saúde, alimentação, moradia e trabalho, o que, segundo Burch (2013), representa uma ruptura paradigmática em termos de concepção de comunicação:

> A Constituição equatoriana se destaca não só por reconhecer o direito a participação nos processos comunicacionais e a uma cidadania bem informada, como também por estabelecer um terceiro setor da comunicação, além do privado e do público, que é o setor

> cidadão sem fins de lucro – denominados como 'meios comunitários'- o qual deve desenvolver-se em igualdade de condições com os outros dois setores. (Burch, 2013, p. 1)

Com a mudança constitucional, portanto, o governo equatoriano criou as bases necessárias para, já no ano seguinte à promulgação da nova Constituição, em 2009, enviar à Assembleia Nacional o Proyecto de Ley Orgánica de Comunicación. Como forma de não permitir que a lei fosse ignorada pelo Parlamento ou arquivada, um Plebiscito Popular, realizado em 2011, obrigou a Assembleia Nacional a aprovar uma nova lei de comunicação, fato que viria a se confirmar em 14 de junho de 2013, após inúmeros fóruns públicos de discussão e sete votações no Legislativo.

Por fim, como terceiro país analisado, no Uruguai a principal iniciativa no que diz respeito às políticas de comunicação também é, assim como no caso argentino, um novo marco legal que regula os serviços de comunicação audiovisual, a lei 19.307, aprovada em dezembro de 2014.

Importante observar que no Uruguai a aprovação da "ley de medios" representou, em verdade, a consolidação de uma série de medidas democratizadoras na área das comunicações na última década. Como principais, podem ser citadas a Ley de Radiodifusión Comunitária, em 2007, que reconhece o setor comunitário como complementar aos meios comerciais e estatais, garantindo-lhe assim 33% em todo o espectro de rádio e televisão do país; e o Decreto 775, que impôs barreiras para a formação de oligopólios na TV por assinatura.

Objetivos

Objetivo Geral da tese:

- Analisar o papel desempenhado pelas entidades da sociedade civil no processo de formulação de legislações de comunicação na Argentina, no Equador e Uruguai.

Objetivos específicos deste trabalho:

- Desenvolver linhas gerais de uma proposta metodológica para análise da participação da sociedade civil em legislações de comunicação em três países da América Latina (Argentina, Equador e Uruguai);

- Articular procedimentos que possibilitem a identificação e seleção das redes de atores da sociedade civil organizada, o levantamento das iniciativas espontâneas dessas redes, bem como das iniciativas oficiais do Poder Executivo e do Legislativo que possibilitaram participação da sociedade civil na elaboração das respectivas leis.

Discussão teórica proposta

A literatura das Ciências Sociais e, mais especificamente, da Ciência Política apresenta uma série de linhas teóricas e metodológicas para o estudo, análise e até mesmo conceituação do que são políticas públicas. Num esforço de categorização dessas diferentes perspectivas, Secchi (2010) sistematiza as principais contribuições em duas abordagens, uma estatista e uma multicêntrica, no que se refere ao protagonismo no estabelecimento e definição das políticas públicas.

Referindo-se a trabalhos de autores como Dye (1972), Meny e Thoenig (1991) e Howlett e Ramesh (2003), Secchi (2010) caracteriza a abordagem estatista (*state-centered policy-making*) como a que considera o ator[14] estatal o protagonista exclusivo das políticas públicas, sendo a natureza "pública" de uma política determinada pela personalidade jurídica desse ator protagonista.

A abordagem multicêntrica, em que estão inseridos autores como Rhodes (1997), Regonini (2001) e o próprio Secchi, consideram um rol de outros atores, como organizações empresariais, grupos não-governamentais, organismos multilaterais, redes e coletivos de interesse, como potenciais protagonistas – juntamente como os atores estatais – no estabelecimento das políticas públicas.

Importante ressaltar que a abordagem estatista não ignora a participação desses demais atores, e até considera que podem exercer um determinado grau de incidência, porém não confere a eles a possibilidade de estabelecimento e liderança de um processo de política pública.

Do mesmo modo, cabe frisar que os autores da abordagem multicêntrica também compreendem a centralidade – não exclusividade – do Estado no estabelecimento das políticas públicas, sendo esta centralidade, segundo Secchi (2010), consequência de três fatores.

> (1) A elaboração de políticas públicas é uma das razões centrais da existência do Estado moderno; (2) o Estado detém o monopólio do uso da força legítima e isso lhe dá superioridade objetiva com relação a outros atores; (3) o Estado moderno controla grande parte dos recursos nacionais e, por isso, consegue elaborar políticas robustas temporal e espacialmente. (Secchi, 2010, p. 4)

Discutida a questão relacionada ao protagonismo no estabelecimento do processo de políticas públicas, importa tratar do que diversos autores denominam de fases, estágios ou ciclo das políticas públicas. Um dos primeiros estudiosos a centrar a análise em fases foi Harold Lasswell (1951), que propôs uma simplificação e divisão do processo de construção e desenvolvimento da política pública em sete estágios, circunscritos ao âmbito governamental: informação, promoção, prescrição, invocação, aplicação, término e avaliação.

Por entender a construção das políticas públicas a partir de uma lógica linear e restrita aos limites dos aparelhos de governo, a proposta de Lasswell foi criticada por outros autores dos estudos de política. Lindblom (1959), por exemplo, questionava um caráter demasiadamente racional do método de Lasswell, rejeitando a ideia de política pública como um processo meramente administrativo e funcional, dividido em etapas estanques. Como resposta, Lindblom propôs uma análise que levasse em consideração o poder e a interação entre as diferentes fases, destacando que "o processo político e decisório é um processo interativo e complexo, sem início ou fim" (Lindblom, 1959, p. 112).

Também nesta linha, Brewer (1974) alertava para o fato de que as políticas públicas não possuíam um ciclo definido ou linear, ocorrendo modificações em seu curso. Assim, o autor introduziu a noção de política pública como um ciclo contínuo e propôs uma nova fase,

[14] A definição de ator, comumente utilizada na literatura de políticas públicas, é aqui adotada pelo entendimento de que os indivíduos, grupos e organizações que influenciam o processo de elaboração de políticas públicas não têm comportamentos ou interesses estáticos, mas sim dinâmicos de acordo com os papéis que interpretam ou, dito de outra forma, com os interesses que representam e defendem.

prévia ao debate governamental, que denominou de fase de "reconhecimento do problema".

Uma perspectiva mais corrente e compartilhada nos estudos atuais de política, adotada na pesquisa, foi a desenvolvida por Howlett e Ramesh (1995), que condensaram as fases do processo da política pública em cinco etapas, apresentando o que denominaram de *improved model*: (1) montagem da agenda; (2) formulação da política; (3) tomada de decisão; (4) implementação e (5) avaliação. Neste modelo, que se organiza como um ciclo, prevalece a ideia de que uma política pública se inicia a partir da percepção de problemas, passa por um processo de formulação de propostas e decisão, segue sendo implementada, para enfim ser avaliada e dar início a um novo processo de reconhecimento de problemas e formulação da política[15].

De uma forma sintética, essas etapas podem ser descritas da seguinte forma:

1. Montagem da agenda: tem como início a definição do problema. Depois de identificado e analisado o problema, possíveis soluções são exploradas por meio de pesquisa e análise, incluindo a definição da agenda, que é a listagem de assuntos e problemas sobre os quais os atores envolvidos concentram sua atenção num determinado momento;[16]
2. Formulação da política: momento no qual se formulam soluções e alternativas para o problema, podendo ser entendido como o momento de diálogo entre intenções e ações;
3. Tomada de decisão: abarca o processo de escolha pelo governo de uma solução específica ou uma combinação de soluções, em um dado curso de ação ou não ação. É nessa fase que são desenhadas as metas a serem atingidas, os recursos a serem utilizados e o horizonte temporal de intervenção;[17]
4. Implementação: momento de colocar uma determinada solução em prática, envolvendo uma série de sistemas ou atividades da administração pública: o sistema gerencial e decisório, os sistemas de informação, os agentes implementadores da

[15] Ainda que a ideia de fases possa provocar uma fragmentação nas análises a serem feitas e que em muitos momentos as fases se apresentem misturadas e as sequências alternadas, o que exige o cuidado em não isolar uma fase das demais, a principal contribuição da ideia do ciclo da política pública seja talvez a possibilidade de percepção de que existem diferentes momentos no processo de construção, apontando para a necessidade de se reconhecer as especificidades de cada um destes momentos, possibilitando maior conhecimento e intervenção sobre o processo político.

[16] Nessa fase, de acordo com Kingdon (1984), a entrada de novos problemas na agenda decisória é resultado de uma combinação de fluxos independentes que atravessam as estruturas de decisão, a saber: a) Fluxo de problemas: remete às condições sociais e à forma como cada condição desperta a necessidade de ação; b) Fluxo de alternativas e soluções: são propostas rotineiramente elaboradas por especialistas, funcionários, grupos de interesse, entre outros; c) Fluxo político: dimensão da política 'propriamente dita', na qual as coalizões são construídas a partir de embates, negociações e barganhas.

[17] Neste modelo de análise, as fases "formulação" e "tomada de decisão" ganham maior relevância, pois nelas se definem os princípios e diretrizes para o desenvolvimento de uma ação. É quando se explicitam as escolhas políticas de uma autoridade, em qualquer nível em que esta autoridade esteja localizada. Algumas questões orientam a análise destas fases: Como as alternativas políticas foram formuladas? Como determinada proposição foi escolhida entre as demais alternativas? Quem participou do processo de formulação e decisão das políticas?

política, os sistemas logísticos e operacionais (recursos materiais, financeiros, etc.), dentre outros;[18]

5. (5) Avaliação: embora seja apontada como uma fase específica, a avaliação tem sido utilizada, dentro dos modelos que adotam a perspectiva do ciclo, como um instrumento voltado para subsidiar a tomada de decisões nos mais variados momentos que ocorrem ao longo das diversas fases do ciclo, não se restringindo, portanto, à avaliação de resultados da política e nem à etapa final do processo.

Outra questão recorrente nas análises dos processos de políticas públicas em suas diferentes fases é a participação.

> A participação pode ocorrer em momentos distintos do *policy cicle*. A participação pode ficar restrita apenas ao momento de prospecção de soluções, ou pode ser ampliada para o momento da decisão formal. A participação de mais atores pode acontecer no momento da implementação da política pública, como nos modelos de governança pública (por exemplo, parcerias público-privadas, redes de implementação de políticas públicas). O momento de avaliação da política pública também pode ser abastecido com informações de fornecedores, cidadãos, funcionários públicos, etc. (Secchi, 2010, p. 112)

Um importante estudo sobre o tema da participação nas políticas públicas foi o desenvolvido por Fung (2006), intitulado de cubo da democracia (*democracy cube*), que sintetiza três eixos que constituem um processo mais ou menos participativo. Esses três eixos de variação da participação são, segundo Fung (2006): acessibilidade (quem pode participar das decisões); tipo de interação (como são compartilhadas as informações e tomadas as decisões); e grau de influência (qual o link entre as discussões e as decisões).

No âmbito da discussão a respeito da participação nas políticas públicas, mais especialmente no que diz respeito aos atores que têm capacidade de influência e incidência nas distintas fases, uma abordagem frequentemente utilizada é a que analisa a participação dos *stakeholders* ou "partes interessadas" (Bulck, 2012).

Esse modelo se inicia, geralmente, com uma compreensão ampla de estruturas e processos de tomadas de decisão, assim como o enquadramento teórico conceitual das diversas posições adotadas diante das questões políticas. O próximo passo seria a identificação das partes interessadas relevantes, como pessoas, grupos, organizações com interesses investidos na busca de determinados resultados sobre alguma política em particular. O escopo e a escala desses atores são variáveis numa espécie de governança em múltiplo nível, como organismos de influência e decisão regionais, nacionais, locais (Bulck, 2012). Aqui podem ser incluídos políticos, instituições regulatórias, cidadãos, representantes da sociedade civil, da indústria ou do setor de serviços, entre outros.

Os *stakeholders* são identificados com base em quem eles são/representam/pertencem em sua interferência (ou visibilidade) e seu impacto (ou poder). Eles podem ainda ser caracterizados com base em sua postura para com determinadas questões políticas e pela lógica principal a qual aderem.[19]

---

[18] Dada a complexidade de elementos que convergem na fase de implementação, esta é vista como momento crucial no ciclo da política pública, de intensa negociação e identificação da confirmação ou negação dos pactos estabelecidos. É nesta fase que se verifica a real potencialidade de uma política, quem são os atores que a apoiam o que cada um dos grupos disputa e seus interesses.

[19] "Stakeholders are identified on basis of who they are/represented/belong to their stake (or visibility) and their impact (or power). They can further be characterized on the basis of their attitude towards the policy issue and main logic they adhere to" (BULCK, 2012, p. 220).

De acordo com Bulck (2012) o levantamento de dados numa típica *stakeholder analysis* considera dois métodos complementares: documental e entrevista. Na parte documental, os dados são obtidos através da busca de registros relevantes que devem ser analisados através de um método integrado e conceitualmente sustentado, de modo a localizar, identificar, recuperar e examinar tais documentos considerando seu sentido e significância em relação ao tema estudado. Análise documental pode ser complementada, então, por entrevistas com especialistas ou testemunhas que possam ter informações privilegiadas no processo de tomada de decisão política (Bulck, 2012).

Neste trabalho, a opção metodológica centra-se na análise documental, tanto no que diz respeito à fundamentação teórica quanto no desenvolvimento da análise sobre os processos de participação de redes de atores da sociedade civil organizada em legislações nacionais de comunicação

Deacon, Picketing, Golding e Murdock (1999) consideram que a pesquisa documental oferece a possibilidade de verificar, checar, cruzar dados e informações, pondo-os em perspectiva e ampliando a percepção acerca do objeto. Os autores elencam quatro situações em que a pesquisa documental é cabível: quando o acesso a pessoas ou situações de estudo é restrito ou negado; em estudos históricos no qual o acesso direto a pessoas e situações não é mais possível; em análises secundárias, quando a pesquisa se propõe a reanalisar o material coletado previamente em outras pesquisas; quando o material documental em si é o maior foco da pesquisa. Pesquisas documentais, segundo os autores, podem ainda ajudar através do acompanhamento e registro de eventos contemporâneos.

Esses autores mencionam ainda a importância de se considerar ao menos três critérios para a escolha do material a ser tratado: a representatividade (se o *corpus* de fato reflete o objeto ou corre o risco de representar uma realidade atípica), a autenticidade (se as evidências coletadas são genuínas), e a credibilidade (se o material é preciso, distante de erros e se a autoria é reconhecida).

Antônio Carlos Gil (2008), por sua vez, estabelece três fases para este tipo de pesquisa: 1) pré-análise; 2) exploração do material e 3) tratamento de dados, inferência e interpretação.

A pré-análise seria a fase de organização que se inicia com o contato com os primeiros documentos quando se procede com a escolha daqueles mais relevantes, prepara-se o material para análise e formulam-se hipóteses.

A fase de exploração de material constitui-se numa fase mais densa para administrar o conteúdo através do que o autor chama de “tarefas de codificação”, envolvendo o recorte (escolha de unidades), a enumeração (escolha de regras de contagem) e a classificação (escolha de categorias).

Já no tratamento de dados, a inferência e a interpretação objetivam tornar os dados válidos e significativos. Nessa fase os procedimentos envolvem a organização de quadros, tabelas, diagramas que sintetizem e ponham em relevo as informações obtidas. À medida que se confrontam esses dados com as informações pré-existentes, é possível alcançar-se amplas generalizações.

Compreendendo, portanto, que as políticas públicas são estabelecidas por uma diversidade de atores que, em distintos graus, desempenham influência sobre os processos decisórios, que essas políticas se desenvolvem em ciclos ou etapas complementares, e que podem se dar de modo mais ou menos participativo, interessa neste trabalho especificamente analisar a atuação de atores da sociedade civil organizada na elaboração de políticas públicas de comunicação em três países da América Latina, mais precisamente a incidência desses atores em legislações nacionais para o setor, observando em quais momentos e de que

modo foram implementadas as possibilidades de participação. A saber, os países e as respectivas legislações são as seguintes: Argentina (*Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual* 2009), Equador (*Ley Orgánica de Comunicación*, 2013) e Uruguai (*Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual*, 2015).

Metodologia de abordagem

Perseguindo o objetivo explicitado no tópico acima, o escopo analítico-comparativo desta tese será construído, do ponto de vista metodológico, a partir de quatro etapas complementares.

Etapa 1 – Identificação e seleção das redes de atores da sociedade civil organizada que terão a sua atuação e incidência na discussão pública da lei analisadas

- Qual a composição dessas redes, quais os grupos que participam delas (são sindicatos, movimentos sociais, Academia, entidades da área de comunicação?)
- Quando essas redes foram fundadas? Elas já existiam antes da discussão oficial sobre as leis ou foram criadas justamente a partir da iniciativa dos governos em elaborar as leis?
- Como essas redes se organizam do ponto de vista territorial (são apenas agrupamentos nacionais? Há seccionais estaduais ou regionais? Ou um modelo misto?)

Etapa 2 – Levantamento das iniciativas espontâneas dessas redes de atores da sociedade civil

- Quais os documentos elaborados e publicados por essas redes de atores: princípios para marcos legais, projetos de lei de iniciativa popular ou assemelhado, cartas com posicionamentos generalistas ou sobre posições dos governos?
- Como/Onde esses documentos foram publicados e a quem/qual órgão foram direcionados (foram documentos lançados publicamente para o debate geral? Foram propostas direcionadas a Executivos ou Casas Legislativas?)
- Quais os períodos históricos desses documentos (foram propostos independente de discussão já iniciada pelos governos? Foram durante o período de elaboração dos marcos legais?)
- O que foi proposto nesse conjunto de documentos que está incorporado nas versões finais de cada legislação?
- De forma complementar, quais outras iniciativas foram adotadas: fóruns, seminários, atos de rua?

Etapa 3 – Levantamento das iniciativas oficiais do Poder Executivo que possibilitaram participação da sociedade civil

- Quais os instrumentos institucionais via internet foram abertos: consultas públicas? manifestações/opiniões gerais? enquetes?
- Esses instrumentos proporcionavam que tipo de contribuição: algo mais generalista e espontâneo? Opções pré-determinadas sem possibilidade de maior argumentação? Quem podia apresentar contribuições (pessoas físicas, jurídicas ou das duas formas)?
- Quais os períodos de duração desses instrumentos? E quais foram as plataformas em que esses instrumentos estiveram disponíveis (site, e-mail, redes sociais, aplicativos móveis)?

- Do ponto de vista das redes de atores da sociedade civil selecionadas na etapa 1, quais participaram e quais contribuições foram apresentadas? Das propostas feitas, nos casos em que foi possível, quais estão garantidas nas redações finais de cada lei?

- Quais espaços presenciais foram implementados: fóruns, comitês, audiências públicas?

- Quais características principais tiveram cada um desses espaços (descrição)? Qual foi o modelo de funcionamento desses espaços, em termos de atribuições, periodicidade, modelo de deliberação? Territorialmente, como foram distribuídos esses espaços?

- Quais as sínteses das discussões, aportes, definições e encaminhamentos desses espaços (acessar relatórios de trabalho, atas de reuniões e outros documentos)?

Etapa 4 – Sistematização dos momentos de discussão das leis no/pelo Legislativo, destacando se possibilitaram ou não a participação da sociedade civil

- De um modo geral, como o Poder Legislativo discutiu o projeto de lei? Foram apenas sessões plenárias? O projeto foi submetido e apreciado por alguma/s comissão/ões específicas? Quantas/quais Casas Legislativas discutiram os projetos em cada país? Outros mecanismos, como Audiências Públicas e Sessões Especiais, foram realizados?

- Do ponto de vista das redes de atores da sociedade civil selecionadas na etapa 1, quais participaram e quais contribuições foram apresentadas? Das propostas feitas, nos casos em que foi possível, quais estão garantidas nas redações finais de cada lei?

- Quais as sínteses das discussões, aportes, definições e encaminhamentos desses espaços (acessar versões taquigráficas, relatórios, atas e outros documentos)?

Principais resultados, reflexões e conclusões

As relações entre economia e política, entre comunicação e poder, além das realidades distintas entre os países em cada um desses setores, garante complexidade ao objeto de estudo aqui trabalhado: processos de participação da sociedade civil em legislações de comunicação de três países da América Latina.

Neste sentido, este trabalho representa o esforço de, do ponto de vista metodológico, aprofundar etapas para operacionalização de variáveis teórico-conceituais a fim de organizar o levantamento de informações relativas às realidades estudadas. A ideia é que a análise de tais indicadores se dê atrelada a inserção contextual desses elementos em cada país, ou seja, antes de uma simples medição de dados oferecidos pelos indicadores, acredita-se que, como inserido na pesquisa social, e tendo em vista a relevância de aspectos históricos e contextuais no método proposto para análise, o estudo em desenvolvimento orienta-se por uma interpretação qualitativa das informações coletadas.

No que concerne ao método comparativo, adotamos aqui a mesma perspectiva de Barros (2014), que entende que a comparação apresenta a vantagem de sensibilizar "para a variação e a similitude na formação e refinamento conceitual de elementos que estão colocados em observação, na medida em que permite maior controle acerca das generalizações conceituais, auxiliando na observação dos limites de sua aplicação" (p. 25).

Importa ressaltar que na tese a que se refere este artigo não se pretende tomar como referência a criação de modelos ideais ou de medições escalonadas de estágios para o alcance de objetivos. Por outro lado, a proposta é realizar a constatação crítica de informações que auxiliem na compreensão das diferentes realidades orientadas pelas discussões referidas no marco teórico abordado.

Referências

Barros, C. (2014). *Democratização da comunicação: discussão teórico-conceitual e análise comparada de ambientes regulatórios para o setor de televisão nos países do Mercosul.* Tese de doutorado, Universidade Federal da Bahia, Salvador, BA, Brasil.

Brewer, G (1974). *The policy sciences emerge: to nurture and structure a discipline,* in Policy Sciences, 5, p. 239-244.

Bulck, H. (2012). *Towards a media policy process analysis model and its methodological implications*. In: Just, Natascha; PuppisS, Manuel. Trends in Communication Policy Research: new theories, methods & subjects. Bristol: ECREA.

Burch, S. *Lei de Comunicação no Equador: a disputa de sentidos*. Em www.dialogosdosul.org.br/lei-de-comunicacao-do-equador-a-disputa-de-sentidos. Acessado em: 10 de junho de 2018.

Deacon, D.; Picketing, M.; Golding, P.; Murdock, G. (1999). *Researching communications: a practical guide to methods in media and cultural analysis*. London: Arnold.

Fung, A. (2006). *Varieties of participation in complex governance*. Special Issue. Public Administration Review, p. 66-75.

Gil, A. C. (2008). *Métodos e técnicas de pesquisa social*. 6. ed. São Paulo: Atlas.

Howlett, M; Ramesh, M. (1995). *Studying Public Policy*. Canadá: Oxford University Press.

Lasswell, H. D. (1951). *The Policy Orientation,* in Lerner Daniel and Lasswell Harold D (eds.). *The Policy Sciences: Recent Developments in Scope and Method*. Stanford: Stanford University Press.

Lindblom, C. E. (1959). *The Science of "muddling through"* In Public Administration Review. v. XIX, n. 2, p. 79-88.

Ramos, M. (2010). *Possibilidades de uma nova agenda para as políticas de comunicação na América Latina* In RECIIS – R. Eletr. de Com. Inf. Inov. Saúde. Rio de Janeiro, v.4, n.4, p.20-28.

Secchi, L. (2010). *Políticas Públicas: conceitos, esquemas de análise, casos práticos*. São Paulo: Cengage Learning.

A consolidação da Ancine na gestão da Política de Fomento ao audiovisual no Brasil a partir dos anos 2000

The consolidation of Ancine in the management of the Brazilian Public Support to the Audiovisual from the 2000s

Kátia Morais[20]

Resumo:
O artigo discute a centralidade da Agência Nacional do Cinema (Ancine) na gestão da Política de Fomento ao Audiovisual no Brasil a partir do início dos anos 2000. Considera-se sua trajetória de criação e consolidação em um contexto de expansão global da economia neoliberal. A discussão se dá com base em revisão de literatura e análise de documentos de gestão disponibilizados pela Ancine em seu portal oficial. Conclui-se que o crescente protagonismo da Agência na estrutura do governo federal dedicada às ações políticas para o audiovisual nos últimos anos corresponde ao desprestígio da Secretaria do Audiovisual (SAv). Esse desenho evidencia a priorização de um modelo de fomento ao audiovisual com forte poder de pressão dos agentes de mercado em detrimento de pautas que priorizam o aprofundamento do debate cultural. A gestão da Ancine ao longo desses anos representa um projeto de valorização do segmento de produção independente como agentes centrais na cadeia produtiva do audiovisual produzido no país, sem que isso ameace o lugar ocupado pelos grandes grupos econômicos atuantes no setor.

Palavras-chave: Audiovisual, Ancine, Brasil

Introdução

Economia e cultura se manifestam e se disseminam por fluxos locais, regionais, nacionais e transnacionais simultâneos, tornando difícil a associação de qualquer movimento a um território específico. Mas as decisões sobre regulação e fomento aplicadas aos setores produtivos, entre eles o audiovisual, ainda se concentram na esfera dos Estados-nação.
Mesmo em um contexto de reposicionamento de poder dos Estados nacionais frente à expansão dos conglomerados econômicos, cabe a eles a definição das regras de operação de produção, distribuição e comercialização de produtos em seus territórios, incluindo os produtos culturais e de mídia. As decisões políticas afetam o modo como os recursos e serviços de comunicação são organizados (Hardy, 2014).

[20] Doutora em Comunicação e Cultura Contemporâneas pela Universidade Federal da Bahia (UFBA), Brasil. Professora Assistente da Universidade do Estado da Bahia (UNEB), Brasil, Departamento de Ciências Humanas I. Email: katiamorais01@gmail.com

No tocante à produção audiovisual independente, iniciativas supranacionais tentam estabelecer acordos entre os países, normalmente aglutinados por região. Em geral, enfrentam fortes dificuldades de operacionalização, devido a fatores como limitação de recursos (institucionais, financeiros e técnico-operacionais), assimetrias produtivas ou interesses políticos entre os Estados membros. Assim, a definição dos modelos a partir dos quais as indústrias do audiovisual se estabelecem e se desenvolvem se dá na arena política sob a tutela do Estado, mesmo sob forte influência dos agentes econômicos.

No Brasil, a Ancine é a principal instância executora da ação do Estado brasileiro destinada ao desenvolvimento da indústria nacional do audiovisual. Foi criada pela Medida Provisória nº 2.2281-1/2001 com atribuições de regulação, fiscalização e fomento. Desde então, tem ampliado seu papel ao ponto de se consolidar como o ente do Estado responsável pela gestão da política de fomento ao audiovisual.

O artigo busca oferecer uma análise sobre as bases constitutivas da Agência e de seu posicionamento atual como entidade gestora da política de fomento ao audiovisual no Brasil, destacando-se aquelas ações que afetam diretamente a produção audiovisual independente.

A Política de Fomento ao Audiovisual no Brasil pós anos 2000

O desenho da Política de Fomento ao Audiovisual em implementação no Brasil remonta à reivindicação da criação de um órgão federal gestor da atividade audiovisual. O contexto era de avanço do neoliberalismo em escala global no final do século XX. Após a implementação deste modelo, as medidas protecionistas ao audiovisual assumem diferentes feições nos países da América Latina: subvenções e auxílios na Argentina; incentivos fiscais no Brasil; prêmios e concursos no Chile; créditos estatais na Bolívia e Peru; auxílio de órgãos para investimento por fundos de fomento internacionais em Cuba (Getino, 2007).

No Brasil, o setor vinha de uma experiência de total desmonte da estrutura pública de apoio à produção audiovisual durante o governo Collor (1990-1992), sobretudo pela extinção da Empresa Brasileira de Filmes (Embrafilme)[21] e posterior implantação de uma política de incentivos fiscais ("a fundo perdido"), baseada na transferência das decisões de investimento público para a iniciativa privada. A Lei Rouanet (Lei N° 8.313/1991) - promulgada ainda no governo Collor- e a Lei do Audiovisual (Lei N° 8.685/1993)- já no governo Itamar Franco (1993-1994), marcam o restabelecimento do apoio estatal às atividades culturais no país (Ikeda, 2013). Juntas, fornecem as bases para o que ficou conhecido como a "retomada do cinema brasileiro".

Os mecanismos não foram suficientes para recuperar o setor da total ausência do Estado no fomento à produção desde o início dos anos 1990. Este período da história e seus reflexos para a conformação do setor de audiovisual tal como o conhecemos hoje está devidamente analisado em uma ampla literatura (Autran, 2010; Gatti, 2007; Ikeda, 2015; Marson, 2009; Matta, 2010; Simis, 1998; 2000; Simis; Marson, 2010). Os autores argumentam como as ações do Estado naquele momento acarretaram o surgimento de um circuito de empresas produtoras orientadas para a criação de obras com potencial comercial e a concentração da produção no eixo Rio-São Paulo.

A criação da produtora Globo Filmes, em 1998, como uma primeira experiência consolidada de aproximação entre cinema e televisão é um marco desse período (Bolaño; Manso, 2009).

[21] Criada em 1969, a Embrafilme concentrou as ações de fomento público à produção nacional no país até ser extinta, em 1990, durante o governo Collor.

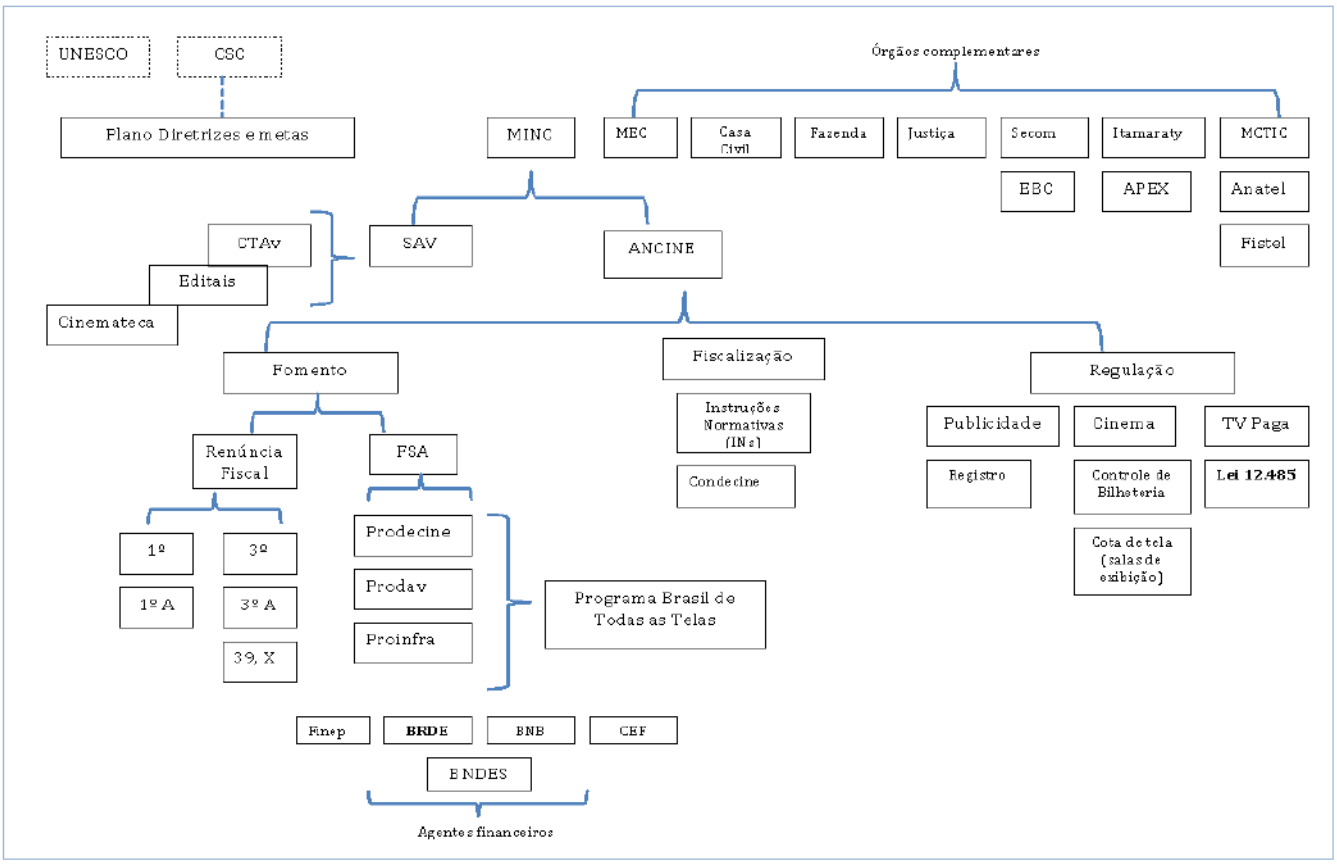
O investimento em produções com amplo poder de monetização, por sua estreita vinculação a uma lógica comercial, origina um nicho de "*blockbusters* brasileiros" que constituem até hoje as maiores bilheterias do cinema nacional.

A urgência da criação de um órgão que garantisse o retorno da presença do Estado na gestão da política para o audiovisual ganhava força nos setores produtivos, culminando no conjunto de proposições do III Congresso Brasileiro de Cinema (CBC), entre 28 de junho e 1 de julho de 2000, em Porto Alegre (RS). O congresso vinha de um hiato de quase cinquenta anos. As edições anteriores haviam sido realizadas em 1952 e 1953. Além de cineastas e críticos de cinema, tradicionais participantes, o III CBC acolheria representantes de emissoras públicas e privadas de televisão, mostrando a força do segmento naquele momento. O atendimento à pressão da categoria cinematográfica e audiovisual viria no ano seguinte com a criação da Ancine, pela Medida Provisória N° 2.228-1/2001.

Em sua configuração atual, a política de fomento ao audiovisual no país se efetiva por meio de uma complexa articulação entre órgãos da Administração Pública Federal direta e indireta (ministérios, secretarias, autarquias); instituições financeiras; programas de financiamento à produção; e legislação de apoio à regulação e fiscalização das atividades de produção, comercialização, exibição e distribuição. Os pesos e poder decisório variam a depender das dimensões tratadas.

A Figura 1 sintetiza os principais atores da Política de Fomento na esfera executora federal. Não estão relacionadas entidades externas à estrutura do Estado que exercem poder de pressão, a exemplo das entidades representativas dos setores de telecomunicações, radiodifusão e da produção independente:

Figura 01- Principais agentes da Política de Fomento ao Audiovisual na esfera federal



Fonte: Elaboração própria

Cabem alguns comentários a partir da Figura 1. A Medida Provisória N° 2.2281-1/2001 é um dos marcos da atual Política de Fomento, pela criação da Ancine, do Conselho Superior de Cinema (CSC) e pelo estabelecimento dos princípios gerais da Política Nacional de Cinema. Caberia ao Conselho a função de órgão formulador da política cinematográfica, enquanto Ancine e a SAv, criada em 1992, seriam órgãos executores. Ancine estaria responsável pelo desenvolvimento industrial do audiovisual e a SAv dedicada a formação e conservação e ao fomento a produções de cunho mais notadamente cultural.

Como resultado das decisões e jogos políticos na estrutura do Estado sob influência de agentes externos (sobretudo grandes empresas de mídia), a centralidade da Ancine na gestão das ações e programas corresponde à progressiva fragilização da SAv dentro do desenho geral da Política atualmente em implementação. A ênfase no desenvolvimento econômico do audiovisual- o que implica uma estreita aproximação com os modelos de negócios e modos de produção das empresas mais expressivas no setor- ajuda a explicar a baixa envergadura da SAv e o posicionamento central da Ancine.

Originalmente, a SAv teve uma papel decisivo no fomento ao audiovisual pela gestão de editais específicos como o Longa Baixo Orçamento (Longa B.O) e o Doc TV, enquanto a Ancine, em seus primeiros anos, operava como um mero gerenciador do fomento indireto via renúncia fiscal. Quanto ao CSC, ainda é oficialmente a instância formuladora da Política cinematográfica e audiovisual. No entanto, tal como a SAv, o Conselho não conseguiu ocupar centralidade no desenho da Política. Contribui fortemente para isso a composição, formada por ministros de nove pastas, além de 6 representantes da indústria do audiovisual e 3 representantes da sociedade civil atuantes no audiovisual, totalizando 18 conselheiros titulares. Com a expressiva representação de ministérios[22] que não atuam diretamente na atividade audiovisual, aos poucos o CSC se tornou mais um órgão deliberador de decisões do Ministério da Cultura e da Ancine (Ikeda, 2015). Um exemplo claro é o Plano de Diretrizes e Metas para o Audiovisual, que orienta as ações da Política de Fomento até 2020 (Ancine, 2013). O documento foi formulado por técnicos da Ancine e apenas aprovado pelo CSC.

Os mecanismos de incentivo fiscal (fomento indireto) que aparecem na Figura 1 se referem à Lei do Audiovisual (1°, 1° A, 3°, 3° A) e à MP 2.228-1 (Art. 39, X). O Artigo 1° prevê o investimento em obras audiovisuais e cinematográficas de produtoras independentes brasileiras com abatimento integral no imposto de renda, de pessoas físicas ou jurídicas[23]. Com isso, acabou se tornando mais vantajoso do que a Lei Rouanet, que carrega finalidades semelhantes. Além disso, o apoio pela Rouanet caracteriza incentivo, enquanto a Lei do Audiovisual se enquadra como investimento, o que significa percentual sobre os direitos de comercialização da obra investida. Logo, o retorno ultrapassa os 100% de dedução fiscal, provocando o desuso da Lei Rouanet para projetos em audiovisual e restringindo-a a projetos em outras áreas culturais.

Tradicionalmente, o Art. 1° tem sido um mecanismo para produção de longas-metragens desenvolvido por produtoras de médio e grande porte. O Artigo 3° beneficia distribuidoras estrangeiras com a dedução de 70% do imposto de renda devido às remessas ao exterior [24]

[22] Têm assento no Conselho representantes dos Ministérios da Casa Civil, Justiça, Relações Exteriores, Fazenda, Cultura, Desenvolvimento, Indústria e Comércio, Comunicações, Educação, Secretaria de Comunicação do Governo e Secretaria da Comunicação Social da Presidência, este ultimo integrado pelo Decreto nº 6.293/2007.

[23] Limite de 3% do Imposto de Renda para pessoas físicas e de 1% para pessoas jurídicas.

[24] Remessa ao exterior é um imposto decorrente da exploração comercial de obras audiovisuais no território brasileiro.

caso elas invistam 3% do valor da remessa em coprodução com produtoras independentes brasileiras. Diferente do 1° A, aqui o investidor se torna coprodutor, o que lhe concede parte dos direitos patrimoniais sobre a obra investida. O objetivo do Art. 3° era aproximar distribuidoras estrangeiras e produtoras nacionais, diante de um cenário de completa ocupação das salas de exibição por obras estrangeiras. Os artigos 1° A e 3° A foram introduzidos pela Lei N° 11.437/2006, ampliando os mecanismos da Lei do Audiovisual. O 1° A foi criado como uma garantia de continuidade do fomento indireto diante de alterações na Lei Rouanet a partir de 2007, que suspenderia o incentivo a projetos de longa-metragem e animação. Funciona exclusivamente como patrocínio, não cabendo doação, ao contrário da Lei Rouanet, com limite de 6% de dedução de IR para pessoa física e de 4% para pessoa jurídica.

Já o 3° A estende os benefícios do Art. 3° a programadoras de TV, brasileiras e estrangeiras, nos mercados de televisão aberta e fechada em operação no país, aplicando-se sobre os percentuais de remessa ao exterior. Por fim o artigo 39-X da MP 2281-1 apresenta as mesmas característica do 3° A, com foco no investimento em produção para TV. Se a programadora estrangeira coproduzir com uma produtora independente brasileira, está isenta de pagar a Condecine Remessa (11% do valor das receitas de exploração de obras audiovisuais no Brasil). Em todos os casos, os projetos precisam ter aprovação da Ancine para captação de recursos via incentivos fiscais.

Os Ministérios que integram a Política de Fomento aparecem por meio de participação no CSC, mas também através de decisões específicas que afetam diretamente a gestão da Política. Destacam-se as seguintes características:

- Ministério da Fazenda: define as normas tributárias que perpassam todas as operações de fomento geridas pela Ancine;
- Ministério da Educação: participa da formatação de ações com a SAv e do Programa Brasil de Todas as Telas, além da concepção de chamadas para as linhas de TV Pública do FSA/Prodav;
- Ministério da Justiça: responsável pela classificação indicativa das obras audiovisuais no Brasil;
- Ministério das Relações Exteriores (Itamaraty): através da Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos (APEX), auxilia a Ancine nas operações legais de coprodução internacional e na comercialização de obras para o circuito internacional;
- Casa Civil: Abriga o Conselho Superior de Cinema;
- Ministério da Ciência, Tecnologia, Inovações e Comunicações (MCTIC): atua diretamente no mercado de radiodifusão e abriga a Agência Nacional de Telecomunicações (Anatel), que regula os mercados de TV Aberta e de distribuição na TV Paga. A Anatel é responsável ainda pela arrecadação do Fundo de Fiscalização das Telecomunicações (Fistel), que compõe receitas do FSA juntamente com a Condecine;
- Secretaria de Comunicação (Secom): Abriga a Empresa Brasil de Comunicação (EBC), que participa diretamente da Política de Fomento ao Audiovisual por meio da gestão das linhas de TV Pública do FSA/Prodav, além de editais e ações em parceria com a SAv;

O Fundo Setorial do Audiovisual (FSA) é uma categoria específica do Fundo Nacional da Cultura (FNC), de 1986 (Lei N° 7.505/86). Foi criado em 2006 (Lei N° 11.437) com função complementar aos mecanismos de fomento indireto. Representa o retorno da decisão de investimento no audiovisual para o Estado. Reune os programas voltados para investimentos em obras para primeira exibição em salas de cinema (Prodecine), obras para TV e novas mídias (Prodav) e investimentos na infraestrutura do audiovisual (Proinfra).

A posição do Programa Brasil de Todas as Telas (PBTT) na Figura 1 deixa clara a sua interseção com o FSA. Na prática, o Programa opera como um filtro de recursos do Fundo, com base no Plano de Diretrizes e Metas para o Audiovisual. O PBTT foi lançado em 2014.
Já a Lei nº 12.485/2011- Lei do Acesso Condicionado (SeAC), ou Lei da TV Paga, foi editada no governo Dilma Rousseff (2011-2016). Sua principal contribuição está em colocar a televisão como um espaço de exibição estratégico para a produção independente nacional, por meio da instituição de cotas de conteúdos nacionais e nacionais independentes, além da criação de tributação para as empresas de telecomunicações que exploram o audiovisual (Condecine Teles) e da instituição de reserva de 30% desses recursos para cotas regionais (Norte, Nordeste e Centro-Oeste do país) e produções para os canais públicos. A fiscalização quanto ao seu cumprimento está à cargo da Ancine.

A conformação da Ancine

Associado à expansão global do neoliberalismo, internamente a criação da Ancine se dá no contexto de uma ampla Reforma do Aparelho do Estado entre 1995 e 2002 no governo Fernando Henrique Cardoso (FHC), baseada no modelo de Estado gerencial. O modelo se pautava nos conceitos de eficiência e de cidadão-cliente, inspirados na administração privada (Brasil,1995). Nunes (1997) afirma que este modelo veio acompanhado por clientelismo e insulamento burocrático, que se encrostaram nas estruturas da Administração Pública brasileira.
O Plano Diretor que orientou a Reforma de FHC e Bresser Pereira[25] deixa claro o projeto de redução da responsabilidade do Estado sobre os setores produtivos ao afirmar que "reformar o Estado significa transferir para o setor privado as atividades que podem ser controladas pelo mercado" (Brasil, 1995, p.12). A saída, segundo eles, seria dar continuidade à política de privatização iniciada no governo Collor, conduzindo o papel do Estado à fiscalização e regulação do mercado. A criação de agências reguladoras (ARs), autarquias com autonomia administrativa e financeira, cumpriria essa função.
Nos estudos sobre a Reforma Gerencial no Brasil, o caso da Ancine é visto como uma peculiaridade (Pó & Abrucio, 2006), uma vez que as atribuições do órgão "parecem caracterizar a atividade de fomento, mais do que regulação. Não se justifica, portanto, o formato de agência reguladora" (Pacheco, 2006, p.503). Diferente da proposta de um Estado interventor nos moldes da antecessora Embrafilme, a Ancine materializava um projeto de Estado fiscalizador, fomentador e regulador da ação de agentes externos à Administração Pública, que concentravam as decisões de investimento.
O mecenato privado (incentivos fiscais) estava estabelecido como a principal prática de investimento na produção audiovisual nacional. Era preciso reduzir as incertezas do investidor, dando-lhes a garantia de que as regras e tarifas não mais sofreriam flutuações a partir de critérios políticos, um legado do intervencionismo do Estado brasileiro desde o governo Vargas.
O projeto da Ancine representou, portanto, uma conformação entre atendimento às pressões do setor audiovisual nacional, já incluindo parcelas do segmento televisivo, e o projeto de Estado gerencial defendido pelo governo naquele momento, de caráter neoliberal. O diretor-presidente do órgão seria o cineasta Gustavo Dahl, que havia presidido o III CBC e integrado o Grupo Executivo da Indústria Cinematográfica (GEDIC), criado a partir

[25] O ministro da Administração Federal e da Reforma do Estado (Mare), Luiz Carlos Bresser Pereira, elaborou o Plano Diretor da Reforma juntamente com sua equipe.

das proposições do Congresso. Dahl vinha de uma trajetória de gestão pública à frente da Superintendência de Comercialização da Embrafilme.

A Agência, implementada em 2002, exerceu originalmente muito mais um papel de gestora dos mecanismos fiscais já existentes do que de um órgão desenvolvedor mais amplo, ao passo que ia aperfeiçoando os mecanismos de fiscalização do mercado e de acompanhamento dos projetos financiados, com o suporte de seu quadro técnico. As instruções normativas (INs) são o dispositivo legal para regulamentar a legislação referente às atividades audiovisuais.

Em 2003, com o início da gestão do presidente Lula, dois posicionamentos marcariam uma possível redefinição de rumos da Ancine e da política para o audiovisual nacional, de modo mais amplo. Primeiro, o novo governo demonstrou insatisfação quanto ao excesso de autonomia das agências reguladoras em relação aos ministérios vinculados. Defendia maior poder aos ministérios como ente formulador de política, exprimindo inclinação a uma revisão da personalidade jurídica das agências. Segundo, e mais diretamente, a plataforma defendida por aquele governo trazia para o centro da arena a cultura enquanto política pública, o que promoveria uma reconfiguração das ações implementadas pelo Ministério da Cultura (MinC) e dos órgãos a ele vinculados, notadamente a SAv.

Sobre as agências, o Poder Executivo propôs alterações por meio de projeto de lei enviado ao Congresso em abril de 2004[26]. Mas ao invés de promover diferenciação entre as ARs em função das particularidades setoriais, o projeto aprofunda o modelo original uniformizado em torno do setor de infraestrutura (Pacheco, 2006).

Quanto à priorização da cultura como política pública, houve avanços significativos. O MinC assumiu papel de destaque na proposição de ações políticas e a SAv foi fortalecida como instância formuladora, passando, na prática, a assumir um lugar originalmente destinado ao Conselho Superior de Cinema. A força da SAv, contudo, não se confirmaria frente ao crescimento do papel da Ancine[27].

No caso da Ancine, a primeira medida foi a sua transferência da estrutura do Ministério de Desenvolvimento, Industria y Comercio Exterior para o MinC. Mas o audacioso projeto do governo Lula de transformação da Agência em Ancinav, que passaria a regular o setor de audiovisual como um todo, incluindo a radiodifusão, não teve força política para ser implementado[28]. Em 2006, com o fim do mandato de Gustavo Dahl, o cineasta e militante de esquerda Manoel Rangel, que já compunha a diretoria colegiada, assume a Presidência da Agência. Rangel foi um dos articuladores do projeto Ancinav e do Fundo Setorial do Audiovisual.

A criação de mecanismos como o FSA (2006) e a Lei da TV Paga (2011) foram essenciais para uma maior robustez da Ancine, ultrapassando a perspectiva de uma agência reguladora. Ao

---

[26] Projeto de lei N° 3.337/04. As principais alterações foram: criação da figura do ouvidor; regras para disciplinar o processo decisório das agências, pelo mecanismo de decisão colegiada e de consulta pública; obrigatoriedade de envio de relatórios ao Congresso e ao Ministério setorial.

[27] O Decreto N° 4.456/2002 define as competências da SAV transferidas para a Ancine: emissão de certificado de produto brasileiro (CPB); de registros de contratos de produção, coprodução, distribuição e licenciamentos; autorização para gravação de estrangeiros nos Brasil; relacionamento com organismos de governo responsáveis por importação e exportação de obras; análise, aprovação e acompanhamento de prestação de contas de projetos; entre outras competências.

[28] Houve forte rejeição dos setores empresariais, da mídia, motivados por receito quanto a decisões que pudessem afetar o faturamento das empresas; e até de órgãos do governo, como a reguladora Agência Nacional de Telecomunicações (Anatel) e o Ministério das Comunicações (Minicom), pelo risco de conflito de competências com a futura Ancinav.

mesmo tempo, é visível que a SAv não conseguiu ocupar o mesmo destaque na estrutura do Estado, tal como intencionado no início do governo Lula. Embora a concepção de política cultural que orienta o plano político do governo Lula e continuado no governo Dilma reconheça na cultura uma conciliação entre valores democráticos e de diversidade *versus* desenvolvimento econômico, as ações implementadas desde então evidenciam o peso das normas estabelecidas pelos mercados de mídia e sua interferência nos parâmetros das ações e programas no âmbito da Política de Fomento ao Audiovisual. Esse delineamento pode ser identificado nos relatórios e estudos de análise de mercado elaborados pela Ancine, reunidos no Observatório do Cinema e do Audiovisual (OCA)[29]. De modo mais amplo, essa inclinação aparece no *Plano de Diretrizes de Metas para o Audiovisual* (Ancine, 2013), que serve como um norteador da atuação da Agência até 2020. A Diretriz Geral é:

> estabelecer as bases para o desenvolvimento da atividade audiovisual, baseada na produção e circulação de conteúdos brasileiros, como economia sustentável, competitiva, inovadora e acessível à população e como ambiente de liberdade de criação e diversidade cultural. (Ancine, 2013, p.81)

Ao longo do texto, as doze diretrizes enfatizam áreas como: (1) a ampliação da oferta no cinema nacional e facilitação de acesso às obras; (2) ampliação da participação de produção nacional na TV Paga e no *Video on Demand* (VoD); (3) investimento em distribuição; (4) fortalecimento da produção independente; (5) capacitação dos agentes de audiovisual para qualificação dos produtos, serviços e métodos; (6) aprofundamento do ambiente regulatório; (7) aprimoramento dos mecanismos de financiamento; (8) estímulo à competitividade da produção audiovisual nacional; (9) promoção da cultura; (10) estímulo à inovação; (11) regionalização; (12) maior inserção do audiovisual na formação educacional no país.

Curioso notar que, embora o Plano argumente a necessidade de equilíbrio entre as dimensões econômica e de diversidade cultural do audiovisual, a Diretriz Geral não menciona a SAv, denunciando a falta de articulação política entre os dois órgãos. Ao se referir à cultura e à regionalização da produção, a Diretriz enfatiza sempre o papel das TVs Públicas, enquanto se refere ao MinC quando trata da formulação de políticas culturais. Em 2017, após três gestões de Manoel Rangel, o escolhido já no governo Temer para ocupar a direção da Ancine até 2021 foi Christian de Castro[30], um especialista em assuntos financeiros do audiovisual, indicando uma expectativa de aprofundamento do direcionamento econômico às ações da Ancine.

O nome defendido por parcelas significativas da classe produtora era Débora Ivanov, nomeada como diretora colegiada em 2015 por Dilma Rousseff e que chegou a ocupar interinamente a presidência do órgão logo após o fim do mandato de Manoel Rangel. A produtora vinha discutindo publicamente temas como a reduzida presença feminina na atividade do audiovisual brasileiro e a necessidade de ampliação para ações de desconcentração da produção.

[29] Criado em dezembro de 2008 para publicizar os estudos do setor de audiovisual desenvolvidos pelo órgão. https://oca.ancine.gov.br/

[30] Seu primeiro contato institucional com a Ancine foi em 2008, quando foi convidado a assumir o cargo de assessor da diretoria especializado em assuntos financeiros e comerciais.

As disputas políticas em torno da presidência da Agência foram amplamente divulgadas na imprensa no segundo semestre de 2017[31]. Em edição de 12 de dezembro de 2017, o site *Época*, do grupo Globo, publicou uma matéria intitulada "Paciência de Temer com a presidente da Ancine está perto do fim", destacando que a presidente interina "ignora solenemente orientações do governo voltadas ao setor"[32]. Com a posse de Christian de Castro, em janeiro de 2018, Débora Ivanov permanece na direção colegiada do órgão, com mandato até 2019.

A ação da Ancine no fomento à produção audiovisual independente

Dada a complexidade de sua estrutura, as atribuições de regulação, fiscalização e fomento exercidas pela Ancine incluem uma série de ações impossíveis de serem tratadas neste artigo. A seguir são destacadas algumas atribuições centrais da Agência diretamente relacionadas ao fomento à produção audiovisual independente:

Execução do FSA

O Fundo Setorial conjuga um conjunto de linhas de financiamento inauguradas em 2008 para toda a cadeia produtiva do audiovisual (produção, comercialização, distribuição, exibição e infraestrutura de serviços). O Fundo reverte a lógica dos mecanismos de fomento ao audiovisual adotados após a extinção da Embrafilme. Primeiro por recuperar a função do Estado de agente direto de fomento, responsável pela decisão dos investimentos e sua operacionalização. Segundo por se efetivar como investimento retornável e não por meio de renúncia fiscal. O investimento já era uma modalidade de apoio prevista na Lei do Audiovisual, mas concedendo ao investidor apenas os direitos sobre as receitas de comercialização. No FSA, o retorno ao investimento do Estado também só se aplica sobre os resultados comerciais dos projetos, mas empresas parceiras da produtora proponente assumem o *status* de coprodutor, e neste caso há um compartilhamento dos direitos patrimoniais. Direitos patrimoniais são uma "categoria de direitos de autor com repercussão econômica, suscetíveis de exploração, nos termos, limites e exceções previstos na legislação" (Ancine, IN N° 104, Art. 1°, X).

Na prática, contudo, o forte poder dos agentes atuantes no circuito exibidor e distribuidor representa um risco à autonomia das produtoras em exercer esse direito. Estudos vinculados à Economia Política da Comunicação têm demonstrando como grandes grupos de mídia empregam estratégias para direcionar o desenvolvimento de produtos que atendam as suas demandas (Bagdikian, 2004; Bolaño, 1988; Hardy, 2014; Meehan; Torre, 2011; Mosco, 1996; Wasko, 2008).

O Fundo Setorial é gerido por um Comitê Gestor (CGFSA) com nove membros designados pelo MinC, sendo: 2 representantes do MinC, 1 da Casa Civil, 1 do Ministério da Educação, 1 da Ancine, 1 dos agentes financeiros credenciados e 3 membros da indústria do audiovisual. Esses três últimos são indicados pelo CSC, com mandato de dois anos.

[31] As disputas em torno das instâncias políticas para a cultura têm sido um marca do governo Temer. Desde que tomou posse como presidente em 2016, o Ministério da Cultura foi extinto, reativado, e já teve quarto ministros. No momento em que se escreve este texto o ministro é Sérgio Sá Leitão, um nome também não bem visto para categoria de produção independente em geral.

[32] Disponível em: http://epoca.globo.com/politica/expresso/noticia/2017/12/paciencia-de-temer-com-presidente-da-ancine-esta-perto-do-fim.html

A Ancine exerce ainda a atribuição de Secretaria Executiva, o que significa executar o orçamento e propor normas e critérios para aplicação dos recursos. Assume, portanto, posição de destaque nos processos decisórios do FSA. Mais uma vez, a SAv não compõe essa instância da Política de Fomento, embora participe da operacionalização das linhas Prodav de TV Pública. A maior parte dos recursos que alimentam o Fundo Setorial é proveniente do recolhimento da Condecine e do Fistel. O impacto da Lei da TV Paga, movimentando o mercado de audiovisual, e instituindo a *Condecine Teles* ajuda a explicar o aumento progressivo no orçamento anual do Fundo a partir de 2012:

Tabela 1-Orçamento global anual FSA

Ano	Dotação em R$	
	Inicial	Final
2007	37.963.007	**37.963.007**
2008	56.160.628	**56.160.628**
2009	97.825.804	**97.825.804**
2010	63.437.792	**63.437.792**
2011	126.305.011	**216.305.011**
2012	112.360.348	**562.360.348**
2013	870.497.525	**870.497.525**
2014	1.035.868.300	**1.035.868.300**
2015	992.757.366	**992.757.366**

Fonte: www.fsa.ancine.gov.br

A distribuição de recursos nas linhas do FSA geridas pela Ancine considera questões importantes na pauta do audiovisual, sobretudo a desconcentração da produção no eixo Rio-São Paulo. Se efetiva por meio de linhas regionais; cotas regionais nas linhas nacionais; e suplementação de linhas estaduais e municipais de fomento. Embora os resultados dos investimentos (disponíveis para consulta no portal da Ancine) continuem demonstrando concentração no eixo, as ações de regionalização merecem visibilidade como parte de um projeto político com resultados expressivos esperados a médio prazo.

Do mesmo modo, a pauta sobre gênero e raça começa a ser incorporada de modo sistematizado pela Ancine a partir de 2017, com a criação de uma Comissão de Gênero, Raça e Diversidade, composta por servidores e servidoras do órgão. A Comissão se destina a pensar a inclusão, diversidade e igualdade nas ações e projetos geridos pela Agência e na distribuição de recursos do FSA. Um dos resultados imediatos é o estabelecimento gradativo de cotas de gênero e raça, englobando mulheres, negros e indígenas na seleção de projetos geridos pela Ancine.

Fiscalização do mercado de TV por Assinatura (Lei N° 12.485/2011)

A Lei da TV Paga concede à Ancine competência para regular a programação de conteúdos no mercado de TV por Assinatura. Isso inclui o registro dos canais e fiscalização quanto ao cumprimento da cota de conteúdos nacionais e nacionais independentes, aplicadas sobre os canais de espaço qualificado (CEQ) (cotas de programação) e sobre os pacotes de assinatura (cotas de distribuição).

A IN N° 100/2012 da Ancine estabelece classificações para os CEQ brasileiros (Cabeq), a fim de organizar a operacionalização e a fiscalização de cumprimento das cotas. Os CEQ

nacionais se dividem em 4 categorias: Cabeq, Cabeq programado por programadora Independente (Cabeqi), Cabeq Super Brasileiro (SB) e Cabeq Super Brasileiro programado por programadora independente (SBsR)[33].

A cota de tela cria reserva de mercado para os conteúdos nacionais e abre espaço para as produtoras independentes, por meio do licenciamento de obras já lançadas em outras janelas- geralmente festivais e circuito cinematográfico- e do desenvolvimento de projetos em coprodução com os canais. Uma consequência imediata da regulamentação dos dispositivos da Lei da TV Paga, em 2012, especialmente a cota de tela, foi o aumento no número de produtoras independentes criadas, repercutindo no aumento do número de registros na Ancine. A participação em chamadas públicas do FSA e acordos de pré-licenciamento com os canais estão condicionados a essa operação. Segundo dados da Ancine, entre 2012 e 2017 foram 4.353 empresas produtoras registradas.

Se no início dos anos 1990 houve no país uma intensa movimentação de produtoras adentrando no mercado de produção de conteúdos como expectativa da Lei do Audiovisual, há uma diferença central entre os dois marcos. Naquele primeiro movimento, as produtoras que se somavam aos grupos de cineastas se concentravam no eixo Rio-São Paulo, vinham de uma tradição da publicidade e do vídeo e somente aquelas com maior capital de giro (adquirido, em muito, devido à trajetória pregressa na publicidade) e com redes constituídas com as principais emissoras e distribuidoras, sobretudo a Globo Filmes, conseguiram se consolidar no mercado.

Neste segundo momento, o que se observa é um crescimento gradativo ainda concentrado no eixo, mas com a integração de todas as unidades federativas nacionais. Profissionais que até então não tinham os recursos de toda espécie passam, enfim, a vislumbrar um cenário possível para produção e comercialização de suas obras, embora enfrentando um cenário cada vez mais competitivo no acesso aos recursos.

Recolhimento da Condecine

Outra atribuição importante da Ancine é o recolhimento da Contribuição para o Desenvolvimento da Indústria Cinematográfica Nacional (Condecine), principal fonte de recursos do FSA. Consiste em uma taxa que incide sobre as transações comerciais (veiculação, produção, licenciamento e distribuição) envolvendo obras audiovisuais brasileiras nos diferentes mercados (salas de cinema, vídeo doméstico, TV Paga, TV Aberta, VoD e outros)[34]. Divide-se em *Condecine Título* (exploração comercial de obras por empresas em todos os mercados de audiovisual), *Condecine Remessa* (alíquota de remessas ao exterior de exploração de obras, aquisição ou importação, para canais estrangeiros de TV Paga) e *Condecine Teles* (distribuição de conteúdos por empresas de telecomunicações). A *Condecine Teles* foi instituída pela Lei da TV Paga, sendo atribuída a todos os agentes do setor de telecomunicações que distribuem conteúdos audiovisuais.

Com o aumento expressivo da distribuição de conteúdos através de *smartphones* e outros dispositivos móveis, a participação dessas empresas corresponde a cerca de 90% do total de recursos recolhidos pela Condecine. Por trás da abertura às empresas de telefonia móvel,

[33] Cabeq e Cabeqi devem exibir conteúdo nacional em todo o seu horário nobre, ou seja, 6h de programação diária, sendo 50% de conteúdo independente. Cabeq SB e SBsR devem exibir 12 horas diárias de conteúdo nacional independente, com o mínimo de 3 horas diárias na faixa do horário nobre.

[34] Instituída pela MP N° 2.228-1/2001, a mesma que cria a Ancine.

estava o fim dos limites à participação do capital estrangeiro no mercado de TV Paga nacional, confirmado na formatação do novo marco.

Uma das grandes prioridades da Agência, mais efetivamente desde 2017, tem sido a criação de marco regulatório para o mercado de VoD, visto como setor estratégico para difusão da produção independente nacional juntamente com o mercado de TV Paga. Em fevereiro de 2018, o MinC apresentou no CSC uma proposta de diretrizes elaborada por técnicos da Ancine para criação da *Condecine catálogo de títulos*, destinada ao recolhimento da taxa por exploração comercial de conteúdos brasileiros pelo segmento[35]. O texto fala em possibilitar a "visibilidade competitiva e proeminência do conteúdo brasileiro nas plataformas que oferecem os serviços de VoD" (MinC, 2018, p. 2), enfatizando o teor econômico da proposta.

O projeto do MinC é cobrar por catálogo e não por faturamento, o que causa insatisfação a setores da produção independente. Além disso, a proposta não contempla a implementação de cotas no setor, uma reivindicação do segmento e que altera recomendação anterior da Ancine, de reserva de 20% para conteúdos independentes sobre o total de horas disponíveis nos catálogos das empresas de VoD[36].

A recondução do debate em torno de um marco regulatório para o VoD restrita ao aspecto tributário mostra mais uma vez o poder de pressão dos grandes grupos econômicos do setor de mídia em influenciar as decisões políticas no campo do audiovisual. O serviço de VoD foi introduzido no Brasil em 2011, com o lançamento do NOW, plataforma da empacotadora NET. No mesmo ano, a Netflix, um dos principais grupos atuando em escala global, começou a operar no país.

Registro de obras

Segundo as INs 100 e 104 de 2012, todas as obras audiovisuais brasileiras não publicitárias destinadas aos mercados de audiovisual (cinema, televisão, VoD) precisam solicitar à Ancine o Certificado de Produto Brasileiro (CPB). O CPB é uma espécie de identidade das obras, atribuindo-lhe classificação para fins de comercialização junto ao circuito exibidor. Somente de obras independentes de espaço qualificado, sem considerar as demais produções, em 2012 o número de CPBs emitidos foi 532. Com aumento progressivo anual, em 2016 foram 2.246 certificados. Entre 2012 e 2016, a Ancine emitiu um total de 8.290 CPBs de obras independentes[37].

Além do CPB, obras destinadas aos mercados de TV aberta e fechada precisam adquirir o Certificado de Registro de Título (CRT). Em 2011 foram expedidos 482 CRTs. A partir de 2013, já com a Lei da TV Paga consolidada, a média anual tem sido de mais de dois mil registros por ano. Em 2016, foram 2.410. O total do período 2011-2016 é de 11.926 CRTs emitidos pela Ancine[38].

A Superintendência de Análise de Mercado (SAM) da Ancine tem publicado anualmente estudos que mostram o desempenho comercial dos mercados de audiovisual e a penetração da produção independente nacional. O estudo mais recente sobre TV Paga, com dados referentes a 2016, aponta que, pela primeira vez desde a implementação da Lei, a

[35] Disponível em: https://drive.google.com/file/d/0ByBTIjz2Au8FeElOd2lIN2g1b3NtdVlya2EtNHhGcTRHTFVZ/view

[36] Disponível em: https://www.ancine.gov.br/conselho-superior-do-cinema/csc-atas

[37] Dados disponíveis em: https://oca.ancine.gov.br/mercado-audiovisual-brasileiro

[38] Dados disponíveis em: https://oca.ancine.gov.br/

quantidade de horas de conteúdos nacionais na TV Paga superou a cota mínima exigida aos canais brasileiros de espaço qualificado (Ancine, 2018). Naquele ano, o percentual de conteúdos nacionais nos Cabeq chegou a 56,2% da programação média, sendo 39,5% de conteúdo independente. Uma ressalva a ser feita é que as reprises são contabilizadas para fins de cumprimento da cota de tela. Além disso, os canais SB são obrigados a exibir 12 horas diárias de conteúdo independente, o que interfere na média total quando somados aos demais Cabeq.

Logo, os números divulgados pela Ancine precisam ser relativizados, por não darem a exata dimensão sobre a participação de produtos nacionais na programação dos canais, sobretudo em relação ao conteúdo estrangeiro. Em fevereiro de 2018 o número de canais credenciados para operar na TV Paga nacional era de 163: 67 CEQ, 18 Cabeq (as quatro categorias), 05 canais jornalísticos brasileiros e 73 canais de programação comum.[39]

Conclusões

As bases da corrente política de fomento ao audiovisual no Brasil estão no estabelecimento da Ancine, em 2001. Mesmo atendendo a reivindicação da classe produtora, sua criação representou um projeto de suporte ao audiovisual orientado por uma lógica econômica. Certamente, a migração da Agência do Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior para o MinC, em 2003, foi um marco importante. O audiovisual passa a ser abrigado no guarda-chuva da cultura, em um cenário político em que esta é acolhida como área estratégica como projeto político, posicionando-se institucionalmente entre a comunicação e a cultura.

Mas a vinculação da Agência ao MinC não representou o enfraquecimento das forças econômicas sobre o desenho da política para o audiovisual no país. O que aconteceu foi uma conformação possível dentro de um contexto neoliberal global, mesmo em um momento de governo progressista no país. O fortalecimento da Ancine e desprestígio da SAv na condução da Política refletem esse quadro. De fato, nos moldes em que a Ancine vem atuando, fica evidente a concentração de ações destinadas ao desenvolvimento da produção independente nacional e o estímulo à sua inserção no circuito produtivo, o que passa pela profissionalização do segmento. Essas ações se materializam por meio da gestão de linhas de fomento à produção através do FSA e mecanismos de isenção fiscal, a fiscalização quanto ao cumprimento da cota de tela da TV Paga, o recolhimento da Condecine e sua aplicação no FSA, para citar aspectos relevantes explorados neste texto.

O acolhimento ao debate da desconcentração/regionalização e das questões de raça e gênero reforçam o aprofundamento de uma pauta democratizante, o que coloca a Agência em um patamar seguramente mais completo em relação aos seus primeiros anos de mera gestora de mecanismos fiscais.

Por outro lado, as regras estabelecidas pela Ancine são formuladas em função do objetivo de desenvolvimento de uma indústria auto sustentável, pela integração da produção independente aos mercados de audiovisual. Nesse sentido, contemplam a lógica destes mercados, o que cria um ambiente de permanente disputa entre as agendas. E se, diferente da SAv, a Ancine continua como um agente forte na estrutura do Estado, em muito isso se deve ao fato de os grupos econômicos atuantes no setor de audiovisual no país não só não

[39] Publicado em 05/02/2018. Não estão computados os canais similares em tecnologia HD. Disponível em: https://www.ancine.gov.br/sites/default/files/classificacao-canais-programacao/lista-classificacao-canais-05022018.pdf

terem seu lugar ameaçado, como são diretamente beneficiados pelas ações do órgão, sobretudo através do investimento em produções com potencial inovador capazes de alimentar os circuitos do audiovisual.

Referências

Ancine (2013). *Plano de Diretrizes e metas para o audiovisual: o Brasil de todos os olhares para todas as telas*. 1ª ed. Rio de Janeiro: Ancine.

Autran, A. (2010). *O pensamento industrial cinematográfico brasileiro: ontem e hoje*. In Meleiro, A. (Org.). *Cinema e mercado.* São Paulo: Escrituras, p.15-34.

Bagdikian, B. (2004). *The new media monopoly*. Boston, MA: Beacon Press.

Bolaño, C.; Manso, A. C. (2009). *Para uma economia política do audiovisual brasileiro. Cinema, televisão e o novo modelo de regulação da produção cultural*. In Meleiro, A. (org.). *Cinema e Economia Política*. São Paulo: Escrituras Editora, p.87-100.

Bolaño, C. (1988). *Mercado brasileira de televisão*. Aracajú: Ed. UFS.

Brasil (1995). Ministério da Administração Federal e Reforma do Estado. *Plano diretor da reforma do aparelho do Estado*. Brasília: Presidência da República.

Gatti, A. (2007). *O mercado cinematográfico brasileiro: uma situação global?* In Meleiro, A. (org.). *Cinema no mundo:* indústria, política e mercado: América Latina. São Paulo: Escrituras Editora, p. 99-144.

Hardy, J. (2014). *Critical Political Economy of the media: an introduction*. Routledge: New York, NY.

Ikeda, M. (2013). *Leis de incentivo para o audiovisual*: *como captar recursos para o projeto de uma obra de cinema e vídeo*. Rio de Janeiro: WSET Multimídia.

Ikeda, M. (2015). *Cinema brasileiro a partir da retomada.* São Paulo: Summus.

Marson, M. (2009). *Cinema e Políticas de Estado: da Embrafilme à Ancine*. São Paulo: Escrituras Editora.

Matta, J. P. (2007). *Políticas públicas federais de apoio à indústria cinematográfica brasileira: um histórico de ineficácia na distribuição*. In Meleiro, A. (org.). *Cinema e Mercado*. São Paulo: Escrituras Editora, p. 37-51.

Meehan, E.; Torre, P. (2011). *Markets in theory and markets in television*. In: Wasko, J.; Murdock, G.; Sousa, H. *Handbook of Political Economy of Communications.* Blackwell Publishing Ltd.: West Sussex, UK, p. 62-82.

Mosco, V. (2009). *The political economy of communication*. London, SAGE Publications, 2.ed.

Nunes, E. (1997). *A gramática política do Brasil.* 2. Ed. Rio de Janeiro: Jorge Zahar.

Pacheco, R. (2006). *Regulação no Brasil: desenho das agências e formas de controle*. RAP-Revista de Administração de Empresas. Rio de Janeiro 40(4), jul/ago., p. 523-543.

Pó, M.; Abrúcio, F. (2006). *Desenho e funcionamento dos mecanismos de controle e accountability das agências reguladoras brasileiras: semelhanças e diferenças*. RAP-Revista de Administração de Empresa. Rio de Janeiro 40(4), jul./ago., p. 679-698.

Simis, A. (2000). *Produção independente e televisão.* Revista Eptic online. v.2, n.1,p. 48-59, jan-jun.

Simis, A.; Marson, M. (2010). *Do cinema para o audiovisual: o que mudou?*. In: *Percepções:* cinco questões sobre políticas culturais. São Paulo: Rumos Itaú Cultural, p. 21-34.

Wasko, J. (2008). *Financing and production: creating the Hollywood film commodity*. In: McDonald, P.; Wasko, J. (orgs). *The contemporary Hollywood film industry.* Blackwell Publishing: Malden, MA, USA; Oxford, UK; Victoria, Australia, p. 43-62.

Políticas públicas de Comunicação e Cultura: novos diálogos ou antigos silêncios? Um estudo comparativo entre o Conselho Nacional de Política Cultural e o Conselho de Comunicação Social (2003 – 2014)

Public Policies of Communication and Culture: new dialogues or old silences? A comparative study between the National Council of Cultural Policy and the Council of Social Communication (2003 - 2014)

Deborah Rebello Lima[40]

Resumo: Objetiva-se observar, analisar e ponderar a complexidade do estado brasileiro "em ação" nos campos da Comunicação e da Cultura, marcadamente, entre os anos de 2003 e 2014, questionando a fronteira entre os campos. Utilizam-se como objetos os espaços de participação da sociedade civil na formulação de políticas em cada uma das áreas: o Conselho Nacional de Política Cultural e o Conselho de Comunicação Social. Por meio da análise documental destes conselhos almeja-se recompor a teia discursiva e avaliar os atritos entre as áreas.

Palavras-chave: Políticas de comunicação e cultura; Economia Política da Comunicação e da Cultura; Relação entre estado e sociedade.

Introdução

Em um desenho macro, sinaliza-se que o objetivo fundamental da análise está na investigação dos tensionamentos e/ou das aproximações entre as políticas públicas de cultura e comunicação, realizadas no Brasil entre os anos de 2003-2014, questionando a fronteira entre os campos. Como objetos de estudo, propõe-se a comparação entre os Conselhos de Comunicação Social (CCS) e o Conselho de Nacional de Política Cultural (CNPC) (e seus respectivos órgãos executores de políticas públicas) para interrogar as formas de relacionamento entre Estado e distintos grupos sociais; observando negociações, agenciamentos, resistências. Parte-se da hipótese central de que o CNPC e o Ministério da Cultura conseguiram avançar mais fortemente no desenvolvimento de ações que tenham como base a perspectiva do direito à comunicação, por entendê-lo como parte dos direitos culturais.

Para acompanhar este relacionamento entre estado e grupos sociais operados nos conselhos estudados, utilizam-se alguns referentes teórico-metodológicos. Primeiramente, a noção de polifonia de Bakhtin (1986; 2008) para investigar a pluralidade de vozes existente e as dinâmicas sociais dos conflitos. Em segundo lugar, apoia-se na visão da Economia Política da Comunicação, em especial, nas definições de Vincent Mosco (1996) para compreender a influência econômico-política nos direcionamentos escolhidos e os agenciamentos corporativos e sociais.

O propósito é conseguir apreender o confronto de relatos por meio da (re)composição da teia discursiva construída naquele contexto nos dois conselhos. Almeja-se perceber o processo, os embates, as negociações (intra e inter) campos.

[40] Doutoranda em Comunicação e Cultura pela Universidade Federal do Rio de Janeiro. Contato: deborahrebello@gmail.com

Afinal, considera-se que é uma marca do desenho contemporâneo uma nova centralidade para a cultura, cada vez mais apreendida como um lócus interessante de percepção de disputas sociais e políticas. O contexto midiatizado e interconectado potencializa a noção de transversalidade da cultura e da comunicação e coloca em discussão novas formas de produção cultural e criativa. Ilustra inclusive outros acentos cada vez mais crescentes no sistema capitalista e, consequentemente, na economia política do contexto, a percepção de cultura como um recurso (Yúdice, 2006).

Este artigo se coloca a apresentar a estrutura geral da pesquisa e trazer alguns pontos de maior aprofundamento já realizados. Não é o foco aqui expor resultados e ponderações mais finalizadas, pois a temporalidade em que a tese se encontra não permite tal exercício. Com esse propósito, o texto percorrerá cinco etapas essenciais: 1) ilustram-se algumas características sobre os objetos de estudo com o propósito de fornecer mais contexto sobre a pesquisa; 2) almeja apresentar a correlação entre os campos de comunicação e cultura e traçar um breve histórico do caso brasileiro tratado aqui com o intuito de apresentar o tema geral; 3) debruça-se sobre algumas das visões teóricas ou conceitos-chave que são mais caros a este trabalho; 4) toca com um pouco mais de profundidade no desafio metodológico proposto e o que tem sido levado em conta até o momento; 5) apresentam-se algumas breves notas conclusivas construídas ate esta fase.

Breves apresentações sobre os objetos de pesquisa

- O Conselho de Comunicação Social (CCS):

O CCS foi criado em 1988, sob a égide da participação social e da Constituição Cidadã. O CCS, originalmente, foi pensado como um aparato de regulação autônoma em relação ao Ministério das Comunicações. O Conselho era visto como um elemento para a criação de um novo modelo institucional mais “republicano” para o campo da comunicação. No entanto, diante da conturbada discussão da temática na constituinte, acabou tornando-se “órgão auxiliar do Congresso Nacional”, como remonta Murilo Cesar Ramos (2005).

A efetiva regulamentação do Conselho ocorreu três anos depois, com a promulgação da Lei 8.389, de 30 de dezembro de 1991. Atribuindo competências “tímidas” ao órgão que fora pensado como efetivo espaço de manifestação da sociedade civil na garantia da comunicação como um direito. Na prática, a capacidade deliberativa e decisória do Conselho foi severamente comprometida, renegando-o ao “auxílio” ao Congresso sobre temáticas relativas à Comunicação.

Contudo, nem mesmo sua tardia regulamentação e definição de atividades foi garantia de uma efetiva estrutura de trabalho. O Conselho manteve-se como “espaço vazio” até o ano de 2002, quando ocorreu sua efetiva instalação, na posse dos treze membros titulares do Conselho, para um mandato de dois anos.

- O Conselho Nacional de Política Cultural (CNPC):

O CNPC foi criado efetivamente pela Lei 8.028 de 1990, durante a gestão do presidente Fernando Collor de Mello, em um período de desvalorização de ações no campo da cultura, no qual ocorreu a extinção do próprio ministério da área, que fora rebaixado a categoria de Secretaria. O CNPC nasceu dentro na estrutura da Secretaria de Cultura criada em um contexto de diminuição do aparato governamental e da importância política do campo da

cultura dentro da agenda governamental. Um retrocesso institucional para a área que já sofria com o histórico de descontinuidades, poucos recursos e falta de um projeto político específico e bem delineado. Ainda que a regulamentação do Conselho tenha sido publicada em 1993, assistiu-se a um contínuo esvaziamento de seus espaços de discussão e diminuição de sua importância até a completa paralização das atividades do colegiado, ainda na década de 90.

A mudança de gestão com as eleições em 2002/2003 forneceu um novo fôlego ao campo das políticas públicas de cultura. Em 2005, o governo brasileiro reativou o Conselho Nacional de Política Cultural, elevando-o a instrumento consultivo e diretivo de formulação de políticas e programas juntamente com o Ministro da Cultura. O CNPC, pelo menos em teoria, tornou-se o epicentro de uma nova abordagem política.

Foi apresentado pelos gestores governamentais como o real espaço de diálogo entre sociedade civil e governo, com o propósito de definir caminhos e metas para a política cultural nacional, sempre com a perspectiva de atuação compartilhada. O grande debate gira em torno da reflexão se os "novos" discursos propositivos do MinC ganham materialidade no cotidiano da gestão política e na atuação do CNPC.

Cultura e Comunicação: campos tão próximos e com tantas diferenças

A relação entre políticas de comunicação e cultura não é nova, outros autores já se debruçaram sobre a possibilidade de tangenciamentos entre as áreas. Há que se mencionar o especial aporte de Jesús Martín-Barbero (1987) para se pensar a perspectiva da comunicação fora das amarras dos meios, enxergando as mediações e os agenciamentos culturais envolvidos.

Ainda que particularidades e especificidades regionais possam ser levantadas, as trocas realizadas durante a escola de verão salientaram a aproximação de cenários e a identificação de características comuns entre os esforços de construção de políticas de comunicação e cultura em diversos países da América Latina. No ambiente comunicacional, historicamente, o desenvolvimento de ações governamentais esteve focado, essencialmente, na criação de infraestrutura para o desenvolvimento de meios. O papel do Estado esteve concentrado no fornecimento de alicerces e no estabelecimento de atuações conjuntas com grupos privados que possibilitassem a organização da exploração. A visão de comunicação como um elemento infraestrutural e necessário para o desenvolvimento do país foi a tônica mais evidente, afastando-se da dimensão simbólica.

No caso da cultura, as primeiras experiências governamentais foram definidas pela criação de instituições com o intuito de garantir a "guarda e/ou produção de elementos" que seriam mecanismos de profusão do edifício da "identidade nacional" dos países, tais como: museus, bibliotecas, empresas de produção audiovisual, companhias teatrais. A ação em cultura naquele contexto, por volta dos anos de 1930, era concebida por seu viés educativo ou mesmo como tempo de lazer. Existia uma evidente percepção de que era papel do estado e de uma "certa intelectualidade" culturalizar as massas e lançar luzes para povos essencialmente iletrados.

Zallo (2011) defende que, historicamente, as políticas dos dois campos possuem três enfoques fundamentais: o primeiro deles é o protagonismo estatal como agente que regula, ordena e "garante"(grifo meu) a vontade da maioria dos cidadãos, fundamentando um modelo de alta intervenção em prol da valorização de identidades nacionais; o segundo momento dá conta do fortalecimento do poderio mercadológico, em outro instante em que

comunicação e cultura foram rapidamente capturadas como valorosas fontes de geração de divisas, tornando-se espécies de *comodities* a serem exploradas. O terceiro elo a ser ponderado se vincula a participação da sociedade civil, especialmente, em contextos mais recentes, para questionar os sistemas de produção e o desenvolvimento de novas formas de representação. Estas distintas "camadas" propostas por Zallo contribuem para o anseio desta pesquisa em compreender melhor: a influência e a presença estatal, os interesses mercadológicos difusos e as disputas da sociedade civil por protagonismo.

Neste cenário mais recente, marcadamente com a experiência desenvolvida no Brasil após os anos 2000, considera-se que a interlocução entre os dois campos foi afetada também pelo paradigma da diversidade cultural[41]. A perspectiva de diversidade não apenas se fundamenta em uma dimensão ampliada de cultura e na garantia da produção de distintas práticas simbólicas, como também aposta na pluralidade de vozes como enfoque essencial para o fortalecimento das democracias, ou seja, novamente aproxima fazeres que historicamente foram alocados em distintas "caixas" pelos governos latino-americanos, especialmente o brasileiro.

No país é interessante ponderar como o agendamento sobre a noção de diversidade cultural pode ter potencializado o investimento em políticas culturais como uma espécie de "estratégia política" para o enfrentamento de temas que gravitavam a pauta dos movimentos pela democratização da comunicação[42]. Acredita-se que a cultura foi percebida como veículo fortalecedor de democracias contribuindo para o incentivo a cenários polifônicos, a circulação de múltiplas vozes (entendendo o direito a comunicação também pela perspectiva da produção de conteúdos).

Os governos centrais existentes no período tratado tiveram também como ênfase programática a implantação e/ou fortalecimento de canais de aproximação da sociedade civil, tal como os conselhos e as conferências. Diversas foram as áreas em que o incentivo à participação social foi potencializado. No caso da cultura, a gestão da pasta apontou o esforço de consolidação das políticas públicas de cultura em esfera nacional e pela criação (ou recriação) destes, tal como o CNPC. Na Comunicação, o ministério da área não mobilizou tantos esforços para a participação da sociedade e o CCS continuou tendo tímido espaço nas discussões da área.

O discurso governamental construiu a ideia de que o papel do MinC deveria ser uma espécie de facilitador de processos, onde a sociedade civil seria a verdadeira protagonista. Da mesma forma, a tônica essencial era garantir uma institucionalidade ao campo por meio do fortalecimento destes espaços de participação da sociedade civil. Nas palavras do ex-ministro Gilberto Gil (2005), na cerimônia de instalação do Conselho Nacional de Política Cultural em 2005:

> "A instalação, neste momento, do Conselho Nacional de Políticas Culturais, ocorre em meio a um marco político de afirmação de políticas públicas sociais, de uma orientação republicana em curso neste governo, de uma política cultural hoje voltada a todos os

[41] O histórico do conceito passa por distintas rotas e compreensões e tem como uma das marcas principais a aprovação da Convenção sobre a Proteção e Promoção da Diversidade das Expressões Culturais, em 2005, no foro da UNESCO – Organização das Nações Unidas para Educação, Ciência e Cultura. O documento é fruto de anos de discussões e proposições, intensificadas a partir dos anos 90. Um interessante histórico sobre o tema na Unesco foi reunido na linha do tempo dos documentos internacionais sobre a questão da diversidade cultural. O documento está disponível no site de Observatório da Diversidade Cultural, no link: http://observatoriodadiversidade.org.br/site/z-suspensos/timeline/

[42] Esta tem sido uma hipótese secundária que vem surgindo ao longo da pesquisa.

> brasileiros; no marco de uma política de desenvolvimento pensada a partir das características da nossa população e de nossa diversidade cultural. É neste marco que está situado o desafio, senhor presidente, de construir novas instituições. Quero ressaltar a necessidade de instituições arejadas, equipadas e voltadas para um projeto de país socialmente justo e feito de baixo para cima. Uma política feita fora dos gabinetes, mobilizando o que o país tem de melhor em todos os seus estratos sociais. (...)
> Estamos provando assim que, para uma verdadeira democracia, é necessário, assim como é possível ter instituições reais, abertas e contemporâneas. Instituições que permitam maior participação da sociedade nos processos de formulação do Estado. Um Estado que se fortalece pelo fortalecimento de sua dimensão pública e republicana. Esse é justamente o contexto de criação desta nova instituição, o Conselho Nacional de Políticas Culturais. Estamos, na verdade, disputando o significado político e social do Estado e das instituições do Brasil. Existem os que ainda acreditam que não deveríamos ter instituições públicas no país atuantes e equipadas para isso. Existem os que acreditam que podemos diminuir ainda mais nossos orçamentos, chamando nossas políticas de gastos públicos. Bom... eles têm o direito de pensar como quiserem, aliás todos têm o direito de pensar como quiserem, mas também todos, inclusive eu, temos o direito de discordar". (Gil, 2005. p.2)

O que salta aos olhos no trecho de discurso citado acima é a fala de um ministro que se coloca como um agente na disputa por uma nova percepção de estado, focada da dimensão pública e no republicanismo. Há o indicativo da utilização da cultura, por meio da valorização da diversidade cultural, como trincheira para o alargamento e a garantia de direitos aos cidadãos.

Contudo, a visão defendida no MinC foi bem diferente da percepção proposta por Miro Teixeira, com foco na institucionalidade, no mesmo contexto, durante sua posse no Ministério das Comunicações (MiniCom), em 2003. Nas poucas palavras proferidas em sua posse, o então ministro transpareceu esta dificuldade do estabelecimento de ações claras e do diálogo ao não apontar os propósitos de gestão. De forma enigmática, reforçou seu zelo positivista no respeito às leis e não refletiu sobre temáticas cruciais no campo, segundo trecho do discurso: "Não há espaço para leviandade. Não houve espaço para leviandade e não haverá espaço para leviandade. Nós vivemos, Graças a Deus, em um país que tem Constituição, tribunais, leis e todas serão respeitadas." (Teixeira, 2003, p. 1)

No campo da comunicação, a existência de uma estrutura corporativa forte coloca em questão não apenas interesses econômicos, mas correlações políticas e ideológicas com o propósito de garantir monopólios. A construção de políticas públicas que tenham como discurso a democratização do acesso, por exemplo, corriqueiramente são marcadas como formas de cerceamento à liberdade de expressão. As proposições de intervenção ou regulação, quando surgem, são rapidamente lidas como posturas dirigistas e tentativas governamentais de limitar a livre manifestação de opiniões na sociedade.

É pertinente salientar que comunicação e cultura, apesar de campos correlatos, tiveram poucas ações cooperativas construídas na gestão governamental do período. Ao contrário, percebeu-se um avanço do MinC em temáticas que se aproximavam do MiniCom, ou seja, as políticas públicas de cultura em alguns aspectos avançaram sob "perspectivas comunicacionais". A criação dos Pontos de Cultura, a defesa do partilhamento de conteúdo, do incentivo ao software livre, o apoio às rádios comunitárias, o incentivo à criação de uma televisão pública, a proposta de criação de uma agência de regulação de todo o audiovisual (inclusive a televisão aberta), a cota de tela para produções independentes na televisão fechada entre outras ações podem ser considerados indícios desta postura. De acordo com as palavras do MinC:

> Comunicação é cultura, em razão da centralidade do processo de produzir,transmitir, compartilhar e fruir valores de uma sociedade. A Cultura é comunicação sob a consideração de que por meio dela se dá a transmissão dos valores simbólicos presentes na sociedade brasileira. (MinC: 2012. P.3)

Os objetos de estudo colocados nesta proposta buscam compreender as características desta diferença de gestão temática e almeja-se perceber como se estabeleceu o diálogo com a sociedade civil. Um dos interesses com esta abordagem é tensionar como um mesmo governo, guiado por uma mesma percepção sobre o papel do Estado, tendo em vista uma agenda governamental delineada, pode operar de forma tão diversa em dois ministérios e dois conselhos.

Os alicerces teóricos da pesquisa

No que tange às filiações teóricas fundamentais a este trabalho, o aporte proposto pela Economia Política da Comunicação parece ser um filtro epistemológico potente para interrogar não somente a conexão entre a comunicação e a cultura, mas também para investigar as particularidades percebidas aqui. Afinal, parte-se da premissa de um olhar complexo em que se percebem interesses mercadológicos na forma de exploração da comunicação e como isso "afeta" a construção simbólica de determinada sociedade. Há que se ponderar qual o papel do estado neste cenário para regular, fiscalizar e fomentar.[43]

Othom Jambeiro (2008) contesta o histórico de intervenção do estado nas comunicações com posturas pautadas na incipiente regulação e ordenação da sociedade. Além de escolhas nebulosas e deturpadas, tal como a distribuição de verba publicitária, a concessão de vantagens com duvidoso potencial de "interesse público", como flexibilização no pagamento de impostos. O autor sinaliza que estas posturas podem ser vistas como atitudes ilícitas, tomo a liberdade de discordar. De fato, logicamente é preciso analisar cada caso individualmente, mas estas condutas indicam mais a promiscuidade das relações político-empresariais e não necessariamente podem ser compreendidas como práticas ilegais por parte de um governo.

Admite-se, portanto, que é fundamental pensar o estado por meio de perguntas qualificadas que apontam o esforço de frear o estado "inconsciente" presente em nossas pesquisas. Afinal, para dar corpo a esta análise de acento antropológico (Souza Lima, 2015) é preciso despir-se de uma visão pré-fixada, delimitada, concebida e arraigada de Estado. Não dá conta, entendê-lo apenas pelo viés weberiano de associação política com o monopólio do uso da força. Nem tampouco percebê-lo por um viés marxista simplista e enxergá-lo como um artefato de poder a serviço de uma classe social determinada. Estas noções ajudam a compreender acionamentos distintos, formas de operação do Estado, mas não podem "carimbá-lo" como uma única coisa, ele é tudo isto e mais alguns. Não deve ser entendido como ente. Ele é um complexo em que se aconselha considerar quais suas redes, seus processos constitutivos e suas minúcias.

Neste sentido, Suzy dos Santos e Janaíne Ayres (2017) propõem a possibilidade de construção de uma análise da economia política da comunicação à brasileira, levando em consideração as particularidades sociopolíticas do país. Segundo elas, ao contestar este

[43] Com isso, parte-se da essencial contribuição de Vincent Mosco (1996) para o campo ao olhar criticamente para as interfaces (sinônimo para dimensão) políticas, técnicas, econômicas, sociais e culturais da comunicação, lançando luzes para a dimensão social da comunicação.

papel do estado não é factível se ater apenas às questões de regulamentação dos campos. Elas chamam a atenção para a interconexão entre os sistemas midiático e político como uma das bases de influência e que qualificam a forma de operação governamental, especialmente na comunicação. As duas autoras apoiam-se no conceito de coronelismo eletrônico para tratar do paradoxo existente na relação entre governos e grupos midiáticos no Brasil. Afinal, não pode ser considerado simples um cenário em que os grupos de mídia são extremamente dependentes de recursos governamentais, mas possuem um evidente poder de pauta da agenda pública do estado. Para as autoras, a idiossincrasia do cenário brasileiro pode ser percebida por três grandes marcas: os grandes grupos de mídia centrados em negócios familiares; a centralidade da televisão aberta como modal dominante na maioria dos lares brasileiros; a contínua presença de uma elite, com ênfase no mandonismo e no compadrio.

Ainda contribuindo com a reflexão sobre a relação entre estado e sociedade, longe de uma abordagem propriamente focada na economia política, Albino Rubim (2008) propõe pensar o histórico das relações entre estado e cultura marcado por três tristes tradições: ausência, autoritarismo e/ou instabilidade. O autor não aponta propriamente tipos ideias ou a transposição de características de forma evolutiva e/ou substitutiva. No entanto, indica que, desde a primeira experiência no campo, o país teve como marcas essenciais ou o excessivo protagonismo estatal, ou a completa ausência deste e a transferência do poder decisório quase completamente para a iniciativa privada e/ou modelos essencialmente instáveis e com baixíssima capacidade de continuidade e manutenção de direcionamentos.

Em outro foco, Murilo Cesar Ramos (2007) traz ponderações relevantes ao indicar as minúcias da relação entre estado e grupos da sociedade civil. Enfatiza que as possíveis visões romantizadas sobre o papel da sociedade civil como potência transformadora para o enfrentamento da luta pelo direito à comunicação tornam turvas a percepção dos múltiplos interesses existentes na sociedade como um todo. O que reforça o argumento de que é preciso repensar e renovar esta categoria tão cara aos estudos de comunicação e cultura. Se por um lado, na comunicação, o interesse corporativo é evidente e a estrutura de organização é calcada em instituições, por outro lado, na cultura, a tipologia de representação é bastante atomizada, ficando prioritariamente no nível dos sujeitos. Tratar desta diversidade de representações e agenciamento de interesses, leva, por conseguinte, a colocar sob uma lupa as distintas leituras sobre a noção de direitos (à comunicação e à cultura), uma das preocupações de fundo da pesquisa.

Venício Lima (2012) defende que a dificuldade de entendimento da comunicação como um direito é oriunda do afastamento dos cidadãos das discussões e decisões sobre o campo. Para ele, a percepção de que a Comunicação é um direito assim como a educação, por exemplo, não é tão evidente para a maioria da população. Em segundo aspecto, é preciso levar em consideração o poderoso capital simbólico da mídia na defesa de seus interesses e na garantia de monopólios, formas de financiamento, controles de mercado ou cerceamento da capacidade do Estado de agir.

De fato, no caso da cultura, é interessante indagar a tônica de uma noção de cidadania baseada no direito à produção cultural, na garantia do exercício de direitos por parte de um protagonismo da sociedade civil, mas garantido por operações do Estado (políticas públicas).

Se a dimensão da cultura como um direito é algo fluido o suficiente para se deslocar do cotidiano dos sujeitos e não ganhar evidentemente coração e mentes. A dinâmica comunicacional padece mais ainda desta característica, pois há um esforço setorial de

colocar os aparelhos de mídia como espécies de personagens que visam proteger e defender os interesses da população. Pouco se constrói na direção do sujeito como produtor de elementos comunicacionais, como protagonista de seus direitos e não apenas como objeto.

Como pontua Elisa Reis (1998), a consciência da existência de direitos é uma condição importantíssima para a efetividade dos mesmos. Ainda que seja para fomentar uma postura mais combativa, mais aguerrida, de pressão por parte de grupos sociais perante posturas governamentais distintas. "A consciência dos direitos e sua efetivação caminham lado a lado. E juntas contribuem para converter o processo de construção da nação em uma ideologia e uma prática democratizantes. (Reis, 1998, p. 201)

Neste sentido, acredita-se que o papel do discurso, mesmo governamental, é relevante para esta conscientização de direitos. Logicamente, não se atribui apenas ao Estado este papel, há que se estar atento para o essencial esforço de grupos sociais organizados. Contudo, no caso da Comunicação, no qual o ente "mídia" se coloca como um quarto poder "a serviço da sociedade", é primordial o fortalecimento desta visão de que a comunicação é também um direito, no qual não se deve pensar apenas no acesso a ele, mas também na criação de mecanismos que democratizem sua produção, que incentivem a pluralidade de vozes.

Este esforço comparativo ilustra o quanto um governo, com a mesma base ideológica, pode adotar concepções bem diversas sobre campos próximos. Reforça o argumento de que devemos fugir da visão de políticas públicas "inclusivas e democráticas" como carimbos e leituras acabadas, pois mesmo posições consideradas "progressistas" podem esconder outras disputas e especificidades entre os campos.

A experiência brasileira em políticas culturais é corriqueiramente vista como exemplo positivo da capacidade operativa do Estado e de seu esforço na "garantia de direitos". Por outro lado, a comunicação é percebida como um dos retumbantes fracassos do período, ou seja, por inoperância, por falta de capacidade de articulação política, ou escolha de não enfrentamento.

Da mesma maneira que se confronta com entendimentos distintos a percepção de direito, seja por meio de seu enquadramento diverso, de defesas discrepantes. A cidadania também deve ser vista como um todo complexo em consonância com seu contexto histórico, como aponta José Murilo de Carvalho. O exercício de direitos não se faz da mesma maneira, ao mesmo tempo, por todos os sujeitos da mesma forma. Como lembra o autor: "O exercício de certos direitos, como a liberdade de pensamento e o voto, não gera automaticamente o gozo de outros, como a segurança e o emprego. O exercício do voto não garante a existência de governos atentos aos problemas básicos da população." (Carvalho, 2016, p. 8)

O discurso político pode sim se apoiar em determinados entendimentos do que deva ser cidadania para o estabelecimento de propostas e orientações programáticas de campanha. Como aponta trecho de um dos documentos de campanha:

> Um verdadeiro projeto de nação para o Brasil deve incorporar, simultaneamente, e de modo articulado, um conjunto de atributos: inclusão social – isto é, erigir o social como eixo do desenvolvimento; equacionamento da questão federativa, preservando e valorizando a diversidade das culturas regionais; aprofundamento da democracia, sustentando uma efetiva cidadania política ativa, abrindo-se para a sociedade sem recear os conflitos sociais; amparar-se num Estado democratizado, ágil e desprivatizado, dotado de autonomia para a formulação e a gestão da política econômica nacional e da regulação social dos mercados; enfim, inserir-se da maneira soberana no mundo. (Partido dos Trabalhadores, 2002, p. 12)

No entanto, por mais ampliado ou preocupado com a "extinção de desigualdades sociais", a compreensão sobre direito e consequentemente sobre exercício de cidadania pode não ser a mesma. Não é possível tratarmos de "direitos sociais" sob um mesmo emblema sem perceber distintos gradientes de entendimento governamental.

José Murilo de Carvalho (2016) apontou o perigo de se cair na falácia da defesa de uma cidadania plena, como uma espécie de objetivo único a ser alcançado pelos sujeitos. Da mesma maneira, a visão apontada por Elisa Reis do conceito como "status e identidade", como um elemento que se adquire também deve ser levada em consideração. O entendimento que se aciona aqui é o de se pensar na cidadania como um processo, como um feito em camadas, como algo que possui distintas dimensões. Não se trata de perceber a visão histórica ou processual da cidadania como uma linha evolutiva, como degraus pelos quais os cidadãos percorrem no sentido de atingir um objetivo único de cidadania plena. A leitura aqui a percebe como acionamentos fragmentários, entremeados pelo contexto histórico-político e pela leitura de direitos inerente ao período.

As proposições analisadas nos documentos até o momento indicam percepções distintas sobre o direito à Comunicação, por exemplo. Ora ele é lido como um mecanismo de fortalecimento da democracia, ora como integrante dos direitos culturais. Ele pode ser os dois? Logicamente que sim! No entanto, observa-se que a forma de operação do Estado em cada um destes contornos indica caminhos diferentes (e em alguns casos contraditórios).

De fato, estas comparações de percepções ainda estão em fase embrionária e apenas traduzem retratos do que foram as diferenças de postura em cada um dos campos. O saldo de análise colocado é a de que distintas proposições e entendimentos sobre direitos podem se transmutar em exercícios de cidadania difusos, mesmo em um mesmo governo.

Desenhos metodológicos

Concebe-se que um trabalho deste escopo deve ser realizado no campo da pesquisa em comunicação por ser um estudo que problematiza as interfaces entre comunicação e política. É preciso observar as produções discursivas e simbólicas dos governos sobre suas atuações e as práticas (os enunciados, para quem se fala, o que compõe a agenda, etc).

O contorno metodológico da pesquisa mergulha no desafio de uma análise comparada. Afinal, para compreender o tensionamento da fronteira entre as políticas de comunicação e cultura e as distintas tipologias de participação em cada uma das áreas é preciso identificar e questionar as particularidades dos conselhos para em seguida compará-los e investigar os pontos de contato e/ou atrito. Neste sentido, mergulhar-se-a na estrutura de operação dos objetos, tendo como corpus documental[44] as produções discursivas dos integrantes destes conselhos e de outros atores sociais relevantes no cenário.

Como referente metodológico, as categorias propostas por Bakhtin com os conceitos de dialogia e polifonia são muito caras para a percepção das especificidades e a identificação de interesses difusos. De imediato, as reflexões do autor sinalizam a rejeição da unicidade do sujeito, entendendo que há uma "teia de vozes" na construção de um discurso. O autor

[44] Como corpus documental trabalhar-se-á com uma matriz bastante diversa de fontes, alguns dos tipos já levantados: documentos oficiais dos conselhos (atas, regimentos, notas taquigráficas), discursos proferidos em outros locais em nome destes conselhos, discursos oficiais dos gestores dos ministérios de cada uma das áreas, documentos programáticos dos ministérios e ou do governo federal, entrevistas de agentes que estiveram presentes nas ações, entre outras possibilidades a serem analisadas no futuro)

se recusa a compreender a língua como um sistema exterior ao indivíduo e apartado das contradições sociais. Em síntese, determinada enunciação, além de representar interesses específicos de uma organização, grupo, ou linguagem artística também podem ser lidos como socialmente construídos, como resultados de interações entre múltiplos sujeitos.

Esta dimensão de enunciação ganha outro status ao perceber a relação com a recepção/compreensão. Para ele, a emissão é proferida pelo reconhecimento de um interlocutor, e feita em relação a algo que se busca postular, ansiando uma resposta, uma devolutiva.

A interação verbal é parte fundamental desta noção de dialogia. Para o autor, a percepção de dialogismo é condição essencial para a compreensão da linguagem, pois por meio dela se vislumbra a dimensão viva e interativa da língua. Um discurso nasce, portanto, do contato com outro, seja para confirmá-lo ou refutá-lo.

Em última instância toca-se também na noção de autoria que, ao contrário da visão liberal e burguesa como um regime inclusive de geração de riquezas, a percepção de Bakhtin reforça o coro de que todo discurso é, na verdade, "de segunda mão", é uma espécie de reinvenção ou resposta de outros sujeitos que já emitiram. Reforça a compreensão de que jamais se enuncia sozinho.

Por outro lado, a dimensão de polifonia traz outra percepção interessante para a análise de vozes e visões em disputa em uma sociedade. Se a primeira proposta, a de dialogia, é a noção de constituição da linguagem, esta segunda dimensão, a polifonia, trata de ilustrar vozes dissonantes em um discurso. Determinado texto pode ser dialógico e não necessariamente polifônico. Um mesmo texto pode trazer a tona múltiplas vozes sociais, possivelmente contraditórias em que não necessariamente há a construção de um consenso ou uma superação dialética. De fato, a proposição de Bakhtin ao ilustrar a necessidade de percepção de uma diversidade de vozes presentes em uma mesma enunciação coloca em questão a teia discursiva construída e as disputas de poder empreendidas em espaços importantes de participação como os conselhos (tanto o de cultura quanto o de comunicação).

Esta dimensão metodológica configura um enorme desafio para compreender os objetos de estudo. Afinal, estabelece a leitura de que os conselhos podem ser compreendidos como espaços essencialmente comunicacionais, como o cenário da disputa efetiva e do conflito de percepções; uma arena de alto tensionamento entre visões dissonantes e apresenta a possibilidade de percepção de conflitos, sobreposições de leituras, etc. Por outro lado, questiona inclusive a noção de representação e o lugar de fala de cada um dos representantes a medida que direciona uma leitura dialógica e interacional dos discursos construídos pelos participantes destes espaços.

Em suma, para se entender o pensamento político de uma temporalidade é necessário observar os discursos nela existentes. Além disso, a base de trabalho é a de que a interpretação de um texto é fornecida também por seu contexto, não somente o linguístico, mas também o social, o que ajuda na definição dos universos tratados.

Notas conclusivas

Tratar de política pública é também percorrer um celeiro de contradições e ambiguidades que se transfiguram em desafio efetivo de operação. É preciso observar a necessidade de superar análises instrumentais e com foco na eficiência e eficácia das práticas do Estado. Ao tratar de políticas públicas por meio da perspectiva defendida neste trabalho privilegia-se o

percurso de mudança de mentalidades, a investigação de como o estado e suas amarrar vinculadas a um projeto político de sociedade moderna (baseada na força do estado, no papel racional da burocracia, por exemplo) lidam com as transformações da sociedade contemporânea, o enfraquecimento de fronteiras administrativas, o papel dos sujeitos na definição de abordagens etc.

O foco desta tese é refletir e analisar as correlações entre os campos da comunicação e da cultura, buscando compreender as particularidades e as disputas de poder empreendidas por distintos atores. Tratamos da aproximação entre os campos na contemporaneidade e como o Estado brasileiro vive, de certa forma, o oposto desse cenário.

De fato, estas comparações de percepções ainda estão em fase embrionária e apenas traduzem retratos do que foram as diferenças de postura em cada um dos campos. O saldo colocado é a de que distintas proposições e entendimentos sobre direitos podem se transmutar em exercícios de cidadania difusos, mesmo em um mesmo governo.

Referências

Aires, J.; dos Santos, S. (2017). *Sempre foi pela família: mídias e políticas no Brasil*. 1. ed. – Rio de Janeiro : Mauad X.

Bakhtin, M. (1992). *Marxismo e Filosofia da Linguagem*. 6. ed. São Paulo: Hucitec.

Bakhtin, M (1997). *Os gêneros do discurso*. In *Estética da Criação Verbal*. 2a ed. São Paulo: Martins Fontes, p. 279-326.

Bakhtin, M. (2002). *Problemas da Poética de Dostoiévski*. 3a ed. Traduzido por Paulo Bezerra. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2002.

Bourdieu, P. (1996). *Espírito de Estado. Gênese e estrutura do campo burocrático*. *Razões Práticas. Sobre a teoria da ação*. Campinas: Papirus, pp. 91-124.

Calabre, L. (2009). *Políticas culturais no Brasil: dos anos 1930 ao século XXI.* Rio de Janeiro: Ed. Fundação Getulio Vargas.

Chauí, M. (2006). *Cidadania Cultural*. São Paulo: Editora Fundação Perseu Abramo.

de Carvalho, J. M. (2016). *A cidadania no Brasil: o longo caminho*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2016.

de Souza Lima, A. C.; Castro, J. P. (2015). *Notas para uma Abordagem Antropológica da(s) Política(s) Pública(s)*. Revista Anthropológicas, v. 26, pp. 17-54.

García Canclini, N. (1987). *Políticas Culturales en América Latina*. México, Editorial Grijalbo S.A, 1987.

Gil, G. (2005). Discurso de posse do CNPC. Brasília, agosto de 2005. Brasília: MinC.

Lima, V. (2012). *Política de Comunicações: um balanço dos governos Lula (2003-2010)*. São Paulo: Publisher Brasil.

Martín-Barbero, J. (1987). *De los medios a las mediaciones: comunicación, cultura y hegemonía*. Mexico: Gustavo Gilli, 1987.

Mosco, V. (1996). *The political economy of communication: rethinking and renewal*. London: Sage Publications.

Ramos, M. C. (2005). *Comunicação, direitos sociais e políticas públicas*. In Marques de Melo, J.; Sathler, L. *Direitos à Comunicação na Sociedade da Informação*. São Bernardo do Campo, SP: Umesp.

Ramos, M. C. (2007). *Sobre a importância de repensar e renovar a ideia de sociedade civil*. In Ramos, M. C.; dos Santos, S. *Políticas de comunicação: buscas teóricas e práticas*. São Paulo: Paulus, pp. 19-48.

Reis, E. P. (1998). *O Estado nacional como ideologia: o caso brasileiro*. In Reis, E. P., *Processos e escolhas. Estudos de sociologia política*. Rio de Janeiro: Contra Capa Livraria, pp. 67-90.

Reis, E. P (1998). *Sobre a cidadania*. In Reis, E. P., *Processos e escolhas. Estudos de sociologia política*. Rio de Janeiro: Contra Capa Livraria, pp. 27-41.

Tellez, M.; Polo Rojas, N.; Matiz, L.; Pérez, D. (2015). *Políticas de Comunicación y cultura em Colombia: convergências y divergências*. Bogotá: Pontificia Universidad Javeriana.

Yúdice, G. (2006). *A conveniência da cultura: usos da cultura na era global*. Belo Horizonte: Editora UFMG.

Zallo Elguezábal, R. (2011). *Estructuras de la comunicación y de la cultura: políticas para la era digital*. Barcelona: Gedisa.

El desafío *online* de los medios estatales en Argentina. Impactos y perspectivas ante el contexto nacional y global

The online challenge of state media in Argentina. Impacts and perspectives in the national and global context

Ezequiel A. Rivero[45]

Resumen

La incursión de los medios audiovisuales tradicionales en internet no se lleva a cabo sobre un territorio en blanco. Por el contrario, ocurre sobre la base de sus antecedentes y, en particular, en relación al contexto. Este trabajo identifica dos dimensiones contextuales que gravitan y condicionan las posibilidades de un desarrollo expansivo de los medios del estado en internet: el sentido de las políticas "domésticas" de comunicación, por un lado, y el carácter global y dominante de las plataformas de internet, por el otro. El artículo describe los principales quiebres en las políticas de comunicación en la Argentina a partir de diciembre de 2015, que impactaron negativamente en el posicionamiento del sistema de medios estatales nacionales. Este proceso es leído en la intersección con la forma de funcionamiento global de las grandes plataformas en internet, la dificultad de los estados nacionales para imponerles regulaciones y sus implicancias sobre la diversidad en la circulación de contenidos. Finalmente, se advierte sobre los riesgos de este doble escenario, que vaticina –de no mediar intervenciones políticas— una inclusión periférica de los medios estatales en el nuevo entorno, y dificultades para conformar allí servicios audiovisuales prominentes.

Palabras clave: internet, políticas de comunicación, medios públicos estatales

Introducción

La incursión de los medios audiovisuales tradicionales una en internet no se lleva a cabo sobre un territorio en blanco. Por el contrario, ocurre sobre la base de sus antecedentes y, en particular, en relación a un contexto. Por esto las posibilidades de desarrollo de actividades en la red están condicionadas por características nacionales vinculadas a los legados de cada país en temas económicos, políticos, culturales y sociales. En el caso particular de los medios estatales[46], entre los condicionantes externos inmediatos o domésticos, se cuentan, —aunque no únicamente—, las políticas públicas destinadas al sector de los medios. Existe además un segundo círculo condicionante referido a las

[45] Ezequiel A. Rivero. Becario Conicet en el Departamento de Ciencias Sociales de la Universidad Nacional de Quilmes (UNQ). Doctorando en la Facultad de Ciencias Sociales (FSOC UBA). Magíster en Industrias Culturales, políticas y gestión (UNQ). Argentina. Email: squielrivero@gmail.com

[46] En este trabajo utilizamos el término "medios estatales", pero no así las nociones de "medios públicos" o de "servicio público". Esto, dado que coincidimos con Becerra (2013) quien analiza que América Latina es "una región en la que los medios de gestión estatal —salvo excepciones— no tuvieron ni misiones ni funciones de Servicio Público" (Becerra, 2013). De un modo más general, este autor señala que "la lógica comercial ha guiado casi en soledad el funcionamiento del sistema mediático" en esta parte del mundo, a lo que se suma la "ausencia de medios públicos no gubernamentales con audiencia real" (2013, p. 37).

características mismas que ha desarrollado internet a nivel global, en particular en los últimos 20 años.
Si bien uno de los rasgos más interesantes de internet "es su aspecto potencialmente democratizador de la información y promotor de una comunicación horizontalizada" (Bolaño, 2013, p. 289), se trata de un fenómeno atravesado por las mismas determinaciones que rigen para el resto de las actividades de las sociedades capitalistas contemporáneas (Becerra, 2010). En efecto, internet no está exento de las desigualdades históricas que se verifican en los medios tradicionales, debido a la subsistencia de fenómenos de alta concentración de la propiedad y de mercado. A su vez, al fenómeno de la concentración se suma la recolección de datos de los usuarios, que pasan a formar parte de los activos de grandes empresas tecnológicas, y explotados con fines comerciales, lo que refuerza su posición de dominio.
Este trabajo busca discutir cómo los condicionantes domésticos y globales repercuten en las posibilidades de un desarrollo expansivo de los servicios y contenidos de los medios públicos estatales en línea. Se asume que internet es un entorno dominado por las fuerzas del mercado, donde las fuerzas públicas ingresan amenazadas por la posibilidad de volverse invisibles, reproduciendo el rol marginal y periférico que en muchos casos llevan como un lastre desde sus versiones *offline*.

Objetivo y aspectos metodológicos

Este trabajo focaliza en los aspectos externos que condicionan el despliegue de contenidos y servicios en internet por parte de los medios estatales, y los analiza desde la perspectiva del derecho a la comunicación, considerando a estas operaciones en la web como parte de una política de acceso universal a contenidos audiovisuales públicos. Más precisamente, describe brevemente las principales políticas implementadas en el periodo comprendido entre 2015 —a partir del recambio en la conducción política del Gobierno Nacional— y 2018, con impacto sobre el funcionamiento de los medios estatales en general, y sus políticas de emisión en internet en particular. Este análisis de la política doméstica se realiza en la intersección con otros condicionantes referidos a las operaciones de grandes empresas de medios y tecnología dedicadas a la producción y distribución de contenidos audiovisuales a escala global, "que están más allá de las normas vigentes, y que por su lógica de funcionamiento todavía evitan regulaciones nacionales" (Marino, 2018), pero ejercen una fuerte presión sobre los medios tradicionales, contra quienes compiten por recursos escasos como la publicidad y la atención de las audiencias.
En un primer momento, el artículo describe los principales cambios en las políticas de comunicación en Argentina a partir de diciembre de 2015, que impactaron negativamente en el posicionamiento del sistema de medios estatales a nivel nacional. Luego, se plantea un estado de la cuestión en relación a la forma de funcionamiento global de las grandes plataformas de internet, la dificultad de los Estados nacionales para imponerles regulaciones y sus implicancias sobre la diversidad en la circulación de contenidos. En un tercer momento, se advierte que estas condiciones de partida vaticinan —de no mediar intervenciones políticas— una inclusión periférica de los medios estatales en el nuevo entorno y dificultades para conformar allí servicios audiovisuales prominentes. Por último, el trabajo realiza algunas reflexiones situadas a partir del reconocimiento de experiencias promovidas desde el sector estatal argentino para internet, entre ellas las prestaciones *online* de la histórica TV Pública (Canal 7); el Archivo Histórico de Radio y Televisión

Argentina (RTA S.E.); los servicios de video a demanda —ahora extintos— Contenidos Digitales Abiertos (CDA del ex Ministerio de Planificación de la Nación) y la web www.conectate.gob.ar (Ministerio de Educación de la Nación); Cine.ar Play (un desarrollo conjunto de INCAA y ARSAT); y la plataforma Cont.ar, lanzada recientemente por el Sistema Federal de Medios y Contenidos Públicos (SFMyCP).

Mar de fondo

El quiebre en las políticas de comunicación en Argentina

Un primer cambio de contexto tiene que ver con el giro en el sentido de las políticas de comunicación que se produce a partir de diciembre de 2015, con el recambio político en la conducción del Estado que coloca a la alianza Cambiemos al frente del Gobierno Nacional.
Desde 2009, el Estado argentino impulsó una serie de políticas que, entre otros objetivos, buscaban fortalecer la inclusión digital en el país. Entre estas iniciativas se destacan el desarrollo de la Televisión Digital Abierta (TDA), el programa Conectar Igualdad, y el tendido de una Red Federal de Fibra Óptica (REFEFO), como parte del Plan Nacional de Telecomunicaciones "Argentina Conectada". En conjunto, estos proyectos se enfocaron en diferentes aspectos relacionados con el acceso a las TIC. En primer lugar, el tendido de la REFEFO y el despliegue de la plataforma de TDA apuntaron a la generación de infraestructura de transporte y transmisión de datos. En paralelo, la entrega masiva de decodificadores de televisión digital y *netbooks* a estudiantes secundarios buscó promover el acceso a dispositivos, por un lado, y a una serie de contenidos, servicios y aplicaciones, por el otro (Baladron, Rivero & Roca, 2016).
En materia de medios estatales, durante este período se sancionó la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual (LSCA 26.522/09) que definió funciones, objetivos, formas de gobierno y financiación para estos medios y les otorgó, al menos formalmente, mayor calidad institucional, mediante la creación de órganos de gobierno y fiscalización democráticos y representativos. Es necesario marcar, sin embargo, que las novedades en Canal 7 y en el entonces incipiente sistema de medios estatales comenzaron antes de la sanción de la LSCA. A partir de 2006, el sector experimentó un crecimiento apoyado en la creación de nuevas señales, la mejora y desarrollo de infraestructura y el fomento a la producción de contenidos. En suma:

> Las políticas públicas de esos años lograron revertir parcialmente décadas de presencia acotada de los medios públicos estatales, —principalmente de Canal 7, cuya infraestructura permite una cobertura cercana al 80% del territorio nacional— colocándolos en una posición de mayor centralidad. En particular, Canal 7 implementó una amplia reconversión tecnológica mediante la cual reemplazó todo su equipamiento en estado de obsolescencia; fue el primer canal argentino en emitir en la TDA y pudo ofrecer contenidos en HD casi en simultáneo con los prestadores privados. Además, durante ese período, sostuvo un proyecto artístico comunicacional apuntalado en transmisiones deportivas y ficciones, que le permitieron disputar la preferencia de la audiencia y obtener distinciones internacionales. (Monje, Rivero & Zanotti, 2017, p. 158)

El cambio en la conducción política del Estado a fines de 2015 trajo aparejadas profundas transformaciones en las políticas de comunicación en el país[47]. En términos generales, se

[47] Para una lectura más detallada sobre los cambios producidos desde diciembre de 2015, ver Monje, Rivero y

observa un proceso de re-regulación que buscó retrotraer el estado de cosas a una situación previa a la sanción de la LSCA, removiendo los diques legales que servían para contener la ya alta concentración de mercado en el sector info-comunicacional, favoreciendo a los actores más consolidados en cada una de las actividades del audiovisual, los servicios de conectividad, la telefonía móvil y la televisión por cable y satélite. A su vez, se profundizó la tendencia hacia la atribución de facilidades esenciales como el espectro radioeléctrico hacia las comunicaciones móviles en detrimento de la propia televisión.
En materia de medios públicos, el gobierno de Cambiemos partió de un diagnóstico negativo sobre la gestión anterior y se dispuso a implementar un plan refundacional que afectó tanto los órganos de gobierno y la organización interna, como los aspectos financieros y las políticas de programación. El resultado más visible fue la creación del Sistema Federal de Medios y Contenidos Públicos (SFMyCP), un ente que depende de manera directa del Poder Ejecutivo, a cargo de casi todas las televisoras y radios estatales, junto a otros proyectos culturales públicos como el Centro Cultural Kirchner (CCK) o el Parque Tecnópolis.
Mientras las actuales autoridades destacan como un logro de su gestión una mayor apertura a voces diversas en los espacios informativos de la señal principal del sistema, Canal 7, en estos años los medios del Estado perdieron centralidad y sufrieron una fuerte caída en sus niveles de audiencia. Más recientemente, se profundizó el recorte presupuestario, se cancelaron proyectos, cayó la producción de contenidos y se redujo la planta de empleados de todo el sistema mediante despidos, retiros voluntarios inducidos y jubilaciones anticipadas (Rivero, 2018).

De gigantes globales, regulación y diversidad

Junto a las transformaciones en las regulaciones "domésticas" se debe reconocer un contexto global que condiciona la actividad de los medios tradicionales. Como señala Campos (2016), quien analiza a los medios públicos europeos, la radiodifusión tal como la conocíamos está hoy inmersa "en un convergente ecosistema global cambiante de medios, tecnologías, sistemas de distribución y nuevas formas de acceso y consumo de contenidos audiovisuales" (Campos, 2016, citado en Rodríguez-Fernández, *et al*., 2018, p. 915).
En efecto, el financiamiento de los medios tradicionales mediante la publicidad se debilita y las plataformas virtuales globales aspiran a buena parte de esos recursos; compran, venden y usan comercial y políticamente los datos que recogen de sus usuarios y son cada vez más centrales en los flujos de información a escala global (Belli, Schwartz & Louzada, 2017). Empresas como Facebook y Google han arrebatado no solo una parte creciente de la atención de las audiencias, sino también del mercado publicitario, desbaratando el armado que alguna vez hizo un negocio consolidado -aunque próspero para unos pocos jugadores- a la producción y distribución de contenidos e información en soportes tradicionales.
Según Rioux y Verdugo Ulloa (2014), la migración hacia tecnologías digitales supone transformaciones que reconoce en cinco grandes categorías: desmaterialización,

---

Zanotti (2017), *Nuevas disputas por el Derecho a la Comunicación en Argentina: el giro a la derecha a partir de diciembre de 2015*, en Sierra, F. & Vallejo, R. (eds.) *Derecho a la comunicación. Procesos regulatorios y Democracia en América Latina y Ecuador*. Ediciones CIESPAL, pp 65-96. Disponible en https://proyectoecanet.files.wordpress.com/2016/10/monje-rivero-zanotti-politicas-comunicacion-argentina-ciespal-2016.pdf

desintermediación, descompartimentalización, deslinearización y desterritorialización (2016, p. 88). Entre estas, asignan especial importancia a la desterritorialización, en la medida que impacta en la capacidad de los Estados de imponer sus regulaciones a los nuevos actores del mundo digital. Para estos autores:

> Los últimos veinte años estuvieron marcados por una transformación silenciosa que permitió el paso de un orden mundial basado fundamentalmente en la articulación nacional-internacional a un orden basado en flujos cada vez más transnacionales, lo que difumina las fronteras entre los sistemas nacionales. Sin embargo, al mismo tiempo que las empresas y las industrias culturales se desenvuelven de manera creciente en un espacio transnacional, las políticas de regulación se siguen enmarcando, por lo general, dentro de las fronteras del Estado-nación. De esta manera, a causa de los procesos de desterritorialización y transnacionalización, las políticas públicas nacionales enfrentan numerosos problemas de eficiencia en materia de regulación, de tributación, de gestión del DPI[48], etc. El desafío de la desterritorialización implica, entonces, el desarrollo y la implementación de normas de regulación que afecten de manera equitativa a las empresas locales y a las transnacionales, ya que estas últimas pueden eludir las cargas impuestas por la regulación local. (Rioux & Verdugo Ulloa, 2016, p. 94)

En términos de provisión de contenidos y diversidad, se ha argumentado que la digitalización modela un escenario donde existe "un número ilimitado de suministros" diversos (Arriaza Ibarra & Nord, citados en Becerra, 2015). De hecho, autores como George Yúdice (2015) han llegado a preguntarse "cómo abordar lo público cuando lo público está siendo proporcionado por lo privado (…) que parece ofrecer un servicio público e, incluso, hacerlo mejor que cualquier Estado del mundo"[49]. No obstante, la existencia de un gran número de contenidos circulando por el magma de las redes no es garantía de diversidad en sí mismo. Al respecto, Zallo (2016) sostiene que la diversidad no tiene que ver sólo con los contenidos, sino también con las plataformas que actúan como *gatekeepers,* que son, en última instancia, las que determinan las condiciones de circulación de esos contenidos. En efecto, sostiene el autor: "En este campo hay poca diversidad. Las plataformas están en manos de un puñado de empresas, la mayoría de Estados Unidos (…)" (Zallo, 2016, p. 239). Se trata, entre otros, de los conocidos GAFA, anagrama para Google, Apple, Facebook y Amazon, a las que se suman apenas algunas más como Netflix o Microsoft. En la misma línea Emili Prado agrega que:

> Cada nueva oleada de innovación en las tecnologías de la comunicación aplicables al sector audiovisual ha estimulado relatos eufóricos sobre el advenimiento de la diversidad de contenidos al que tendrían acceso los ciudadanos, siguiendo el hilo de una ecuación que se enunciaba en los siguientes términos: multiplicidad (de canales) = diversidad (de contenidos). La confluencia de la revolución digital y la revolución de las redes (internet) no hizo sino renovar tales relatos eufóricos y, como novedad, atribuir al usuario un rol determinante en el estímulo de la diversidad, sea por su potenciada capacidad de elegir contenidos entre una oferta multiplicada, sea por su habilitación como generador de contenidos. (Prado, 2016, p. 365)

[48] DPI: Derechos de Propiedad Intelectual.

[49] Entrevista a George Yúdice en el diario La Nación. Disponible el 30/05/2018 en http://www.lanacion.com.ar/1792906-internet-hoy-esta-disputando-el-poder-a-los-estados

Asimismo, la gestión de la abundancia de contenidos *online* se vuelve un desafío adicional por las dificultades que representa y las habilidades requeridas para un acceso y uso significativo de los contenidos que no redunden en la apertura o ensanchamiento de nuevas brechas digitales (Van Dijk, 2006). En este punto, las plataformas tienen un rol decisivo para otorgar o no visibilidad a los *contenidos portadores de diversidad*[50], y las oportunidades de ser hallados por las audiencias dependen de políticas editoriales, en ocasiones mediadas por algoritmos que "en su intento de personalizar los resultados tienden a dejar invisibles productos que potencialmente podrían interesar al usuario pero que difícilmente llegará a conocer si se le recomiendan los productos que concuerdan con sus gustos ya conocidos" (Prado, 2016, p. 329). Como advierte este autor, salvo aquellas minorías que cuentan con habilidades de búsqueda diferenciales, muchos contenidos de interés cultural, educativo y social quedarán sepultados en la red, imponiéndose, de no mediar políticas públicas que promuevan la diversidad, las fuerzas estandarizadoras y homogeneizantes del mercado. En suma, ni las llamadas "plataformas" de internet ni los algoritmos sobre los que funcionan son mecanismos objetivos o neutrales, por el contrario, son producto de la creación humana, expresan decisiones políticas y editoriales, y actúan creando "regímenes de visibilidad" (Morozov, 2015, p. 176).

Desde el punto de vista de los usuarios, el consumo de contenidos en estas plataformas virtuales se produce crecientemente al interior de burbujas de sentido, donde los mensajes que recibimos —mediados por algoritmos especialmente calibrados— son adaptados y personalizados. Así, cada usuario recibe más de aquello que refuerza sus ideas preexistentes y le permite ratificar sus creencias, interfiriendo artificialmente el debate democrático y la producción social de sentido. Las redes son también terreno fértil para las noticias falsas, o *fake news*, conceptos relacionados que describen ese campo minado de mentiras; viralización bienintencionada u operaciones maliciosas que buscan instalar temas, atributos o definiciones apelando a las emociones antes que a la razón.

La recolección, tratamiento y explotación de los datos por parte de estas plataformas digitales les permite incursionar con altos niveles de efectividad en el terreno de la distribución de contenidos audiovisuales artísticos e informativos. Sin embargo, en términos de diversidad, Murdock (2017) advierte que las grandes empresas de internet están "expresamente diseñadas para promover géneros que ya son populares entre los espectadores" (2017, p. 46), evitando cualquier tipo de disonancia con sus preferencias preexistentes. Al respecto, el autor sostiene que "esta personalización intensificada es contraria al principio democrático fundamental de deliberación abierta y respetuosa sobre los temas y preocupaciones comunes" (2017, p. 47). Sin desconocer las limitaciones existentes, y las marchas y contramarchas que las televisoras públicas europeas han mostrado a lo largo de su historia, el autor entiende que la provisión de recursos esenciales para el ejercicio de una ciudadanía activa (en este caso, en nuevos medios *online*) ha sido desde siempre el corazón del servicio público de radiodifusión. No siempre se ha conseguido, admite Murdock, "pero es una ambición central permanente"[51] (2017, p. 47).

Invisibles, prominentes, periféricos

[50] Énfasis agregado por el autor.

[51] Traducción propia, en el original: "It has not always been achieved, but it is an abiding core ambition".

Afirma Jakubowicz (2006) que, para tener futuro en el nuevo entorno, los medios estatales deben "conservar sus características básicas y cambiar significativamente". Es que su expansión a internet se produce en un contexto de tensión originado por el hecho de tener que prestar un servicio fundado como lineal y demarcado por una territorialidad nacional, adaptándose a los requerimientos de un entorno digital con una fuerte presión competitiva y funcionamiento global.

En esta línea, Peter Goodwin (2017) señala que la producción global y distribución local que se habilita con las redes, deja escaso margen a instituciones como los medios estatales ubicados territorialmente en naciones específicas y con políticas de contenidos más enfocadas hacia la producción nacional (2017, pp. 32-33). Goodwin, quien piensa los medios públicos europeos en los años recientes, sitúa su análisis en el trasfondo político neoliberal que tiene lugar en muchos países de la eurozona. Para el autor, las políticas neoliberales son un escollo para las organizaciones públicas, que son frecuentemente ahogadas financieramente, y sobreviven en contextos políticos y económicos adversos, lo que dificulta su desarrollo expansivo hacia nuevas plataformas (2017, p. 33). Concomitantemente a la marginación interna derivada de políticas neoliberales que procuran restringir la actividad estatal, el autor identifica una segunda forma de marginalización: para Goodwin los medios públicos europeos son también marginales en los debates referidos a la gobernanza de la red, que incluye temas que no le son ajenos, como las amenazas a la privacidad, la comercialización de datos, el dominio de mercado y la proliferación de noticias falsas, entre otros tópicos (2017, pp. 29-30).

No obstante, la amenaza de los gigantes tecnológicos es un desafío para todos los actores del ecosistema mediático tradicional tanto públicos y privados, incluidos aquellos mejor establecidos. Como observan Delgado y Prado (2012), "el tráfico de video en Internet no está precisamente ni liderado por la iniciativa de cadenas y productoras, ni tampoco gestionado por ellas" (Delgado & Prado, 2012, p. 92), si no por los nuevos jugadores.

A esto se suma el riesgo de perder el reconocimiento de marca —uno de los activos diferenciales que los medios tradicionales transfieren hacia sus versiones *online*— entre las nuevas generaciones, que ya no acceden a las versiones lineales de las emisoras. Esta situación interpela por igual a medios públicos y privados consolidados: en el caso particular de los públicos, según un informe del regulador británico OFCOM, de 2018, el reconocimiento de marca de la histórica BBC entre el público entre 12 y 15 años es más bajo que el de plataformas como Netflix y YouTube (OFCOM, 2018, p. 9).

Los cambios en el ecosistema mediático y la fragmentación en el consumo audiovisual de las audiencias llevó a Graham Murdock a acuñar el concepto de *digital commons* en 2005. Según esta idea, los medios públicos debían ganar protagonismo en internet para contrarrestar la fragmentación que supone el consumo individualizado de contenidos, proponiendo actividades que mantuvieran, al menos, una mínima base de experiencia compartida (Murdock, 2005). Doce años más tarde, el autor se muestra aún más convencido de la necesidad de colocar a los medios estatales como actores centrales en el entorno *online*, en parte porque "estamos asistiendo a una clausura acelerada del espacio digital, siendo que los usos cotidianos de internet se encuentran cada vez más comandados por unas pocas corporaciones que ejercen un control monopólico sobre sus principales áreas de operación"[52] (Murdock, 2017, p. 45).

[52] Traducción propia, en el original: "we are witnessing an accelerating enclosure of digital space with command over routine daily uses of the internet increasingly concentrated in the hands of corporations that exercise monopoly control over their primary areas of operation".

En el mundo de la televisión lineal la regulación suele incluir reglas de tipo "*must carry*" y "*must offer*", que garantizan que determinadas señales, entre ellas las de aire y las de titularidad estatal, sean incluidas en la grilla de los sistemas de televisión digital terrestre, de cable o satélite. En algunos casos, las normativas ofrecen además indicaciones precisas sobre el ordenamiento de la grilla de la TV paga para agrupar las señales por temas y garantizar visibilidad a las de servicio público. Estas regulaciones, no obstante, fueron diseñadas antes o en medio de la emergencia de internet como plataforma de distribución de contenidos audiovisuales. La traducción de estos principios al mundo *online* podría reconocerse en la noción de "prominencia"[53], que exige a las plataformas *online* que determinados contenidos tengan cierta visibilidad en el catálogo a demanda o en la grilla electrónica de programación. No obstante, se trata de un concepto difuso, sin mayor desarrollo, cuya implementación en última instancia queda enteramente en manos de los propietarios de las plataformas, que tenderán a basar sus decisiones editoriales en criterios comerciales que les permitan retener a los usuarios la mayor cantidad de tiempo posible en sus plataformas, antes que en la experimentación o promoción de la diversidad.

Según el ya citado informe de OFCOM, los medios públicos del Reino Unido se han adaptado adecuadamente a los cambios tecnológicos pasados y desarrollos del mercado, y el ente regulador confía en que puedan volver a adaptarse a los desafíos de la era digital, siempre que tomen las acciones adecuadas. Sin embargo, reconoce que para eso puede llegar a ser necesario "el acompañamiento del Parlamento y el regulador"[54] (2018, p. 5). Al respecto, OFCOM sugiere una posible extensión del régimen de "prominencia" al actual régimen de visualización a demanda: "Si el Parlamento considerara que la prominencia en los servicios a demanda es crucial para la salud futura del servicio público de radiodifusión, y esto pudiera alcanzarse únicamente a través de la regulación, dicha legislación sería necesaria"[55] (2018, p. 13). Sin embargo, reconoce también que "la creciente importancia de la personalización, los motores de recomendación y la búsqueda por voz dificultarán la regulación de cualquier tipo para garantizar el prominencia [online]" y da cuenta de la existencia de un debate internacional acerca de cómo abordar los desafíos de prominencia a largo plazo[56] (2018, p. 12).

En este apartado hemos seleccionado deliberadamente una serie de autores y documentos provenientes del contexto Europeo para plantear la preocupación existente en relación a la posibilidad de pérdida de relevancia o prominencia de sus **televisoras públicas** en el entorno *online.* No es un hecho menor, siendo que se trata de uno de los centros de poder del mundo, donde la **radiodifusión de servicio público** cuenta con larga tradición. Esta decisión

[53] Ya en 2010, la Directiva 2010/13/UE, dispuso en relación a los servicios VOD el fomento de la producción de obras europeas y su acceso, "cuando sea factible y con los medios adecuados", a través de contribución financiera a la producción, adquisición de derechos y/o la incorporación en su oferta de contenidos con disposición prominente dentro del catálogo (art. 13.1).

[54] Traducción propia, en el original: *It can adapt again to the challenges of the digital age if it takes the right action, with the support of Parliament and the regulator*.

[55] Traducción propia, en el original: *Parliament were to take the view that prominence of on-demand services is crucial for the future health of the public service broadcasters and could be achieved only through regulation, primary legislation would be required*.

[56] Traducción propia, en el original: […] *the growing importance of personalisation, recommendation engines and voice search will make it harder for regulation of any kind to guarantee prominence. As a result, there is a growing international debate about how to address the challenges of prominence in the longer term*.

busca introducir la pregunta por la situación marginal de la televisión y la radio públicas en América Latina y sus posibilidades reales de un desarrollo expansivo y relevante en internet desde un contexto periférico, teniendo en cuenta el contexto mediático de creciente tendencia hacia la mundialización (Varela, 2014).

La convergencia, en este caso de la televisión y la radio lineal tradicional con internet, es más que una mera situación o contexto posibilitado por el avance tecnológico y el levantamiento de las tradicionales barreras técnicas que mantenían separadas la industria de los medios y la de conectividad. La convergencia representa un nudo problemático en sí mismo, no solo por su carácter polisémico, sino porque involucra a una multiplicidad de actores con características muy distintas entre sí, que disputan un juego que tiene lugar sobre un terreno desnivelado. Por esto, tal como reflexiona Daniela Monje:

> La convergencia, como cualquier proceso de introducción de innovaciones, define centros y periferias. En el sector info-comunicacional los procesos convergentes –sean estos regulatorios, tecnológicos, de actores o de servicios– en general tienen lugar sobre la base de asimetrías preexistentes, lo cual implica –de no mediar intervenciones estatales– sólo la supervivencia de algunos agentes económicos, en un mercado que naturalmente tiende a la concentración y la exclusión. (Monje, *et al*., 2017, p. 200)

Los proyectos público-estatales de Argentina en internet

Como ya hemos dicho, el ingreso de los medios del Estado a internet se realiza sobre la base de sus antecedentes, sobre sus fallas y aciertos, en relación a su historia y a un contexto. En el caso argentino, la marginalidad dentro del sistema de medios, la intrusión gubernamental en la línea editorial y su consecuente pérdida de legitimidad, han sido, —con algunas excepciones— constantes a lo largo de la historia. No obstante, durante los tres gobiernos kirchneristas (2003-2015) **los medios estatales** ganaron centralidad y mayores recursos, que le permitieron incursionar en proyectos multiplataforma. En este apartado se presenta una descripción de los principales de esos proyectos, junto a sus transformaciones a partir del cambio de gobierno en diciembre de 2015.

TV Pública (Canal 7): el canal creó en 2008 un área específica destinada a sus diversos proyectos web[57] y en 2010 inició la publicación masiva de contenidos en internet. Hasta la fecha se han publicado unas 200 mil horas de contenido audiovisual obteniendo niveles millonarios de reproducciones desde distintos países del mundo. Inicialmente se evaluó la posibilidad de generar una infraestructura de alojamiento y reproducción propia, pero la idea fue considerada inviable desde un punto de vista económico, por lo que todos los materiales fueron publicados en YouTube (Rivero, 2014). La actual gestión independizó la unidad web de la Gerencia de Ingeniería a la que pertenecía, y creó una Gerencia de Medios Digitales, con lo cual las operaciones en internet ganaron reconocimiento y jerarquía. No obstante, la caída de los niveles de audiencia del canal afectaron a la baja las reproducciones de los videos en internet[58].

[57] Sitio web principal de Canal 7 desde donde remite a sus diferentes proyectos web: http://www.tvpublica.com.ar/.

[58] Dato aportado por la responsable de medios digitales de la TV Pública durante el Taller Producción de Informativos locales: construcción de agendas y nuevos lenguajes realizado el 11/05/2018 en Córdoba, Argentina. Disponible en: https://youtu.be/q65DkMEHnhw.

Conectate.gob.ar: el nacimiento de esta plataforma de video se enmarca en el surgimiento de Canal Encuentro, del Ministerio de Educación de la Nación, que comenzó a emitir en marzo de 2007. En el decreto que crea el canal se indica expresamente incluir el desarrollo de "innovaciones tecnológicas y educativas combinando interactivamente las posibilidades de internet y de la televisión educativa" (Decreto 533/05). Conectate.gob.ar, plataforma desarrollada y administrada por Educar S.E., reunía contenidos de los canales Encuentro, PakaPaka, DeportTV y el portal educ.ar. Disponible en múltiples dispositivos y sistemas operativos, los suscriptores podían optar entre descargar o hacer *streaming*. Esta plataforma fue cerrada en abril de 2018 por la actual gestión del presidente Mauricio Macri.

Contenidos Digitales Abiertos (CDA): lanzada a comienzos de 2012, esta plataforma se inscribe en el despliegue de la Televisión Digital Terrestre (TDT, localmente nombrada como Televisión Digital Abierta). Tras adoptar la norma nipona-brasileña ISDB-T en 2009, se diseñó una compleja arquitectura institucional que, con cabecera en el ex Ministerio de Planificación de la Nación, llevó adelante la implementación de la TDT en sus aspectos técnicos y de contenidos. El Plan Operativo de Fomento y Promoción de Contenidos Audiovisuales Digitales impulsó concursos federales y nacionales que resultaron en la producción de cientos de horas de miniseries de ficción y documentales. CDA fue ideada como una ventana de exhibición libre y gratuita en internet para estos contenidos, que a su vez integraban un reservorio denominado Banco Audiovisual de Contenidos Universales Argentino (BACUA). En octubre de 2016, transcurrido un año de gobierno de la actual gestión, la plataforma fue cerrada y sus contenidos permanecieron fuera del acceso público hasta mayo de 2018, cuando el Sistema Federal de Medios y Contenidos Públicos (SFMyCP) lanzó la plataforma Cont.ar, que retoma y amplifica sus prestaciones.

Archivo Histórico RTA (ex Prisma): el archivo sonoro y televisivo de los medios del Estado argentino es uno de los más antiguos y extensos del país. La Televisión Pública (Canal 7) conserva 57 mil horas de video que datan desde 1956, y Radio Nacional unas 160 mil horas de audio, a partir de 1938. Desde 2009 se fueron generando condiciones de infraestructura para detener el deterioro de los soportes físicos, almacenarlos en condiciones adecuadas y digitalizarlos. El Poder Ejecutivo le otorgó al proyecto un encuadre normativo específico mediante la sanción del decreto 378/13, que encomienda al Archivo la "administración y conservación de todos los registros sonoros, documentales, videográficos y cinematográficos actualmente existentes" en las dependencias de RTA S.E. Además, indica que la empresa estatal debía "posibilitar el acceso universal a los registros en calidad no *broadcasting* y de baja definición". En efecto, la publicación del sitio web archivoprisma.com.ar a fines de 2015 fue el costado público e hito más visible de la iniciativa; allí se alojaba de manera libre y abierta una cantidad creciente de material audiovisual de valor histórico. No obstante, la nueva gestión presidencial adujo conflictos referidos al reconocimiento del mapa de derechos de las piezas, que eran publicadas en YouTube, e introdujo restricciones que lo redujeron a un catálogo de contenidos de acceso condicionado y a demanda.

Cine.ar Play (ex Odeón): nacido como Odeón en noviembre de 2015, se trata de un trabajo conjunto entre el Instituto Nacional de Cine y Artes Audiovisuales (INCAA) y la Empresa Argentina de Soluciones Satelitales S.A. (ARSAT). Ofrece una suscripción gratuita a unas 467 películas y 45 series, entre otros contenidos. En 2017 lanzó "Cine.ar Estrenos", con 23 títulos bajo el modelo de pago por transacción (TVOD). Disponible en todo el territorio nacional desde su inicio, se espera que la plataforma se expanda a la región. Fue el primer proyecto para internet del Estado Nacional en proponer un modelo de distribución integrador, donde

confluyeron contenidos originales de las demás plataformas estatales que, hasta antes de su aparición, funcionaban como proyectos independientes con escasos puntos de contacto. Por el contrario, en Cine.ar Play convergían contenidos gratuitos de CDA, Conectate.gob.ar (Educar S.E.) y el ex Archivo Prisma (RTA S.E.). No obstante, el cambio de gestión desvinculó la plataforma de los demás emprendimientos. A agosto de 2017 contaba con 620 mil usuarios registrados y casi 200 mil reproducciones mensuales[59].

Cont.ar: se trata de la plataforma de *streaming* y video a demanda lanzada por el SFMyCP en mayo de 2018 sobre servidores de Amazon Web Services (AWS). Incluye la programación en vivo y materiales a demanda de todos los canales que integran el Sistema de Medios Públicos: Encuentro, Pakapaka, DEPORTV, TV Pública, y también contenidos del CCK, Tecnópolis y Radio Nacional. Además, repone las ficciones de fomento que alojaba el extinto CDA y algunos contenidos del ahora restringido Archivo Histórico RTA. En cierta forma, es el reflejo web de la concentración de canales, radios y proyectos culturales públicos bajo una misma repartición que encarna el SFMyCP, antes dispersos en distintas dependencias del Estado.

A modo de cierre

La estrategia web de Canal 7 nace condicionada por la imposibilidad económica de afrontar con sus propios recursos el desarrollo de una infraestructura adecuada para dar soporte tecnológico a la reproducción de sus contenidos en internet. Desechada por inviable la posibilidad de construir una plataforma propia, realizada con software libre, independiente de reproductores de video mundiales, la emisora suscribe un acuerdo con YouTube que determina la forma de su modelo en línea hasta estos días.

Algunos años más tarde, los contenidos del Archivo Histórico también se alojarían en esta plataforma. Así, el canal cedía a YouTube la custodia y control de sus contenidos, y la posibilidad misma de que permanezcan accesibles. De hecho, en mayo de 2018 YouTube dio de baja la cuenta principal del Canal, bloqueándolo durante varios días: “Esta cuenta se ha cancelado porque hemos recibido varias reclamaciones por infracción a los derechos de autor de terceros relacionados con el material publicado por el usuario”, fue la explicación que dio la plataforma que de esta forma aplicaba extraterritorialmente lo que en Estados Unidos es parte de su regulación[60], pero que en Argentina significó la imposición de los términos de uso de un servicio privado por encima de las garantías y leyes vigentes en el país para dar resolución a casos como este.

Algunas otras experiencias estatales como CDA y el actual Cine.ar Play, por ejemplo, utilizaron la infraestructura de ARSAT para soportar el alojamiento y *streaming* de sus contenidos. La empresa pública de servicios satelitales cuenta con uno de los *data centers* más importantes del país.

Por su parte, Cont.ar, la plataforma que concentra todos los servicios *online* del **sistema de medios públicos** utiliza los servicios de Amazon Web Services a partir de un acuerdo celebrado entre el Estado Nacional y esa empresa norteamericana. "Los datos personales

[59] Según datos del informe *New Media Essentials* de la Consultora *Business Bureau* para agosto de 2017.

[60] Más específicamente es parte de la normativa estadounidense la *Digital Millennium Copyright Act* (DMCA) que incluye entre sus previsiones el sistema de notificación y bajada de contenidos una vez que el intermediario ha tomado conocimiento de alguna posible infracción al copyright sin necesidad de intervención judicial.

de los usuarios son almacenados en servidores locales como así también de un tercero que presta el servicio de Cloud Computing", por lo que explicitan la "transferencia internacional de datos", según se lee en los términos de uso del servicio[61]. A su vez, se señala que los datos que recopila el sistema[62], a la usanza de Netflix y otros servicios similares, se utilizarán para "optimizar y personalizar" la plataforma y adecuar los servicios a las preferencias de los usuarios "como asimismo para ofrecerle nuevos servicios o productos".

Los casos relatados ilustran los riesgos de la dependencia de las plataformas globales, que hacen primar sus términos y condiciones por encima de cualquier regulación nacional existente, por un lado, y la traslación de las prestaciones ideadas para servicios con fines estrictamente comerciales hacia el sector público audiovisual, como es el caso del uso de datos personales y la intermediación algorítmica con fines editoriales. En este punto es clave reconocer la situación frágil y periférica de nuestros sistemas de medios en América Latina, junto a los riesgos de una introducción subordinada frente a las lógicas de los exponentes del capitalismo digital a nivel global.

Como plantea Varela, si existiera una "historia mundial" de los medios, es difícil imaginar en ella un lugar destacado para América Latina. Polémica al margen, la autora continúa y dice además que si esa historia mundial existiera "estaría probablemente dominada por los países que 'inventan' las técnicas y las incorporan en su sociedad por primera vez" (Varela, 2014, p. 267). Asumiendo incluso una inevitable introducción periférica, ¿cómo pensar la especificidad latinoamericana en este "nuevo" contexto? ¿Hay todavía margen para el diseño de respuestas a nivel regional? ¿Qué estrategias pueden desplegar los **medios estatales** realmente existentes para un desarrollo expansivo y prominente en el entorno digital?

La incursión de nuevos agentes globales en la prestación de servicios audiovisuales en internet coloca en una situación periférica a los actores locales de menor porte. Este escenario genera nuevos interrogantes y desafíos que no fueron abordados en profundidad en este artículo y aparecen como líneas posibles para futuras investigaciones.

En materia regulatoria, por ejemplo, se observa una intervención estatal acotada que se limita al cobro de impuestos y, de momento, no contempla otros temas como la imposición de cuotas de pantalla, obligación de financiamiento a la producción local y la disposición prominente dentro del catálogo, entre otras posibles. La dificultad para aplicar regulaciones nacionales a estos actores globales pone de manifiesto la necesidad de explorar posibles respuestas regulatorias a escala regional, aspecto que queda planteado como línea de trabajo a futuro.

---

[61] Para más detalles ver los Términos de uso de la plataforma Contar en https://www.cont.ar/terminos

[62] Además de los datos personales que el usuario cede al registrarse, el sistema recopila otro tipo de información que sirve para personalizar la plataforma y, eventualmente, tomar decisiones editoriales: "Recopilamos información cuando Ud. utiliza nuestros Servicios como así también aquella relacionada con su computadora o cualquier dispositivo que utilice para acceder a nuestros Servicios (por ejemplo un smart TV, dispositivos móviles y decodificadores). Esta información puede incluir: su actividad en el servicio "on demand" o cualquier otro similar, selección de títulos, el historial de visualización y las consultas de búsquedas; detalles sobre sus interacciones con el servicio al usuario (como la fecha y hora de la consulta); identificación de dispositivos (ID), características de software y dispositivo (como tipo y configuración), información de conexión, estadísticas sobre visualización de las páginas, URL de referencia, direcciones de IP (protocolo de internet o número que identifica un dispositivo en una red, tales como un ordenador o una impresora); información recopilada mediante el uso de cookies, señalizaciones web y otras tecnologías similares".

Otro aspecto vinculado a la creación de nuevas barreras de entrada para eventuales oferentes diversos en el nuevo entorno es la tendencia creciente de integración, que se observa entre las nuevas empresas de internet, que comienzan a distribuir contenidos audiovisuales, y los actores info-comunicacionales tradicionales. Es decir, en materia de distribución, la tendencia muestra diferentes tipos de acuerdos entre los servicios de video a demanda OTT y las empresas de telecomunicaciones y operadores de TV paga. Aunque este último aspecto tampoco fue analizado en este artículo, se trata de un tipo de alianza estratégica que se verifica de manera creciente en Argentina y la región y representa una línea de investigación a seguir.

Referencias bibliográficas

Baladron, M., Rivero., & Roca, A. (2016). *Políticas digitales de democratización en la Argentina 2010-2015*. Actas del XVIII Congreso RedCom Facultad de Periodismo y Comunicación Social, UNLP y Facultad de Ciencias Sociales, UBA. La Plata y CABA, 6-9 de septiembre de 2016. Disponible en: http://perio.unlp.edu.ar/ojs/index.php/actas/article/view/3707/3093

Becerra, M. (2010). *Mutaciones en la superficie y cambios estructurales. América Latina en el Parnaso informacional*. En De Moraes, D. (comp.) *Mutaciones de lo visible. Comunicación y procesos culturales en la era digital.* PAIDOS Estudios de Comunicación.

Becerra, M. (2013). *La televisión pública en América Latina: condicionantes y desafíos*. En Instituto de Estudios sobre Comunicación (ed.) *Pensar la Televisión Pública ¿Qué modelos para América Latina?* Buenos Aires. La Crujía.

Becerra, M. (2015). *De la Concentración a la Convergencia. Políticas de Medios en Argentina y América Latina*. Paidós, Buenos Aires.

Belli, L., Schwartz, M., & Louzada, L. (2017). *Selling your Soul while Negotiating the Conditions: From Notice and Consent to Data Control by Design*. En *The Health and Technology Journal*. Springer-Nature [draft] http://internet-governance.fgv.br/sites/internet-governance.fgv.br/files/publicacoes/from_notice_and_consent_to_data_control_by_design_final.pdf

Bolaño, C. (2013). *Industria Cultural, información y capitalismo*. Gedisa: España

Delgado, M. & Prado, E. (2012). *Outside the box: la televisión más deseada*. En León, B. *La Televisión ante el Desafío de Internet*. Comunicación Social Ediciones y Publicaciones. España

Goodwin, P. (2017). *An Impossible Challenge for Public Service Media? The Intellectual Context of the Networked Society*. En Lowe, G., Van den Bulck, H. & Donders, K. (eds.) *Public Service Media in the Networked Society*. Nordicom, University of Gothenburg: Sweden

Jakubowicz, K. (2006). *PSB: the Beginning of the end or a new Beginning in the 21st Century*. RIPE p.14 y ss. Disponible en: http://ripeat.org/wp-content/uploads/2010/03/Jakubowicz_KeynotePaper.pdf

Marino, S. (2018). *La oferta audiovisual, ¿ampliada?*. En *Revista Fibra* N° 20. Disponible en http://papel.revistafibra.info/la-oferta-del-audiovisual-ampliada/

Monje, D., Rivero, E. & Zanotti, J.M. (2017). *Nuevas disputas por el Derecho a la Comunicación en Argentina: el giro a la derecha a partir de diciembre de 2015*. En Sierra, F. & Vallejo, R. (eds.) *Derecho a la comunicación. Procesos regulatorios y Democracia en América Latina y Ecuador*. Ediciones CIESPAL, pp 65-96. Disponible: https://proyectoecanet.files.wordpress.com/2016/10/monje-rivero-zanotti-politicas-comunicacion-argentina-ciespal-2016.pdf

Monje, D., Rivero, E., *et al*. (2017). *Otro territorio. Impacto de la convergencia periférica en el sector audiovisual de la Economía Social y Solidaria en Argentina*. En Cabral, A., Bolaño, C., Araujo. D, Andacht, F. & Paulino F. (Eds.), *Nuevos Conceptos y Territorios en América Latina* (pp. 199-229). Brasil: ALAIC. Recuperado de: https://goo.gl/r9s69Z

Morozov, E. (2015). *Los peligros de la mediación algorítmica*. En *La locura del solucionismo tecnológico*. (pp. 165-206). Buenos Aires, Capital Intelectual.

Murdock, G. (2005). *Building the Digital Commons. Public Broadcasting in the Age of the Internet*. En Lowe, G. F. & Jauert, P. (Eds.), *Cultural Dilemmas in Public Service Broadcasting* (pp. 213-230). Göteborg: Nordicom. Disponible en: http://www.kulturteknikker.hivolda.no/filer/505.pdf

Murdock, G. (2017). *Reclaiming Digital Space. From Commercial Enclosure to the Broadcast Commons*. En Lowe, G., Van den Bulck, H. & Donders, K. (eds.) *Public Service Media in the Networked Society*. Nordicom, University of Gothenburg: Sweden

OFCOM (2018). *Public service broadcasting in the digital age. Supporting PSB for the next decade and beyond*. Disponible en https://www.ofcom.org.uk/__data/assets/pdf_file/0026/111896/Public-service-broadcasting-in-the-digital-age.pdf

Prado, E. (2016). *Desafíos para la diversidad audiovisual en internet*. En Albornoz, L. & García Leiva, M.T. (eds.) *El audiovisual en la era digital. Políticas y estrategias para la diversidad*. [mimeo] Cátedra: Madrid

Rioux, M. & Verdugo Ulloa, F. (2016). *Hacia una nueva gobernanza global de las industrias culturales en la era digital*. En Albornoz, L. & García Leiva, M.T. (eds.) *El audiovisual en la era digital. Políticas y estrategias para la diversidad*. [mimeo] Cátedra: Madrid.

Rivero, E. (2014). *Televisión, Internet y Democratización. El caso de Canal 7 online*. Tesis de Maestría en Industrias Culturales. Universidad Nacional de Quilmes: Bernal. Disponible en: https://ridaa.unq.edu.ar/handle/20.500.11807/785

Rivero, E. (2018). *La mala hora: Cambiemos y su política de medios públicos*. Un balance a dos años del Sistema Federal de Medios y Contenidos Públicos". *Revista Fibra*. (pp. 18-25). Año 4 N°19. Feb-mar 2018. Disponible en: http://papel.revistafibra.info/la-mala-hora-cambiemos-politica-medios-publicos/

Rodríguez-Fernández M.M., Sánchez-Amboage E., & Toural-Bran, C. (2018). *Las radiotelevisiones públicas europeas en el entorno web*. *Revista Latina de Comunicación Social*, 73, pp. 911 a 926. Disponible en: http://www.revistalatinacs.org/073paper/1288/47es.html

Van Dijk, J. (2006). *Digital divide research, achievements and shortcomings*. En *Poetics 34*, pp. 221-235, University of Twente, Enschede, Holanda.

Varela, M. (2014). *Él miraba televisión, you tube. La dinámica del cambio en los medios*. En Carlón, M. & Scolari, C. (eds.) *El fin de los medios masivos*. Buenos Aires: La Crujía.

Zallo, R. (2016). *Políticas culturales y comunicativas para la diversidad de las expresiones culturales: una aproximación*. En Albornoz, L. & García Leiva, M.T. (eds.) *El audiovisual en la era digital. Políticas y estrategias para la diversidad*. [mimeo] Cátedra: Madrid.

Análisis de los espacios deliberativos de políticas públicas en cultura: La democracia cultural en Uruguay (2005-2017)

Analysis of the deliberative spaces of public policies in Culture: Cultural democracy in Uruguay (2005-2017)

Santiago Turenne[63]

Resumen

El presente artículo busca lograr un acercamiento a los principales conceptos, objetivos, preguntas de investigación y metodología a ser aplicada en un proyecto de tesis[64], en estado de desarrollo. Dicho proyecto tiene por objetivo relevar y analizar los mecanismos otorgados por el Estado uruguayo para la deliberación de asuntos públicos en cultura entre 2005 y 2017, cuestionar el paradigma político de la democracia cultural y definir la frontera entre lo político y lo social.

Palabras claves: políticas públicas, democracia cultural, espacios participativo-deliberativos.

Introducción

Entendiendo a las políticas públicas como la intervención que el Estado realiza resultado de acciones emanadas de un sistema integrado por el propio Estado, el sector privado y la sociedad civil (De Torres, 2009, p.186), el proyecto de investigación titulado *Análisis de los espacios deliberativos de políticas públicas en Cultura: La democracia cultural en Uruguay (2005-2017)* busca relevar, sistematizar y analizar los mecanismos implementados por el Estado uruguayo para la deliberación de políticas públicas en cultura durante el período 2005-2017, permitiendo cuestionar la implementación del paradigma político de la democracia cultural en el Uruguay.

Sus principales preguntas de investigación son: ¿Qué características y particularidades tienen en el Uruguay los procesos deliberativos de políticas públicas en cultura? ¿Quiénes participan? ¿Cómo toman las decisiones? ¿Qué alcance de autoridad tienen esos espacios? Asimismo, acompañarán su futuro análisis teórico las siguientes preguntas orientadoras: ¿Podemos definir la deliberación racional y pública de los individuos como un modelo democrático acorde a la contemporaneidad uruguaya? ¿Cómo es la relación Estado–sociedad en el ámbito cultural uruguayo? ¿Bajo qué paradigma político de acción cultural se encuentra actualmente el Uruguay? ¿Los espacios deliberativos de políticas públicas en cultura en el Uruguay atienden los valores democráticos de legitimidad, gobernanza eficaz y justicia?

---

[63] Licenciado en Ciencias de la Comunicación, Facultad de Información y Comunicación, Udelar. Email: santiagoturenne@gmail.com.

[64] En el marco de la tercera cohorte de la Maestría de Información y Comunicación de la Facultad de Información y Comunicación de la Universidad de la República de Uruguay

De este modo, basado en la crítica del modelo jerárquico de cultura, así como en la apreciación del carácter plural de las sociedades contemporáneas, el proyecto de investigación se propone estudiar la democracia cultural como "garante de la libre expresión cultural en los espacios públicos y la participación efectiva en los espacios institucionalizados de decisión política" (De Sousa Márquez, 2015). Por lo tanto, contribuir, bajo el horizonte disciplinar de las teorías democráticas, "a redefinir las fronteras entre lo político y lo social, o si se quiere, entre el Estado y la sociedad" (Ortiz, 2006, p.53).

Marco teórico

Para abordar la democracia cultural como un paradigma político de acción cultural (García Canclini, 1987) es necesario definir a la cultura desde su concepción antropológica:

> La cultura no es ya sólo una acumulación de obras y de conocimientos que una minoría selecta produce, recoge y conserva para ponerlos al alcance de todos, o que un pueblo rico en pasado y en patrimonio ofrece a otros como un modelo del que les había privado su historia; que la cultura no se limita al acceso de las obras de arte y a las humanidades, sino que es al mismo tiempo adquisición de conocimientos, exigencias de un modo de vida y necesidad de comunicación; que no es un territorio que ha de conquistarse o poseerse, sino una manera de comportarse consigo mismo, con sus semejantes y con la naturaleza. Que no es solamente una esfera que conviene todavía democratizar, sino que se ha convertido en una democracia que es necesario poner en marcha. (Unesco, 1972, p.22)

En concordancia, la democracia cultural, según el planteamiento de García Canclini (1987), se sustenta en la relevancia de la participación activa del ciudadano durante el proceso de creación cultural, estimulando la acción colectiva, organizada y autogestionada de los individuos para hacer valer el ejercicio de sus derechos culturales[65]. Por lo tanto, "se intenta que los propios sujetos produzcan el arte y la cultura para resolver sus problemas y afirmar o renovar su identidad" (García Canclini, 1987, p. 51).

La democracia cultural se presenta como una alternativa a otro paradigma que supo predominar la acción cultural durante la década de los sesenta y setentas: la democratización cultural. Ésta fue caracterizada por un modelo de política pública difusionista y de popularización de la "alta cultura". Se basa en la hipótesis de que una mayor difusión del arte permitiría reducir las brechas en cuanto a su acceso. Sin embargo, la democratización cultural supo enfrentar al menos dos críticas: por un lado, la calificación de acción cultural elitista por medio de un Estado paternalista y, por otro, la de no cambiar radicalmente las formas de producción y consumo de los bienes simbólicos (García Canclini, 1987, pp.46-49).

Según lo expresado anteriormente, De Sousa Márquez (2015) con el objetivo de presentar una lectura crítica del modelo jerárquico de cultura, sostiene:

> (…) las políticas culturales públicas, desde la perspectiva de un proyecto de democracia cultural, deben buscar la dinámica y la pluralidad cultural inherentes a las sociedades contemporáneas, a los espacios sociales cada vez más plurales. Precisan buscar, también, la

[65] "Toda persona tiene derecho a tomar parte libremente en la vida cultural de la comunidad, a gozar de las artes, y a participar en el progreso científico y en los beneficios que de él resulten" (Declaración Universal de los Derechos Humanos de Naciones Unidas, 1948. Artículo 27).

> ampliación de las posibilidades de participación en las instancias de decisión política en el proceso de formulación de políticas culturales públicas. (p.50)

Así, la participación ciudadana se presenta como un instrumento para mejorar la calidad democrática. En este sentido, Font, Fernández y García (2017) afirman que los ejercicios de participación permiten: i) legitimar políticas públicas concretas y/o instituciones que las llevan adelante; ii) dar lugar a la representación de los intereses plurales de ciudadanos; iii) conseguir resultados concretos: ideas o recomendaciones dirigidas a las autoridades o, en caso de no suceder, mejorar la convivencia social y/o la comunicación entre la sociedad civil y las administraciones públicas.

Desde esta misma perspectiva, Fung (2015) concluye que los valores democráticos, tales como la legitimidad, la gobernanza eficaz y la justicia, pueden ser alcanzados a través de la participación pública. "Cuidadosamente diseñada- lo cual no quiere decir manipulada- la participación puede ser un medio efectivo para llevar a cabo los valores de la buena gobernanza" (Fung, 2015, p. 30).

En relación a los resultados de la participación ciudadana, Font, Fernández y García (2017) se preguntan si estos ejercicios son realmente espacios para la toma de decisiones o si son apenas una escenificación de diálogo entre ciudadanía y autoridades. Sobre la significación de las asambleas populares, Judith Butler (2017) advierte al respecto que:

> Aunque es cierto que las asambleas pueden ser en términos de significación una expresión de la voluntad popular, e incluso reclamar la voluntad general del pueblo, indicando así la condición indispensable de la legitimidad estatal, generalmente son manejadas por los Estados como un instrumento de legitimación que les permite exhibir ante los medios de comunicación el apoyo popular del que manifiestamente gozan. En otras palabras, el efecto significante de la asamblea, su legitimación, puede justamente expresarse por medio de unas actuaciones orquestadas y de una cobertura mediática dirigida, reduciendo y enmarcando la divulgación de lo popular dentro de una estrategia de autolegitimación estatal. (p. 26)

Así, atendiendo las necesidades de evaluar los espacios participativos en términos de democracia, investigaciones empíricas han sabido emplear herramientas metodológicas basadas en factores valorativos diversos (Fung, 2006; Font & Blanco, 2006; Smith, 2009; Jorba & Anduiza, 2009), aunque se observa que el denominador común se ubica en aquellas variables o dimensiones referentes a quiénes participaron y cuáles fueron los resultados obtenidos en los diferentes ejercicios participativos estudiados.

En Uruguay, Fuentes, Buschiazzo y Castillo (2015), al considerar entre sus supuestos que, la ideología de izquierda impulsa la participación ciudadana para la conformación de un Estado más receptivo, responsable y abierto a las demandas sociales, así como para la profundización de la democracia a través del empoderamiento de los ciudadanos, analizaron los espacios participativos del Ministerio de Desarrollo Social implementados durante 2005 y 2013, a través de las variables del *cubo de la democracia* (Fung, 2006): ¿Quiénes participan? ¿Cómo participan? ¿Qué alcance de autoridad tienen esos espacios? Criterios considerados como los más influyentes para evaluar los procesos participativos (Font, Fernández y García, 2017, p.620).

El valor de los espacios deliberativos entre Estado y sociedad también se observaron en otros períodos históricos uruguayos. Sobre los partidos políticos uruguayos de principios del siglo XX, Alonso (2014) expone:

> La participación y la deliberación pública impulsada desde los partidos políticos en los años 20 del siglo pasado en el Uruguay, imprimieron a la matriz del sistema político la peculiaridad de incorporar a las masas en las entrañas de un sistema institucional, que se materializó en instituciones partidarias inclusivas, estables, muy democráticas y altamente reguladas. La experiencia histórica del período, exhibió de acuerdo a un extenso consenso académico, una verdadera euforia colectiva para la participación política y el impulso explícito de modelos institucionales apoyados en la deliberación masiva y pública. (p.83)

En el marco de las teorías democráticas, la participación política de los ciudadanos en asuntos públicos da origen a la denominada democracia deliberativa que "puede definirse de forma mínima como aquel modelo democrático en el cual las decisiones colectivas de gobierno tienen que sustentarse en la deliberación racional y pública de los individuos" (Ortiz, 2006, p. 55).

Los aspectos más característicos de esta teoría democrática se describen bajo las siguientes premisas: i) la exigencia de la participación de los ciudadanos y políticos debe estar en el bien común y no en el beneficio personal, o sea, la participación debe ser guiada por un ideal de justicia; ii) la exigencia de la toma de decisiones legítimas debe ser con el consentimiento de los ciudadanos; iii) en relación a las dos anteriores, emplear el proceso de deliberación racional y argumental en el proceso político. La apuesta en la deliberación se basa en: a) incrementar el conocimiento disponible; b) poder expresar y escuchar los intereses y preferencias de los individuos; c) reducir los prejuicios de los individuos sobre el mundo o sobre sus propias preferencias; d) eliminar las fracciones y grupos de interés; e) dificultar la manipulación de la información que se produce en la opinión pública desde las elites políticas mediante los medios de comunicación afines (Pérez, 2014, pp. 154-158).

Jürgen Habermas, uno de los teóricos más influyentes de esta doctrina democrática, expone sobre el concepto de una política deliberativa:

> El concepto de política deliberativa sólo cobra una referencia empírica cuando tenemos en cuenta la pluralidad de formas de comunicación en las que puede formarse una voluntad común, no sólo por la vía del autoentendimiento ético, sino también mediante la ponderación y el equilibro de interés y mediante transacciones y compromisos, mediante la elección racional de los medios con vistas a un fin, mediante justificaciones morales y mediante comprobaciones de que se es jurídicamente coherente (…). Por tanto, todo viene a girar en torno a las condiciones de comunicación y a los procedimientos que otorgan a la formación institucionalizada de la opinión y la voluntad política su fuerza legitimadora. (Habermas, 1994, p.5)

La política y comunicación forman un conjunto indisoluble en la propuesta habermasiana de sociedad democrática. Una relación comunicacional entre el Estado y la sociedad enmarcada en una esfera pública donde los problemas que afectan al conjunto de la sociedad se abordan y tematizan, para brindar la posibilidad de un gobierno democrático legítimo (Ortiz, 2006, p.58).

Metodología de investigación

La investigación *Análisis de los espacios deliberativos de políticas públicas en cultura: la democracia cultural en el Uruguay (2005-2017)* se enmarca en un diseño metodológico de tipo cualitativo. Se propone un estudio descriptivo de los espacios deliberativos de políticas públicas en cultura convocados por el Estado uruguayo durante el período comprendido

entre 2005 y 2017. Consiguientemente, contribuir a la reflexión teórica sobre la relación Estado – sociedad, en términos de democracia cultural.
El **estudio descriptivo** será abordado a través de un proceso secuencial de investigación en tres etapas:

I) Relevamiento, sistematización y caracterización de los espacios deliberativos de políticas públicas en cultura a través de la aplicación de las dimensiones del "cubo de la democracia" (Fung, 2006): ¿Quiénes participan? ¿Cómo participan? ¿Qué alcance de autoridad tienen esos espacios?

II) Realización de entrevistas semiestructuradas a expertos del ámbito político cultural y académico. Estas entrevistas se iniciarán con la presentación de los resultados sobre los diseños institucionalizados de participación ciudadana inferidos en la etapa uno, con el objetivo de discutirlos y posibilitar la incorporación de nuevas dimensiones de análisis.

III) Conformación de un grupo de discusión autoconvocado y reclutado. Por medio de convocatoria abierta y por medio de invitaciones especiales se conformará un grupo de discusión para exponer los resultados obtenidos en la etapa uno y dos. A partir del intercambio de opiniones de los participantes, incrementar el análisis descriptivo con informaciones que provengan de imaginarios y/o experiencias sobre los espacios deliberativos de políticas públicas en cultura.

El **estudio teórico** se propone durante todo el proceso de investigación. Se utilizará la técnica de lectura y documentación que permita una aproximación a las discusiones, disertaciones, análisis y estudios contemporáneos sobre la teoría democrática deliberativa, y, así, relacionarlas con el objeto de estudio referido a la democracia cultural.
La elección de una propuesta de investigación teórica-empírica se fundamenta en la consolidación de una agenda de investigación integrada sobre la materia.
Al referirse a la relación entre representaciones políticas y democracia deliberativa, García Alonso (2015) afirma que:

> (…) los dos campos de análisis – la teoría política de la democracia de corte normativo y los estudios sobre participación política de inspiración positivista y empirista- hasta ahora se han ignorado mutuamente, trabajando en "mesas" separadas. (…) A medida que desarrollan sus programas de investigación, hipótesis y preguntas, las teorías normativas tienen necesidad de análisis de la sociología y las ciencias políticas empíricas, mientras que las ciencias políticas empíricas no pueden ignorar el mundo normativo de valores en los que estos modelos deliberativos se inspiran. (p.4)

En consonancia con esta afirmación, este proyecto propone un diseño de investigación que permita una teorización sobre la democracia cultural sustentada en la descripción de casos empíricos sobre deliberación democrática en el área de la cultura.
Las herramientas empleadas de modo secuencial permitirán, en el caso del estudio descriptivo, hacer un recorrido por medio de resultados obtenidos en fases o etapas anteriores. Se pretende alcanzar un entendimiento de las unidades de análisis de la investigación partiendo de los datos que ellas mismas expresen, para luego profundizar en su descripción a partir de visiones y/o observaciones de expertos (entrevistas) y, finalmente, contrastarlas con las representaciones subjetivas que surgen de los imaginarios o los relatos

de experiencias vinculadas a las prácticas de participación (grupo de discusión). Por lo tanto, el motor impulsor que inicie el diálogo de cada etapa será el resultado obtenido de la etapa anterior.
La técnica de lectura y documentación que guiará todo el proceso de investigación permitirá resignificar la interpretación de los datos empíricos obtenidos en el debate sobre cómo una sociedad democrática toma decisiones colectivas en el área de la cultura.
La **democracia cultural** será la categoría de análisis de la presente investigación. Este paradigma político de acción cultural (García Canclini ,1987) es entendido como un "garante de la libre expresión cultural en los espacios públicos y la participación efectiva en los espacios institucionalizados de decisión política" (De Sousa Márquez, 2015).
A partir de esta definición, nos centraremos en las siguientes subcategorías:

I. La caracterización de los **espacios institucionalizados de participación ciudadana** para la discusión deliberativa de asuntos en cultura, atendiendo su impacto en tres valores democráticos centrales:

   - **Legitimidad**: oportunidad otorgada al ciudadano para influir en el diseño de políticas públicas y asegurar su respectivo seguimiento y evaluación.
   - **Gobernanza eficaz**: respuesta a los acuerdos de gobernanza que se establecieron para abordar los problemas identificados en la deliberación.
   - **Justicia**: propuesta de dos vías. Primero, mayor participación ciudadana atendiendo el equilibrio entre grupos minoritarios de poder y aquellos que están social y políticamente marginados. Segundo, aplicabilidad de la legitimidad y la gobernanza eficaz.

II. La reflexión del **modelo deliberativo de democracia**, que "puede definirse de forma mínima como aquel modelo democrático en el cual las decisiones colectivas de gobierno tienen que sustentarse en la deliberación racional y pública de los individuos" (Ortiz, 2006).

III. La caracterización de la **esfera pública uruguaya** para el entendimiento de la relación política-comunicacional entre el Estado y la sociedad uruguaya en el ámbito de la cultura. Se entenderá por esfera pública aquel espacio donde "los individuos interactúan unos con otros, debaten las decisiones tomadas por la autoridad política, debaten el contenido moral de las diferentes relaciones existentes en la sociedad y presentan demandas en relación al Estado" (Avritzer, 2001).

Se espera que en el transcurso de la investigación otras categorías de análisis puedan ser extraídas con el fin de obtener un análisis más exhaustivo del objeto de estudio.
A continuación, se describe la herramienta metodológica que dará inicio al proceso secuencial de investigación. Se utilizará como herramienta metodológica el modelo del *cubo de la democracia* de Archon Fung[66]. Esta herramienta permite la comprensión de las posibilidades institucionales para la participación ciudadana a través de tres dimensiones:

[66] Archon Fung es decano académico y profesor de Democracia y Ciudadanía de la fundación Ford en la Escuela de Gobierno John F. Kennedy de la Universidad de Harvard. Su investigación explora las políticas, prácticas y diseños institucionales que profundizan la calidad de la gobernanza democrática.

1- Alcance de participación.
2- Tipo de comunicación y toma de decisiones.
3- Extensión de la autoridad o poder.

De acuerdo a la forma en que el ejercicio de participación se ubica a través de esas dimensiones, será más o menos funcional al tratamiento de los problemas de gobernanza, entendidos como legitimidad, gobernanza eficaz y justicia.

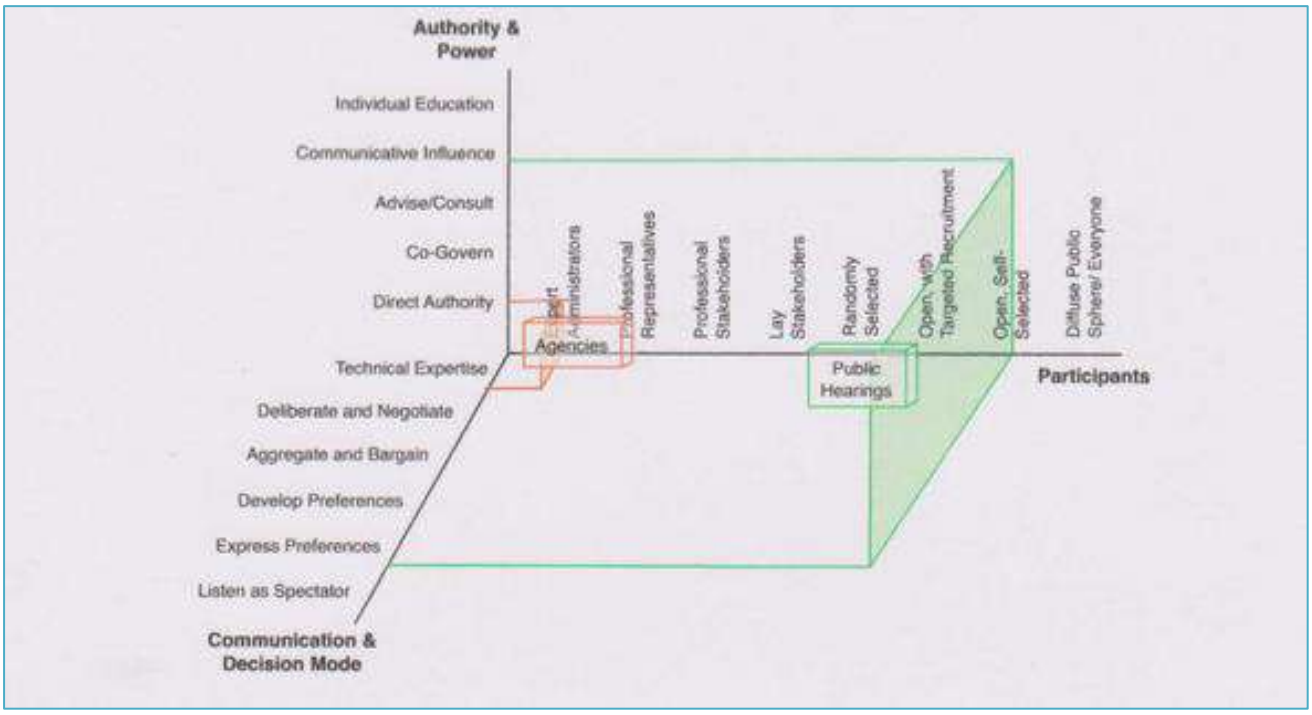


Figura 1. *El cubo de la democracia*. Tomado de Fung (2006).

Alcance de participación

Esta dimensión responde a la pregunta ¿quiénes participan? Fung adopta ocho mecanismos de selección de participantes, siendo que el espacio más inclusivo es integrado por todos los públicos y el menos inclusivo es integrado por agentes del propio Estado.

Tabla 1. Alcance de participación (Fung, 2006)[67]

Mecanismo de selección de participantes		Descripción
Macro-público (Más inclusivo)	Esfera Pública Difusa	Participantes en asociaciones secundarias y lugares informales de discusión. Incluye a todas las personas.
Mini-públicos	Autoselección	Abierto a todos aquellos que quieran participar. Un subconjunto de la población general auto convocado/ interesado en la temática.
	Reclutamiento selectivo	Se otorgan incentivo o se realizan convocatorias por medio de subgrupos con alcance a personas con poco interés o poco motivadas en participar.
	Selección aleatoria	Participantes seleccionados aleatoriamente del total de la población. Es la mejor garantía de representatividad.
	Representantes no profesionales	Ciudadanos voluntarios que tienen profundo interés en algún tema público y están dispuestos a invertir tiempo y energía substancial para representar aquellos con similares intereses pero que han decidido no participar.
	Representantes profesionales	Estos participantes son representantes de organizaciones frecuentemente pagos y empleados públicos.

Tipo de comunicación y toma de decisión

Esta dimensión responde a la pregunta ¿cómo participan? Representa cómo los participantes se comunican entre sí para tomar decisiones y/o deliberar sobre asuntos públicos. Fung reconoce seis modelos de comunicación.

Tabla 2. Tipo de comunicación y toma de decisión (Fung, 2006)[68]

Mecanismo de selección de participantes		Descripción
Toma de decisión	Experticia técnica	Toma de decisión realizada por expertos. No incluye ciudadanos.
	Agregación y negociación.	Participantes saben lo que quieren y el modo de toma de decisión es por medio de agregación.
	Deliberación y negociación.	Participantes deliberan qué es lo que quieren como individuos y como grupo. Caracterizado por la interacción, intercambio y construcción de opciones. Está basado en razones, argumentos y principios.
Comunicación	Desarrollar preferencias	Participantes pueden explorar, desenvolver y tal vez trasformar sus preferencias y perspectivas.
	Expresar preferencias	Participantes pueden expresar sus preferencias a las autoridades o personas que están tomando las decisiones.
	Mero espectador	El participante solo escucha las informaciones brindadas por los políticos u otros grupos que están tomando las decisiones.

[67] La traducción me pertenece.
[68] La traducción me pertenece.

Extensión de autoridad o poder

Esta dimensión responde a la pregunta ¿cómo se relaciona aquello que los participantes dijeron con lo que la autoridad o los propios participantes hacen? Refiere a observar si la decisión que los participantes tomaron se convierte efectivamente en política pública. Se identifican cinco categorías principales de cómo la participación influye en la toma de decisión de agentes públicos.

Tabla 3. Extensión de autoridad o poder (Fung, 2006)

Mecanismo de selección de participantes		Descripción
Menos autoridad en la toma de decisión	Beneficio Personal	El participante tiene poco o ninguna expectativa de influenciar en la toma de decisión. Participa para obtener un beneficio personal o por obligación cívica.
	Influencia Comunicativa	El espacio es utilizado para ejercer una influencia o movilización de la opinión pública.
	Consejo y consulta	El espacio es utilizado para ejercer una influencia en las autoridades públicas. Oficiales reservan su autoridad, pero se comprometen a recibir las propuestas de los participantes.
Más Autoridad y poder en la toma de decisión	Co-gobernanza	Participantes y oficiales se juntan para desarrollar planes o acciones estratégicas.
	Autoridad directa	Participantes ejercen una autoridad directa en las decisiones públicas y recursos.

El relevamiento de espacios deliberativos en cultura se realizará con el acompañamiento de una encuesta auto-administrada dirigida a la Dirección Nacional de Cultura del Ministerio de Educación y Cultura y a la Red de Directores Departamentales de Cultura.
La unidad de análisis a ser relevada por la investigación serán los ámbitos de deliberación de políticas públicas en cultura convocados por el Estado uruguayo durante el período 2005-2017, con alcance nacional o departamental y en los que se ha habilitado la participación de actores de la sociedad civil, tanto individual como de colectivos. Se trata de aquellos ejercicios de participación ciudadana con cierta proyección de permanencia vinculados al diseño, monitoreo, seguimiento o evaluación de políticas culturales. Por lo tanto, no se trata de reuniones puntuales aisladas o de tan solo una edición de ejecución.
De acuerdo a la demarcación temporal del proyecto, bajo estas características, en Uruguay identificamos preliminarmente: la Asamblea permanente de cultura, la segunda Asamblea nacional de cultura, los concejos departamentales de cultura, reuniones departamentales y sectoriales del Plan Nacional de Cultura y del Plan Nacional de Danza, entre otros a ser identificados durante el proceso de investigación.

Corolario

Estudios tales como los de LATINNO[69] han destacado a Uruguay como un caso excepcional de la región en cuanto a participación ciudadana en asuntos públicos, demostrando una extensa tradición en términos de democracia directa. La necesidad o el interés del involucramiento de la sociedad en el desarrollo y monitoreo de políticas públicas ya aparece mencionado dentro del programa político del 2004 del Frente Amplio para el gobierno nacional:

> (…) creemos que es necesario plantear que la transformación del Estado deberá ser parte del proceso de avance hacia una democracia auténtica, con mejoras radicales en la transparencia y permeabilidad de las decisiones, la construcción de herramientas estatales destinadas a reforzar el control horizontal, y la participación ciudadana amplia y genuina en las decisiones y el control de lo que se hace. (Frente Amplio, 2004, p.7)

Sin embargo, este interés por promover la participación de la sociedad civil en la construcción de políticas públicas no se presenta como una ideología de acción política aislada en el continente. En Latinoamérica, desde la década de los noventa se vienen realizando diferentes espacios de comunicación entre Estado y sociedad, con el fin de "avanzar en la construcción de una nueva definición del papel del Estado en el desarrollo cultural y refundar la legitimidad del campo cultural" (Sánchez, 2009). Así, nos encontramos con casos tales como el *Foro de Consulta Popular de Políticas Culturales y Desarrollo* (México, 1995), los *Cabildos Culturales* (Chile, 1999), el *Foro Nacional de la Cultura* (Colombia, 2001), o el *Congreso Nacional de Cultura* (Venezuela, 2006), entre otros.
En Uruguay, se identifica a la *Asamblea Nacional de Cultura* (2006) como un hito relevante de construcción participativa para el diseño de un plan estratégico de cultura que, años más tarde (2015-2016), se materializó en la confección de un *Plan Nacional de Cultura,* de carácter consultivo a nivel departamental y sectorial, con el objetivo de aprobar la Ley Nacional de Cultura (aún en etapa de redacción).
En consecuencia, el Estado viene expresado la "imperiosa necesidad de incentivar, promover y asegurar una mayor participación de todos los actores involucrados directamente en la cultura y de la ciudadanía en general, en los procesos de planificación y toma de decisión en materia cultural" (Plan Nacional de Cultura, 2015, p. 5).
Esta "imperiosa necesidad" coloca al presente proyecto de investigación frente a una nueva institucionalidad cultural que se percibe ávida por fortalecer el sistema democrático deliberativo. Conocer los ejercicios de participación ciudadana a través de un estudio teórico-empírico permitirá profundizar el entendimiento de los mecanismos y procesos de comunicación entre individuos para la toma de decisiones en el ámbito de la cultura y, así, favorecer la consolidación de la democracia cultural en el Uruguay.
Asimismo, generar insumos desde las ciencias de la información y de la comunicación sobre espacios democráticos de implementación de políticas públicas es permitir a los investigadores de la comunicación "trascender el aspecto estrictamente técnico y del desarrollo de habilidades tanto de elementos discursivos como de los medios, para ubicarlo sobre todo en el espacio de las relaciones entre sujetos, enmarcados en contextos sociales y culturales" (Uranga, 2007, p. 7).

[69] LATINNO es la primera base de datos completa y sistemática sobre las nuevas formas de participación ciudadana desarrolladas en América Latina. www.Latinno.net

Referencias bibliográficas

Alonso, E. (2014). *Fundamentos de la deliberación en el Batllismo*. En Revista de Teoría Política. Número 4. Diciembre, 2014. ISSN 1688-7840, pp.78-106.

Avritzer, L. (2001). *Democracia deliberativa. La recuperación del concepto de liberación pública en la teoría democrática contemporánea*. Metapolítica. México 5/18, pp.50-65.

Butler**,** J. (2017). *Cuerpos aliados y lucha política. Hacia una teoría performativa de la asamblea.* 1ª ed.- Ciudad Autónoma de Buenos Aires: Paidós, 2017.

De Souza Márquez**,** M. (2015). *Críticas ao modelo hierarquizado de cultura: por um projeto de democracia cultural para as políticas culturais públicas*. Revista De Estudios Sociales [serial online]. Julio 2015;(53):43-51. Disponible de: SocINDEX con texto completo, Ipswich, MA. [Ultimo acceso diciembre 16, 2017].

De Torres**,** M. I. (2007). *Cultura, diseño institucional y prácticas democratizante,* en Institucionalidad Cultural en Uruguay. Documento sobre ponencias del Seminario de Institucionalidad Cultural en Uruguay (Montevideo, octubre de 2009). MEC, 2009, pp.183-194.

Font Fabregas, J.; Fernández Martínez, J. L. ; Espín García, P. (2017). *Instrumentos para la participación ciudadana y requisitos para su efectividad*. Revista R.A.V.P. número 107-II-Enero-Abril 2017. ISSN:0211-9560, pp.617-646.

Frente Amplio (2004). *Grandes lineamientos programáticos para el Gobierno 2005-2010. Porque entre todos otro Uruguay es posible*. IV Congreso Extraordinario. Recuperado de: https://frenteamplio.uy/nuestra-voz/declaraciones-y-documentos/item/415-congresos-y-programas-de-gobierno [Ultimo acceso diciembre 16, 2017].

Fung, A. (2006). *Varieties of participation in complex governance*. Special Issue. Public Administration Review, pp 66-75.

Fung, A. (2015). *Poniendo al público de nuevo en la gobernanza: los desafíos de la participación ciudadana y su futuro*. Revista Acta republicana. Política y Sociedad. Año 14. Número 14, pp.29-42.

García Alonso, R. (2015). *Representación política y democracia deliberativa. ¿Qué puede significar hoy la participación política?* Revista Estudios Políticos, [S.l.]. Número 47, pp.47-66.

García Canclini, N. (ed.) (1987). *Políticas culturales en América Latina*. Editorial Grijalbo, S.A. México, DF.

Habermas, J. (1994). *Tres modelos de democracia. Sobre el concepto de una política deliberativa*. Conferencia pronunciada en el Departamento de Filosofía de la Unviersitat

de Valencia, el día 16 de octubre de 1991. Ediciones Episteme, S.L. Col. Eutopías-Instrumentos de Trabajo, Vol. 43. Valencia.

Ortiz, S. (2006). *Deliberando sobre la democracia deliberativa. Los dilemas de la deliberación pública. Revista Acta republicana. Política y sociedad.* Año 5. Número 5, pp. 53-64.

Pérez Zafrilla, P. J. (2014). *Génesis y Estructura de la Democracia Deliberativa*. En Aznar H., *De la democracia de masas a la Democracia Deliberativa*. Grupo Planeta. España. ISBN. 9788434418813, pp.138-162.

Plan Nacional de Cultura (2015). *Proceso de Diálogo hacia el Plan Nacional de Cultura "Dr. Gonzalo Carámbula".* Documento base. MEC, 2015.

Sánchez**,** A. (2007). *Hacia la caracterización de la institucionalidad cultural en América Latina*, en Institucionalidad Cultural en Uruguay. Documento sobre ponencias del Seminario de Institucionalidad Cultural en Uruguay (Montevideo, octubre de 2009). MEC, 2009, pp. 21-40.

UNESCO (1972). Informe final - *Conferencia Intergubernamental sobre Políticas Culturales en Europa*. Helsinki, 1972. Disponible en: www.unesdoc.unesco.org [Ultimo acceso diciembre 16, 2017].

Uranga, W. y Bruno, D. (2001). *Tres perspectivas para comprender/nos*. Editorial Mimeo, Buenos Aires.

Televisión digital universitaria, apuntes para pensar su estudio desde la Construcción Social de la Tecnología

University-Run Digital Television: Research and Reflection on Technology's Role in Social Construction

María Cecilia Vila[70]

Resumen
La televisión digital va construyéndose como objeto de estudio desde distintos campos de la producción de conocimiento científico. El siguiente texto plantea algunas reflexiones teórico-metodológicas de cómo abordar el estudio de la televisión digital universitaria desde la Construcción Social de la Tecnología (CST). En el estado de la cuestión no encontramos varias investigaciones que aborden a la TV como tecnología dentro del campo de estudio de teorías de corte epistemológico relativista. En este sentido, la CST propone dimensiones de análisis para evitar abordajes desde concepciones lineales de causa-efecto, de los determinismos tecnológicos, muy asociados a un artefacto masivo y sofisticado como la TV. A través de los aportes de autores del campo de los Estudios Sociales de la Tecnología (Pinch & Bijker, 2013; Thomas, 2013) y del campo de la comunicación (Williams, 2011; Martín Barbero, 2015; Murolo, 2012; Ayala, 2016; Monje, 2007) indagamos en concepciones teóricas para pensar en futuros diseños metodológicos que investiguen la televisión digital en Argentina. Esta reflexión es necesaria ante los procesos de uso de tecnologías de la información y la comunicación de "nuevos" actores sociales en el mapa audiovisual como son las universidades públicas.

Palabras claves: televisión digital, tecnologías, Construcción Social de la Tecnología

Introducción

A casi dos décadas de iniciado el siglo XXI, a más de sesenta años de su invención y producción masiva, la televisión aún es objeto de opiniones polarizadas: a favor o en contra, con muy pocas posturas intermedias; si nos sentimos interpelados por este artefacto es porque tenemos algo para decir sobre él, alguna experiencia que lo incluya como parte de nuestra vida cotidiana. Además de ser tema de charlas sociales, la televisión es construida como objeto de estudio desde distintas disciplinas de la producción del conocimiento científico: la comunicación social, principalmente a través de la Economía Política de la Comunicación, los Estudios Culturales (Morley, 1996; Martín Barbero, 2015, Williams, 2011) y las investigaciones desde la semiótica (Eco, 1995; Verón, 2001), la sociología (Bourdieu, 1996) y la filosofía (Derrida, 1996). Con los procesos de digitalización, en los últimos años también es abordada por investigaciones aplicadas provenientes de la informática y la ingeniería.
Si tenemos que situarnos en Argentina, en estos momentos atravesamos un período de transición entre los sistemas de televisión analógicos y los digitales, que conviven

[70] Facultad de Ciencias Sociales –UNSJ (Argentina). Email: ceciliavila08@gmail.com

simultáneamente en la transmisión del servicio. En nuestro país, la televisión digital volvió a ingresar con más fuerza a la agenda de políticas de comunicación en 2009. En ese entonces, Cristina Fernández de Kirchner aprobó el Decreto N° 1.148, con fecha 31 de agosto de 2009, un mes antes de la sanción de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual, a través del cual creó el Sistema Argentino de Televisión Digital Terrestre (SATVD-T), basado en el estándar denominado ISDB-T (*Integrated Services Digital Broadcasting Terrestrial*). Es un sistema japonés al que científicos y técnicos de Brasil realizaron modificaciones para su implementación. Al poco tiempo, la norma tuvo un alto consenso en los países sudamericanos ya que Chile, Colombia Venezuela, Ecuador, Bolivia, Paraguay, Uruguay y Perú la adoptaron en sus políticas públicas de televisión digital (Vila, 2014).

La decisión de crear el SATVD-T, la elección de la norma ISDB-T y subsidiar producción audiovisual desde distintos organismos del Estado están dentro de un conjunto de políticas públicas para la producción audiovisual implementadas en el período 2010-2015 en Argentina. Estas acciones incluyeron fundamentalmente un fuerte despliegue en cuanto a infraestructura (instalaciones de antenas transmisoras para televisión digital terrestre, distribución de decodificadores de la señal) y realización de contenidos en diversos géneros y formatos (unitarios, series, telefilms) que federalizaron activamente la producción en todo el país (Mazure, 2015). Desde la asunción en la presidencia de Mauricio Macri (diciembre de 2015), las políticas audiovisuales no continuaron de manera activa a favor de las audiencias y la ciudadanía. El actual gobierno desalentó la promoción de la televisión digital abierta como servicio público a dos años de establecerse oficialmente el conocido “apagón analógico”.

En esta coyuntura, y si tenemos en cuenta las líneas teóricas con las que trabajamos el escrito, es imposible interpretar y explicar a la TV sólo desde sus cambios técnicos. Es posible, sin embargo, estudiarla de muchas maneras y desde múltiples enfoques, porque se trata de un fenómeno complejo de analizar. El objetivo del trabajo es aproximarnos a una reflexión sobre cómo analizar e investigar a la TV digital desde una perspectiva relativista y constructivista, como las líneas teóricas de la CST, que nos aleje de los postulados deterministas tecnológicos y simplificados del “sentido común”. Esta teoría, que forma parte del campo de Estudios Sociales de la Ciencia y la Tecnología y de la Sociología de la Tecnología, ofrece conceptos que permiten construir el objeto de estudio a medida que se avanza en la investigación, y no desde un *a priori*. Aporta herramientas teóricas y metodológicas para profundizar en la dimensión tecnológica, como una dimensión humana de los medios de comunicación. No se trata de pensar separadamente desde lo analítico el binomio “sociedad y tecnología”. Es más bien replantearnos cómo estamos constituidos tecnológicamente y qué usos y significaciones hacemos de los artefactos. “Las sociedades están tecnológicamente configuradas, exactamente en el mismo momento y nivel en que las tecnologías son socialmente construidas y puestas en uso: todas las tecnologías son sociales, todas las tecnologías son humanas” (Thomas, Fressoli & Lalouf, 2013, p.10). En efecto, un enfoque que posibilita indagar, a través de estudios de casos específicos, los actores que gradualmente van ocupando un lugar en el mapa audiovisual actual de nuestro país y su interrelación en el entramado de poder a partir de los cambios que introdujo la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual. Las universidades, los pueblos originarios y las organizaciones sociales (asociaciones, sindicatos, gremios, cooperativas, mutuales) mediante sus señales audiovisuales están habilitados -desde el 2009 en la regulación- a incorporarse al sistema de medios.

En un escenario que habilita legalmente a actores históricamente relegados de los modelos de radiodifusión a prestar servicios de comunicación audiovisual, ¿cómo estudiamos los usos socio-técnicos de la televisión digital en la actualidad?, ¿qué herramientas metodológicas son necesarias para dar cuenta de la complejidad de los usos, evitando caer en determinismos y reduccionismos tecnológicos? Proponemos para el presente trabajo indagaciones y análisis sobre la teoría de la CST que nos permitan plantear principales lineamientos para estudiar la televisión digital desde el enfoque socio-técnico, con particular énfasis en las señales audiovisuales universitarias.

Algunas indagaciones sobre la televisión digital

Parece un axioma superado pero nunca está demás reiterarlo: la televisión es mucho más que un medio de comunicación, que una sofisticada técnica para ver contenidos audiovisuales. Raymond Williams (2011) realiza una exhaustiva narración de la historia de la TV, principalmente sobre cómo se desarrolló en Gran Bretaña y Estados Unidos, y sostiene que es, sobre todo, una forma cultural. Lejos de cosificarla, describe e interpreta su particularidad: ofrece una forma tecnológica e institucionalmente discreta de presentar la cultura y expresar sus contenidos, una forma que sólo puede entenderse *in situ* y, también, como una expresión de fuerzas sociales, políticas y económicas más amplias (Silverstone, 2011). Desde los Estudios Culturales, para ampliar esta idea recurrimos a las palabras de Jesús Martín Barbero:

> Lo cultural en la televisión local remite, más que a un tipo particular de contenidos, a la potenciación de lo que en ese medio, en sus lenguajes y posibilidades expresivas, conecta con la acelerada y fragmentada vida urbana contemporánea. Y ello, a través del flujo de las imágenes, entendiendo por este tanto la continuidad tendida entre fragmentos de información y shock estético, de conocimiento y juego, al semblaje de los discursos y géneros más extraños los unos a los otros. (2015, pp.73-74)

En la actualidad, los servicios televisivos, sus funciones sociales, políticas, culturales, informativas, de entrenamiento y educativas, son mucho más complejas que un simple servicio de *broadcasting*. El proceso de transición de lo analógico a lo digital, la elección de una norma específica –teniendo en cuenta una multiplicidad de factores- y la posibilidad de la interactividad, son algunas de las tantas aristas involucradas para pensar la complejidad de la televisión digital en la actualidad, agrega Soledad Ayala (2016). La TV como artefacto no desplaza ni ocupa el lugar de las tecnologías antecesoras como el cine, la radio, la fotografía o los diarios. Hasta nuestros días, todas esas tecnologías y medios de comunicación conviven e incluso convergen a través de los procesos de digitalización. Las pantallas pueden leer mensajes elaborados para distintos soportes, porque comparten el mismo código (binario), podemos leer un libro originalmente pensado para papel en una *tablet*, una *notebook* puede reproducir las películas si están digitalizadas. En su artículo *Nuevas pantallas: un desarrollo conceptual*, Leonardo Murolo aclara que, en principio, debemos tener en cuenta dos variables para definirlas: las tecnologías y las plataformas.

> La primera variable de conceptualización se refiere a que cuando hablamos de nuevas pantallas podemos estar refiriéndonos en primera instancia a hardware, aparatos conectables a la electricidad o a baterías que les proveen energía para funcionar, ligados a la información, la comunicación, el conocimiento y el entretenimiento, protagonizados por pantallas; es decir, con la imagen como impronta identitaria por antonomasia. Estas

> tecnologías son a la vez multilenguaje, exponen en las pantallas texto, imágenes fijas y en movimiento, animaciones y diseño. (Murolo, 2012)

¿Cuáles son los cambios que rápidamente podemos advertir en la televisión, pero especialmente en la televisión digital? Las mutaciones se dirigen hacia el ejercicio social del visionado televisivo, el traslado de las nuevas audiencias a formatos audiovisuales fuera de la televisión, principalmente hacia sitios de internet o telefonía móvil, pero también hacia sistemas de *streaming* o distintos servicios a demanda (González y Nicolosi, 2017, p.6).
En este sentido, nos interesa destacar que la convergencia no es un fenómeno uniforme sino que tiene varios "niveles" o "tipos", como destaca la investigadora brasileña Cosette Castro (2017):

> 1) Una convergencia tecnológica (de aparatos que se comunican); 2) una convergencia de sistemas (que pueden ser interoperables y "dialogar" entre sí, como los distintos modelos de televisión digital); 3) una convergencia de contenidos (que circulan en distintas plataformas); y 4) una convergencia de formatos (un formato originario de la televisión que pasa a ser enseñado en la radio, en sitios de internet o en un diario online). (pp. 167-168)

Inevitablemente, la pregunta acerca de cómo tienen lugar los cambios nos lleva a indagar también sobre los usos, sus significaciones y los actores sociales que disputan en ese campo comunicacional. Después de todo, tal como argumentaba Williams, las personas podemos modificar el despliegue todavía incompleto de la televisión; ofrece, formas alternativas de expresión y comunicación, no sólo porque es por definición una formación social y está estructurada para ajustarse al mosaico de la vida social cotidiana, sino además porque las nuevas tecnologías continúan ofreciendo nuevas oportunidades de crear otras formas de expresión individual y, sobre todo, de expresión política, que por momentos escapan al control de las corporaciones transnacionales o al poder de los magnates de los medios (Silverstone, 2011).

Asimismo, son pocos los trabajos que hasta el momento estudian la televisión digital desde los Estudios de Ciencia y Tecnología. Sin pretender ser exhaustivos, en el estado del arte identificaremos en Argentina una trayectoria de trabajo que indaga sobre el objeto de estudio TV digital. En primer lugar, la mayor parte del conocimiento disponible proviene de las investigaciones abordadas desde la Economía Política de la Comunicación, principalmente con sus análisis sobre las políticas audiovisuales. En segundo lugar, desde los Estudios Culturales ofrecen investigaciones sobre usos y narrativas del audiovisual digital.
En orden cronológico, el primer antecedente encontrado que toma a la televisión digital terrestre (TDT) desde la CST lo aporta la investigadora Daniela Monje (2007) al proponer su lectura en clave de dinámicas socio-técnica de innovación y la sociopolítica las comunicaciones, desde políticas de cultura y comunicación. La TDT como desarrollo tecnológico implementado a través de políticas más activas a partir de la primera década del siglo XXI es parte de un proceso de innovación y de un proceso productivo. Un modelo para eso es el *socio-technical constituencies*, basado en la representación institucional en un proceso de innovación, que intenta formalizar las interrelaciones de los actores de un sistema complejo (Kreimer y Thomas, citado en Monje, 2007, p.19). Este ensamble de instituciones interactúa entre sí a través y dentro del desarrollo de tecnologías específicas; la creación, producción y difusión de una tecnología dada deviene de un proceso único de interpenetración de factores tecnológicos, socioeconómicos, políticos y culturales (Molina, citado en Monje, 2007, p.19). Para el caso de la TDT Monje identifica

> a) en términos técnicos aparece la posibilidad de eficientizar el uso del espectro radioeléctrico-finito- mediante una virtual ampliación del número de canales disponibles usando el ancho de banda y las posibilidades de su aprovechamiento a través de la oferta de servicios integrales tipo *triple play*; b) en términos económicos existen implicancias en relación al modelo de negocios por el que opte el país y a las operaciones de concentración monopólicas; c) en términos jurídicos se vuelven urgentes las transformaciones en el sistema jurídico nacional e internacional que no está preparado para regular la convergencia; d) en términos políticos la introducción de innovaciones implica una disputa por el poder en la que se evidencia un estrechamiento de los lazos entre el sector privado y el estatal; e) en términos socio-culturales, y como todo cambio tecnológico, la innovación puede traer aparejada una carga de determinismo tecnológico, probablemente enfatizada desde el sentido común que vincule la virtual "ampliación" del espectro radioeléctrico a los conceptos de pluralidad, participación, democratización. (Monje, 2007, p.21)

Dentro del enfoque socio-técnico también encontramos la investigación de la ingeniera Laura Nieves Conde (2015) sobre el proceso de adopción de la norma ISDBT para la TDT en Argentina. Describe que se han podido identificar diferentes actores entre los que se encuentran el Estado, los otros Estados, los radiodifusores y generadores de contenido y los usuarios finales. Como aspecto distintivo en el caso argentino, el papel del Estado como grupo social relevante a través de las distintas entidades vinculadas al proceso. La identificación y caracterización de los actores y/o grupos sociales relevantes permitió conocer la mirada de distintos actores vinculados de manera directa o indirecta en el proceso de adopción de la norma.

Desde la Economía Política de la Comunicación encontramos sustanciosos aportes que analizan la televisión digital desde su implementación e impacto, que incluye el conjunto de políticas públicas para la elección del estándar técnico, el plan de telecomunicaciones (Krakowiak, Mastrini & Becerra, 2012; Bizberge, 2010; Hernández & Potolski, 2003), y las políticas de acceso, uso y programaciones en la Televisión Digital Abierta (Mastrini, Marino, Becerra & otros, 2014).

Por último, desde la mirada culturalista, para el caso argentino hallamos valiosos análisis sobre las narrativas, temáticas y estéticas de los contenidos además de los productores que llevaron a cabo la producción audiovisual impulsada de las políticas de fomento (Nicolosi, 2014; Gómez, 2012).

Una aproximación al enfoque socio-técnico

Con el fin de correrno de miradas deterministas sobre el análisis de la tecnología, la construcción social de la tecnología constructivista y el enfoque socio-técnico, ambas construidas desde una mirada relativista, nos ayudan a reflexionar e investigar la complejidad que atraviesa a los dispositivos tecnológicos presentes en nuestra vida cotidiana. Estas teorías se distancian de las sentencias y visiones que fabrica el determinismo tecnológico al reducir el análisis sobre los efectos o las consecuencias de la tecnología a una mirada lineal y monocausal. Aunque el determinismo puede partir de premisas más "duras" o más "blandas", en los postulados más duros de esta visión, la tecnología tiene un creciente y "casi irresistible" poder para decidir el curso de los acontecimientos (Smith & Marx, 1996). La metáfora de la "caja boba" para referirse a la televisión como agente que vuelve "estúpidas" a sus audiencias, tiene su génesis en este tipo de razonamientos deterministas tecnológicos. Por otro lado, existe aún un desarrollo del pensamiento determinista más "blando" o "flexible" en relación a los efectos de las

tecnologías, que sugiere que es más razonable buscar una explicación «blanda», polivalente y menos específica, en lugar de reducir todo un proceso a una sola causa. “En lugar de concebir la «tecnología» per se como el agente causal histórico, los deterministas blandos lo sitúan en una matriz social, económica, política y cultural mucho más variada y compleja” (Smith & Marx, 1996, p.15). Es imposible pensar nuestra vida sin la tecnología, no sólo sin la presencia de artefactos concretos, como productos, sino en un amplio concepto, tal como puede serlo una forma de organización. “Desde aquellas que asignan un orden a un conjunto de operaciones de producción, de acciones bélicas, o de sistemas de evacuación de un estadio, hasta aquellos que adquieren formatos normativos como los sistemas legales o las regulaciones del comercio” (Thomas, Fressolli & Lalouf, 2013, p.10).

Desde un paradigma interpretativo y analítico, podemos situarnos en los Estudios Sociales de la Tecnología orientados a mostrar tanto el carácter social de la tecnología como el carácter tecnológico de la sociedad. Así, es posible generar un nivel de análisis complejo: lo “socio-técnico”. De esta manera, no quedamos anclados en las visiones deterministas lineales, -ya sean -tecnológicas o sociales-, tradicionalmente adoptadas por los analistas (economistas, historiadores de la tecnología) o por los propios actores (ingenieros, empresarios, científicos, trabajadores, *policy makers*, etc.) intervinientes en los procesos de cambio tecnológico y social (Thomas & Fressoli, 2016). Para estos autores, analizar la tecnología y la existencia de opciones tecnológicas es fundamental para construir diferentes formas de desarrollo social y cultural.

Uno de los abordajes posibles para estudiar y comprender la complejidad de los procesos tecnológicos son las herramientas conceptuales de la CST (en inglés, *Social Construction of Technology*- SCOT). Esta teoría, que forma parte de los estudios de la sociología de la tecnología, fue elaborada por los investigadores contemporáneos Wiebe E. Bijker y Trevor J. Pinch, quienes analizan desde perspectivas multidireccionales el desarrollo de un artefacto, en contraposición con los modelos lineales usados explícitamente en muchos estudios sobre innovación e, implícitamente, en una gran variedad de estudios de historia de la tecnología (Pinch & Bijker, 2013). Ante los interrogantes de por qué un artefacto funciona de una manera y no de otra para ciertos grupos sociales, podemos obtener respuestas que no sean necesariamente lineales, planteadas en términos de causa y efecto. Es decir, concebir tanto a la tecnología como su análisis, con la complejidad que posee. Así,

> cuando hablamos de tecnología hablamos de un conocimiento unido a una técnica, de una práctica socio-cultural, de las diferentes formas de lenguaje, de maneras de gobierno, de diversos métodos organizacionales, y también del uso y la relación que un sujeto, que un actor social pueda construir con un artefacto en particular, en este caso la televisión. Cuando hablamos de tecnología, hablamos de un dispositivo tecnológico, hablamos de relaciones de poder, de procesos políticos, económicos, legales y culturales; de prácticas socio-culturales, de avances tecno-científicos, temporal y espacialmente situados. (Ayala, 2016)

La televisión, entonces, es mucho más que un negocio o que un dispositivo de info-entretenimiento. Al existir nuevos prestadores de este servicio, nuevos grupos sociales relevantes dispuestos a usar esta tecnología, avanzamos, también, en la problematización de su funcionamiento en procesos de desarrollo e inclusión social. La televisión -y la televisión digital-, es una tecnología con interrelaciones socio-tecnológicas complejas, que pueden ser vistas y analizadas de manera constante –tanto diacrónica como sincrónicamente: el modo en que los productos audiovisuales construyen ciertas miradas sobre temáticas específicas; y el modo en que la sociedad construye al mismo tiempo su visión sobre la televisión (Ayala, 2016).

Dimensiones metodológicas a tener en cuenta para estudiar la televisión digital

Preguntarnos por la televisión digital desde una mirada relativista deviene en un desafío metodológico en una investigación social. Plantear la necesidad de crear y analizar un objeto de estudio desde otro lugar, con otra mirada, con otros conceptos, requiere pensar aspectos metodológicos que nos colaboren a llevar adelante con éxito esta tarea. Para esto, construir un diseño metodológico es trazar el camino que seguiremos para lograrlo, que debe contemplar las técnicas para recolectar los datos, los instrumentos que ayudarán a lograr los objetivos y, finalmente, el tipo de análisis, la lectura, que le daremos a la información recolectada y el posterior análisis teórico. Es necesario destacar que la metodología no implica necesariamente un conjunto de recetas preestablecidas; por el contrario, requiere de un componente creativo para poder llevar a lo empírico nociones muy abstractas planteadas a nivel teórico.

> Existe una batería metodológica que puede servir de rampa lanzamiento para investigaciones futuras que no necesariamente deben atenerse a rígidos sistemas preconcebidos. Esos recetarios se nos ofrecen más bien como una caja de herramientas de la que podremos extraer aquellas que mejor se adecúen a nuestra búsqueda, o modificarlas, o crear otras. Incluso debe tenerse en cuenta que ese arsenal metodológico puede ser aceptado o criticado, pero no negado, fundamentalmente en la iniciación profesional. (Díaz, 2007)

Partir del enfoque relativista que plantea la CST requiere pensar simultáneamente al objeto de estudio en tres niveles analíticos mediante los cuales pueden analizarse tanto el modo en que los dispositivos tecnológicos están construidos, la relación que los usuarios entablen con los mismos y, por último, cómo ciertos aspectos sociales, legales, políticos y culturales atraviesan tanto su construcción como los usos que se les otorgan. En cada uno de estos niveles, podemos construir las variables, las facultades o cualidades a tener cuenta de la unidad de análisis que implique.

El primer nivel está vinculado al diseño del artefacto, lo que llamamos televisión digital. Algunas consideraciones que podemos tener en cuenta son el uso de la norma para su transmisión por aire y sus componentes, definidas por una política pública, la banda del espectro electromagnético, la posibilidad de interactividad, otras autopistas o soportes por donde transmitirse, como IPTV (por internet), TV móvil, TV por cable y por satélite. Si tomáramos el caso de señales audiovisuales universitarias y comunitarias, es de interés identificar qué establece la legislación vigente con la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual. El análisis de la documentación pública, los textos científicos sobre el artefacto y la observación sobre su funcionamiento, podrían ser algunas de las técnicas para utilizar, al igual que entrevistas con informantes claves que hayan participado en el diseño del artefacto y de las políticas de comunicación.

El segundo nivel hace referencia a los marcos tecnológicos de los usos de los grupos sociales relevantes. Identificar cuál o cuáles son los problemas que los actores logran resolver con el uso de una tecnología específica está dentro de esta dimensión. Poder interpretar los sentidos que le dan es un gran interrogante a responder: ¿cuál es el funcionamiento que una universidad o una organización social le otorga a la señal audiovisual que utiliza?, ¿todas las universidades les dan el mismo uso? Encontrar la dimensión significante de esa práctica social, leerla en clave de micropolítica del poder es todo un desafío metodológico. La recolección de información en las unidades de análisis implicará observaciones no

participantes en los lugares de trabajo, entrevistas y grupos focales con los miembros de los grupos sociales relevantes, el visionado de los contenidos audiovisuales que conforman la programación de la señal como una solución al problema que plantean. La interpretación de los artefactos depende del tipo de problemas para los cuales este es considerado una solución. Diferentes grupos de personas definen problemas relevantes de formas diferentes y se dan a ver en las controversias tecnológicas (Bruun & Hukkinen, 2013). Si una interpretación, situada social y culturalmente, domina sobre las demás, la teoría explica que se produce la clausura que disminuye la controversia y estabiliza las trayectorias de un artefacto. Recordemos: quienes proponen este enfoque argumentan que los criterios de funcionalidad tecnológica poseen un origen social. De este modo, la aproximación CST cuestiona las explicaciones ingenuas del éxito de los artefactos técnicos; es decir, aquellas que afirman que la adopción de los nuevos artefactos técnicos se debe a que funcionan mejor (Pinch & Bijker, 1984, Bijker, 1995 citado en Bruun & Hukkinen, 2013). Rompe con el supuesto de que el propósito de un artefacto se conoce previamente por su inserción en el espacio técnico-social, el propósito es determinado socialmente, por los grupos de usuarios. La teoría asume que los artefactos pueden ser interpretados de manera muy diferentes, es decir, poseen flexibilidad interpretativa (Pinch & Bijker, 1984, Bijker, 1995, citado en Bruun & Hukkinen, 2013).

A los usuarios de una tecnología que comparten un contexto similar se los llama grupos sociales relevantes, denominación que toma de la sociología del conocimiento científico. Dentro de la teoría, Bijker trabaja un concepto teórico-analítico complejo que llama marco tecnológico, para describir cómo los grupos sociales interpretan los artefactos. Un marco tecnológico implica todos los elementos que influyen en la interacción dentro de los grupos sociales relevantes y conducen a la contribución de sentido de los artefactos técnicos. Esos elementos pueden ser objetivos, problemas clave, estrategias, estrategias de resolución de problemas, conocimientos tácitos, procedimientos de testeo, métodos y criterios de diseño (Bijker, 1995 citado en Bruun & Hukkinen, 2013).

Según la CST, los grupos sociales relevantes constituyen a los artefactos. Des-construir esos artefactos de acuerdo con las diferentes perspectivas de los distintos grupos sociales relevantes es una operación clave del análisis constructivista: tomar a los artefactos tal como son vistos por los usuarios, los distintos sentidos (Thomas, 2013, p.233). El abordaje constructivista tiene en cuenta la dimensión política dentro del análisis. Toma explícitamente la dimensión poder como un nivel de agregación de las relaciones que se han planteado en el plano de los grupos sociales relevantes y sus interpretaciones de los artefactos, en primera instancia, y de la dinámica de los marcos tecnológicos, en segundo término (Thomas, 2013, p.237).

Por poder, el investigador Hernán Thomas agrega que es el orden aparente de categorías de existencia tomadas por garantidas, fijas y representadas en los marcos tecnológicos. Es evidenciado en los procesos que clausuran y disminuyen la flexibilidad interpretativa de un artefacto. Los autores que trabajan esta teoría lo vinculan con un poder semiótico, de legitimación de sentidos a través de micro-políticas de poder: cómo una variedad de prácticas transforma y estructura las acciones de los actores, constituyendo una forma particular de poder (Bijker, 1995 citado en Thomas, 2013, p.263).

El tercer nivel implica una articulación de los dos primeros niveles, una dimensión interactiva entre el diseño del artefacto y los usos de los actores para lograr interpretaciones y explicaciones no lineales de aquello que investigamos, un ensamble socio-técnico. Los ensambles socio-técnicos devienen la nueva unidad de análisis. Acá es

posible incluir diferentes marcos tecnológicos en acción y las relaciones que hay entre ellos, si uno o más prevalecen por el contrario no aparece ningún grupo efectivo de intereses establecidos (Thomas, 2013, p. 239). Es el nivel analítico que resultará una vez indagados los primeros dos. Es muy importante considerar a la coyuntura, el contexto institucional, político, legal, social y económico para reconocer cómo se manifiestan esos procesos de estabilización y clausura de sentido de una tecnología. En el caso de las señales universitarias, a tan pocos años de su puesta en funcionamiento, esos procesos son los que están definiéndose actualmente. Es por eso que una posibilidad es tomarlos como estudio de caso, con la particularidad de cada señal. Seguramente, los usos socio-técnicos variarán según se trata de la Señal UNQtv de la Universidad Nacional Quilmes, Xama TV, señal de la Universidad Nacional de San Juan, o UN3TV, de la Universidad Nacional de Tres de Febrero. A nivel metodológico, el o la investigadora podrá definir algunos ensambles de niveles de análisis que arrojen datos significativos para avanzar en el tercer nivel; por ejemplo, puede tener en cuenta criterios de diversidad cultural (demandados por una legislación) para analizar la propuesta de programación contenidos de una señal con estas características o los soportes de transmisión con el efectivo acceso de aparatos receptores en sus audiencias o públicos.

A modo de cierre

Este texto no pretende ser exhaustivo en una reflexión metodológica para investigar la televisión digital. El aporte del presente trabajo versa en iniciar una indagación teórica desde un lugar epistemológico diferente para, luego, poder analizar, como meta final, los usos que actualmente se realizan de la televisión digital. La operacionalización de los conceptos de la CST será complementada, simultáneamente, con las técnicas adecuadas en la realización del trabajo de campo. Si bien esto parece una aclaración sumamente obvia a nivel metodológico, hay que recordar que la división en niveles de análisis sirve para abordar más claramente e identificar la interrelación y la complejidad de los aspectos y grupos sociales que participan en la construcción del objeto de estudio. La decisión de partir de una mirada relativista nos posibilita revisar e ir “ajustando”, de manera constante, la matriz metodológica. Esto de acuerdo a las características del estudio de caso elegido, ya que de eso dependerá el modo en que los conceptos pueden ser operacionalizados. En lo empírico, en la dimensión de la práctica social, todo se da con la simultaneidad y complejidad propia de aquello que investigamos.

> Situar a la tecnología, en el entramado de poder a nivel histórico, local, coyuntural, nos lleva a reconocer que su funcionamiento socio-técnico no es igual en todos lados, es decir, que aspectos educativos, sociales, de género, las características geográficas y culturales, en el que se desarrolla, hace que su funcionamiento, los significados que se le otorgan y las prácticas que se construyen a su alrededor, varíen según una multiplicidad de factores. (Ayala, 2016)

Si bien hay identificados varios vinculados a la dimensión política, en el caso de la televisión digital es necesario seguir indagando en teorías, epistemológicamente coherente con la propuesta. De esta manera permitiría, a través de triangulaciones teóricas, desarrollar estas nociones pendientes. Todo un desafío para los y las investigadoras del campo de la comunicación que intentan avanzar en concepciones interdisciplinarias de objetos clásicos en la historia de los estudios de la comunicación.

Dejamos abiertos interrogantes que planteen posibles cruces y triangulaciones con enfoques propios del campo de la comunicación, que contribuyan a complejizar este artefacto aún en transición a su masividad. Un artefacto con un modelo que en nuestras regiones está asociado, desde sus inicios, al info-entretenimiento, impulsado desde el mercado por actores privados. Tener en cuenta los aportes de las investigaciones sobre televisión desde la Economía Política de la Comunicación, los Estudios Culturales y la CST ayuda a conocer cómo se está configurando y repensando la producción televisiva desde nuevos grupos sociales. Particularmente, desde las universidades públicas, un sector que no responde a las lógicas mercantilistas y que en sus propias dinámicas de trabajo está atravesada por procesos de innovación y desarrollo tecnológico con objetivos democratizadores de acceso, incluso para la comunicación.

Referencias bibliográficas

Ayala, S. (2016). *Políticas públicas y desarrollo inclusivo sustentable: un análisis de la TDA desde una perspectiva socio-técnica*. Ponencia en V Congreso Asociación Argentina de Estudios de Cine y Audiovisual Perspectivas contemporáneas del audiovisual: cine, televisión y nuevas pantallas.

Bizberge, A. (2010). *Televisión Digital Terrestre ¿Cambio de estatuto de la radiodifusión?* Prometeo Libros. Buenos Aires.

Bourdieu, P. (1996). *Sobre la televisión*. Barcelona: Anagrama.

Bruun, H. y Hukkinen, J. (2013). *Cruzando fronteras: un diálogo entre tres formas de comprender el cambio tecnológico*. En Thomas, H. y Buch, A. A. *Actos, actores y artefactos. Sociología de la tecnología*. Bernal: Universidad Nacional de Quilmes.

Castro, C. (2017). *Transformación de las tecnologías. Una aproximación a los desafíos de los contenidos digitales interactivos*. En González, D. y Nicolosi, A. (comp.), *Transiciones de la escena audiovisual. Perspectivas y disputas*. Bernal: Universidad Nacional de Quilmes.

Eco, U. (1995). *Apuntes sobre la televisión*, en *Apocalípticos e integrados*. México: Tusquets.

Derrida, J. (1996). *Ecografías de la televisión*. Buenos Aires: Eudeba.

Díaz, E. (2007). *Entre la tecnociencia y el deseo. La construcción de una epistemología ampliada*. Buenos Aires, Biblos.

Gómez, L. (comp.) (2012). *Construyendo historia(s). Ver para creer en televisión. Relatos y narraciones en la Televisión Digital Abierta*. Buenos Aires, Ediciones EPC de Periodismo y Comunicación.

González, D. y Nicolosi, A. (comp) (2017). *Transiciones de la escena audiovisual. Perspectivas y disputas*. Bernal: Universidad Nacional de Quilmes.

Hernández, P. Y Potolski, G. (2003). *Ser Digital. El dilema de la televisión digital terrestre en América Latina*. Consultado en www.catedras.fsoc.uba.ar/mastrini/investigaciones/ser_digital.doc (16-02-2013).

Krakowiak, F., Mastrini, G., Becerra, M. (2012). *Argentina: razones geopolíticas y perspectivas económicas*, en Albornoz L.A. y García Leiva, *Televisión en Televisión digital terrestre. Experiencias nacionales y diversidad en Europa, América y Asia*. La Crujía Ediciones. Buenos Aires.

Martín Barbero, J. (2015). *La televisión, una cuestión de espacios*. En Pereira González, J. *Televisión y construcción de lo público*. Bogotá. Editorial Pontificia Universidad Javeriana.

Mastrini, G.; Marino, S.; Becerra, M. y otros (2014). *Uso y consumo de la Televisión Digital Terrestre en Argentina. Un estudio en los municipios de San Fernando y Quilmes*. Disponible en: http://es.scribd.com/doc/238478587/Informe-TDA-Para-Web#scribd. Última fecha de consulta: 05/01/2016.

Mazure, L. (2015). *La creatividad desatada. Gestión audiovisual 2008/2013*. Ciudad de Buenos Aires.

Monje, D. (2007). *Televisión Digital Terrestre en Argentina: políticas de comunicación frente a la introducción de innovaciones*. Revista Argentina de Comunicación, Año 2, Nº2 (pp.13-29).

Morley, D. (1996). *Televisión, Audiencias y Estudios Culturales*. Buenos Aires: Amorrortu editores.

Murolo, L. (2012). *Nuevas pantallas: un desarrollo conceptual*. Revista Razón y Palabra Nº80. Disponible en http://www.razonypalabra.org.mx/N/N80/V80/24_Murolo_V80.pdf. Última consulta: abril 2018.

Nicolosi, A. (comp) (2014). *La televisión en la década kirchnerista. Democracia audiovisual y batalla cultural*. 1ra. Ed. Bernal: Universidad Nacional de Quilmes.

Nievas Conde, L. (2015). *Análisis del proceso de adopción de la norma ISDB-Tb para la televisión digital terrestre en argentina desde una perspectiva socio-técnica*. Tesis de Maestría: Universidad Nacional de Quilmes.

Pinch, T. J. y Bijker, W. E. (2013). *La construcción social de hechos y de artefactos: o acerca de cómo la sociología de la ciencia y la sociología de la tecnología pueden beneficiarse mutuamente*, en Thomas, H. y Buch, A., *Actos, actores y artefactos. Sociología de la tecnología*. Bernal: Universidad Nacional de Quilmes.

Silverstone, R. (2011). *Prefacio de la nueva edición*, en Williams, R., *Televisión, tecnología y forma cultural*. Buenos Aires: Paidós.

Smith, M. y Marx, L. (1996). *Historia y determinismo tecnológico*, Madrid, Alianza.

Thomas, H. Y Fressoli, M. (2016). *Estudios Sociales de la Tecnología. Construcción social de la utilidad de los conocimientos científicos y tecnológicos. Abordajes teórico-metodológicos*. Recuperado de http://iec.unq.edu.ar.

Thomas, H., Fressoli, M. y Lalouf, A. (2013). *Introducción*, en Thomas, H. y Buch, A., *Actos, actores y artefactos. Sociología de la tecnología*. Bernal: Universidad Nacional de Quilmes.

Verón, E. (2001). *Vínculo social, gran público y colectivos de identificación. A propósito de una teoría crítica de la televisión*, en *El cuerpo de las imágenes*. Buenos Aires: Norma.

Vila, C. (2014). *Políticas, recepción y mediación de la Televisión Digital Abierta (TDA) en familias beneficiadas por la Asignación Universal por Hijo, en el período 2012/2014. Estudios de casos en la provincia de San Juan.* Disponible en http://redcomunicacion.org/politicas-recepcion-y-mediacion-de-la-tda-en-familias-beneficiadas-por-la-ahu-estudios-de-casos-en-la-provincia-de-san-juan/. Última consulta: julio 2017.

Williams, R. (2011). *Televisión, tecnología y forma cultural*. Buenos Aires: Paidós.

Los medios públicos de Córdoba y Santa Fe frente a las transformaciones de la industria audiovisual: Actores emergentes, producción local y sostenibilidad en escenas concentradas

Cordoba and Santa Fe public media facing the transformations in audiovisual industry: Emerging actors, local production and sustainability in concentrated scenes

Juan Martín Zanotti[71]

Resumen
El proyecto doctoral busca problematizar la gestión y producción en radio y televisión dentro del sector público-estatal en las provincias de Córdoba y Santa Fe, y relacionar las trayectorias de estos medios con las condiciones para operar dentro de ecosistemas mediáticos concentrados en la oferta privada. El recorte inicia en 2009 con la sanción de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual (SCA), en una etapa de gran protagonismo estatal tanto en la regulación como en la generación y distribución de contenidos, y llega hasta 2018, luego de dos años de Cambiemos en el gobierno y otra orientación en las políticas de comunicación. Un periodo controversial en el que se revisan aspectos del escenario político argentino en los ámbitos nacional y local, así como las cambiantes regulaciones que afectaron el desarrollo de experiencias significativas. Con este propósito, la investigación se ocupa de interpretar las misiones diferenciales de los medios públicos locales existentes y emergentes en estos años, que posibilitaron espacios para la producción local y la diversificación de contenidos, pero que tuvieron problemas para su visibilización.

Palabras claves: políticas audiovisuales, diversidad, medios públicos, producción local.

Problema de investigación

La indagación parte del supuesto de la potencialidad del sector y de ciertos límites de las políticas estatales de comunicación en Argentina. Algunas de estas políticas apuntaron inicialmente a la descentralización de la producción en diferentes provincias, a partir de cambios en la regulación sobre la concentración mediática y la aparición de nuevos actores. Medidas que si bien colaboraron con desarrollos dentro del sector público y no lucrativo, no afectaron la composición concentrada de la escena mediática (Becerra & Mastrini, 2017), y tuvieron distintos alcances respecto a los medios locales, entendidos aquí como industrias culturales estratégicas.
Con el objeto elegido se intentan analizar escenas mediáticas que no son frecuentemente exploradas en investigaciones argentinas. La Capital Federal centraliza la propiedad y la producción audiovisual, en detrimento de las provincias del "interior" del país, que presentan realidades distintas y deben complejizarse con estudios empíricos en su

[71] Juan Martín Zanotti, Universidad Nacional de Córdoba (UNC) -Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas (CONICET), Licenciado y Especialista en Gestión y Producción de Medios Audiovisuales (UNC). Email: jmartinzanotti@gmail.com

correspondiente escala.
El abordaje se inscribe a su vez dentro de un proceso de transición tecnológica, que plantea la convivencia de viejas y nuevas prácticas en radio y TV, y lleva a disputar una renovada legitimidad para el sector público, ante los acelerados cambios culturales, técnicos y económicos en relación con el audiovisual. Particularmente, en lo referido a la creciente fragmentación de los contenidos, y los cambios en los consumos por la multiplicación de plataformas y ventanas de exhibición.
En este sentido, la investigación recupera las discusiones en torno a la diversidad en el audiovisual, particularmente en relación con la televisión y la radio. Una categoría que se problematiza en tres planos: en la capacidad de producción, distribución y emisión, que debe tender a la participación de actores con distinta titularidad, tamaño y origen geográfico; la diversidad de informaciones, valores, identidades y estéticas exhibidas en las producciones; y la posibilidad real de elección de parte del público entre diversos contenidos (Albornoz & García Leiva, 2017).
Los temas de interés pueden sintetizarse en la siguiente pregunta integradora:

- ¿Qué procesos diferenciales registraron los medios público-estatales en Córdoba y Santa Fe, a partir de las condiciones favorecidas por las políticas audiovisuales del periodo 2009-2018 y las transformaciones que tienen lugar con la digitalización de la radio y la televisión?

Una interrogación guiada por dos grandes objetivos:

- Reconocer cambios en el mapa mediático de Córdoba y Santa Fe a partir de las políticas audiovisuales y los movimientos del escenario político durante el período 2009-2018.
- Profundizar en el papel de los medios público-estatales en las dos provincias, sus procesos de gestión, los diferenciales para la producción, y su relevancia como actores económicos y culturales claves para la diversidad en el audiovisual

Y por cinco objetivos específicos:

- Definir etapas en el desarrollo de los medios públicos y vincularlas con políticas nacionales y locales en torno al audiovisual
- Explorar las misiones de los medios estudiados y revisar críticamente la inserción en sus respectivas escenas provinciales
- Caracterizar la oferta de programación e interpretar los diferenciales en materia de producción de radio y televisión, particularmente respecto a los contenidos locales
- Estudiar la dimensión económica y las condiciones para la sostenibilidad de los proyectos
- Reconocer continuidades y rupturas en las prácticas frente a los desafíos tecnológicos asumidos en relación con la digitalización y la convergencia de servicios audiovisuales

Estado del arte

Si revisamos los estudios sobre medios estatales, comprobamos que en América Latina no existen acuerdos para definirlos como "públicos", debido entre otros factores a la larga tradición de utilización gubernamental en la región (Becerra, 2015) y a la ausencia de funciones de servicio público (Mastrini, 2013), y a la dificultad para construir proyectos a largo plazo (Arroyo *et al*., 2012) en materia de servicios públicos. El repaso por la bibliografía especializada expone desarrollos parciales dentro de sistemas mediáticos concentrados, configurados alrededor de la actividad lucrativa (Becerra & Mastrini, 2009; de Moraes, 2011) que llevan a revisar conceptualizaciones sobre la condición de servicio público ligada a la tradición europea, recuperada en distintos trabajos (Tremblay, 1988; Pasquali, 1991) y las que se construyen alrededor de los derechos a la comunicación (Mastrini, 2013; Loreti y Lozano, 2014; Monje *et al*, 2013). Tradiciones que de diferente modo, sostienen el rol activo del Estado en cuestiones tales como el acceso a la información y la diversidad cultural (UNESCO, 2005).

En línea con lo mencionado, la última década registra sanciones de leyes para regular la concentración impulsadas por gobiernos diferentes -Venezuela, Uruguay, Argentina, Bolivia, Ecuador y México- (de Moraes, 2011; Becerra, 2015), que reconocieron la legitimidad de los actores sin fines de lucro, y promovieron contenidos diversos. Cambios normativos que en el país llevaron una recuperación de las emisoras estatales (Guérin *et al*, 2013), apoyados en políticas del kirchnerismo que expusieron también contradicciones, por ejemplo en la sesgada aplicación de la Ley de SCA (Marino, 2016). Una situación que se vuelve más problemática hacia fines de 2015 con la llegada de Mauricio Macri al gobierno y una serie de decretos que afectaron ciertas conquistas y agudizaron la concentración, al tiempo que generaron nuevos cruces entre el audiovisual y las telecomunicaciones.

Este panorama alude mayormente a los medios nacionales donde además la suerte del sector se ha dirimido en una escena cambiante aunque caracterizada siempre por la presencia mayoritaria del sector lucrativo, concentrada de modo conglomeral y centralizada geográficamente en producción y propiedad (Becerra & Mastrini, 2009). Frente a lo cual se recupera a Tamara Smerling (2012), quien realizó una investigación antecedente en el abordaje de la concentración mediática y las industrias culturales en ciudades del interior -Córdoba, Rosario, Mendoza- en una clave de lectura similar a la elegida, que da cuenta de lo que se viene refiriendo en torno a la centralización de la oferta audiovisual y la fuerte dependencia de la capital del país. Algo de lo que también dan cuenta informes producidos por el Sistema de Información Cultural de Argentina (SINCA), la Defensoría del Público de Servicios de Comunicación Audiovisual, la ex Autoridad Federal del Audiovisual (AFSCA) y el actual Ente Nacional de Comunicaciones (ENaCom).

Es importante marcar aquí que, aún con sus limitaciones, la Ley de SCA (Argentina) habilitó a otros actores estatales, definió funciones, objetivos, formas de gobierno y financiación, y otorgó una mayor calidad institucional para estos medios (Monje, Rivero & Zanotti, 2017), pero conformó un sistema en el que quedaron incluidos un conjunto muy heterogéneo de medios públicos estatales –municipales, provinciales, universitarios-, y no estatales -de pueblos originarios y de la Iglesia Católica-, lo que dificultó la definición una identidad para el sector (Monje *et al*, 2013).

Más allá de estas referencias, no abundan las investigaciones que atiendan esta heterogeneidad, ni particularmente la problemática existencia de medios universitarios, que presentan desarrollos dispares, entre los que pueden destacarse emisoras radiales con

recorridos de décadas y la reciente multiplicación de canales lanzados para la TDA (Monje y Zanotti, 2015). Cabe marcar aquí lo descrito por Albornoz y Cañedo (2016) acerca de las políticas que favorecieron este escenario de producciones entre 2011 y 2015, principalmente el Programa Polos Audiovisuales Tecnológicos (PPAT)[72], que apuntó a federalizar la producción mediante la conformación de una red donde las universidades fueron cabeceras de sus regiones; el Plan Operativo de Promoción y Fomento de Contenidos Audiovisuales Digitales, destinado contenidos para televisión; los concursos Árbol de Contenidos Universales Argentino (ACUA); y el Banco Audiovisual de Contenidos Universales Abiertos (BACUA), repositorio abierto de materiales audiovisuales.

Por lo anteriormente señalado, los casos propuestos en Córdoba y Santa Fe sirven para abrir las categorías con las que suelen alcanzarse a los medios públicos en relevamientos que se ocupan mayormente de sistemas nacionales, y además del relevamiento de medios universitarios, incorporan la novedad del análisis de otro tipo de actor en la segunda provincia: el gobierno del Socialismo en la gestión de un canal que pretende cubrir la totalidad del territorio santafesino.

Los canales y las radios analizadas, con características específicas en función de la organización institucional, sus recorridos y trayectorias, presentan elementos comparables y en todas las experiencias, plantean alternativas a la oferta mediática local. Una dimensión que se pone en diálogo con autores (Prado & Moragas, 2002; Chaparro, 2014; Guimerà, 2017) que estudian medios estatales locales en España -principalmente señales autonómicas-, a las que caracterizan como medios de proximidad, destacando su capacidad en tanto actores sociales comprometidos con su entorno. Esta conceptualización se interpreta en relación a un postulado de Jesús Martín Barbero, quien propone que la experiencia audiovisual en nuestra época, replantea modos de relación con la realidad, "desterritorializando las formas de percibir lo próximo y lo lejano hasta tornar más cercano lo vivido a distancia que lo que cruza nuestro espacio físico cotidianamente" (Martín Barbero, 2005, p. 57).

Enfoque metodológico

La perspectiva teórico-metodológica construida se inscribe dentro de la Economía Política de la Comunicación, un campo que atraviesa enfoques y debates comunes con los estudios culturales y de la comunicación (Zallo, 2011), en donde los medios públicos son abordados como industrias estratégicas. O bien, como espacios relevantes en términos de pluralidad informativa y diversidad cultural (CIDH, 2009) dentro de ecosistemas excluyentes de otras propuestas.

La investigación toma la forma de un estudio de casos múltiple (Yin, 1982), que se ocupa de las emisoras radiales de las universidades nacionales de Córdoba, Rosario y del Litoral, y de seis señales: Cba24n y Canal 10, de la Universidad Nacional de Córdoba, UniTeve de la Universidad Nacional de Villa María y UniRioTV de la Universidad Nacional de Río Cuarto en Córdoba; Litus TV de la Universidad Nacional del Litoral y 5RTV del Gobierno provincial en Santa Fe. Señales de televisión que con la única excepción de Canal 10 de Córdoba, fueron creadas en el periodo estudiado.

El enfoque se justifica en la novedad de las propuestas –principalmente en TV-, por su ubicación geográfica y en función de las características ya descriptas de los sistemas

[72] Una política llevada a cabo por el Consejo Asesor del Sistema Argentino de Television Digital Terrestre: http://www.unpa.edu.ar/sites/default/files/pagina_adjuntos/polos_0.pdf

mediáticos. La elección de estas dos provincias responde así a dos cuestiones centrales, en primer lugar a que son polos productores de audiovisual que dependen en gran medida de la producción y propiedad de medios concentrada en Buenos Aires, pero le siguen en importancia en generación de contenidos y como economías dinámicas -también en términos demográficos-. Observamos que los casos seleccionados si bien comparten características también logran diferenciarse en la medida que Córdoba evidencia antecedentes en gestión de canales estatales, no así Santa Fe, que contaba con radios pero no registraba este tipo de experiencias en TV[73]. En segundo lugar, en función de que aparecen entre las más representadas en cantidad de señales públicas creadas en los últimos años, allí donde sólo algunas provincias registraron experiencias[74].

La investigación no se circunscribe a la descripción de los casos, sino que adopta un componente analítico (Coller, 1999) de las escenas locales y sus problemáticas comunes, en relación con las condiciones para producir y gestionar medios. Neiman y Quaranta (2006) explican que los estudios de caso en las ciencias sociales abarcan un amplio espectro que va desde análisis teóricos a estudios empíricos, con intereses en un fenómeno en sí o bien como estrategia para comprender un problema conceptual, precisamente en donde ingresa esta indagación, que analiza las transformaciones que experimentan la televisión en el sector elegido y en contextos periféricos. Con una indagación que es de tipo sincrónica ya que observa estas experiencias en un corte definido, desde 2009 y hasta el año 2018.

En este recorrido, el abordaje contempla la caracterización de la estructura de los medios, las condiciones económicas y técnicas, los recursos y capacidades para la producción audiovisual; y por otra parte, la identificación de misiones comunicacionales, para entender los modos de trasladar esas decisiones a la programación. Aspectos que se reconstruyen tomando como referencia indicadores de UNESCO para valorar buenas prácticas en medios públicos (Bucci *et al*, 2012), y la recuperación que realiza un equipo de la Universidad de Buenos Aires para un estudio sobre la Televisión Pública Argentina (De Charras *et al*, 2016).

Antecedentes que sirven para re-elaborar las dimensiones: institucional –y del perfil de emisoras-, de programación, económica y técnica. En un ejercicio de investigación que asume al mismo tiempo el postulado de García Leiva y Segovia (2017) de revisar el concepto de “buenas” o “mejores” prácticas de diversidad en el audiovisual, y reemplazarlo por las categorías “experiencias significativas” o “prácticas contextualizadas”, en tanto lo definible como mejor o más conveniente varía de acuerdo a dónde situemos los casos.

Las tareas que se llevan adelante incluyen la revisión bibliográfica en una primera instancia; el análisis de normativas para la caracterización de las políticas audiovisuales y regulaciones del período; el análisis documental a partir de diferentes fuentes -documentos institucionales, memorias, balances de procesos-; el relevamiento de grillas de programación hacia los años finales donde pueden establecerse comparaciones; y centralmente la realización de entrevistas semi-estructuradas con responsables de las señales, periodistas y productores en cada uno de los casos.

Para el primero de los objetivos específicos que apunta a vincular etapas en los medios con

[73] Hasta la inauguración de la señal provincial, la TV Pública Argentina y las señales nacionales eran el único modelo estatal conocido en Santa Fe.

[74] Según información difundida en 2016 por la Red Nacional Audiovisual Universitaria (RENAU), la TDA había generado que once (11) canales universitarios fuesen incorporados a las grillas provinciales y locales, donde ingresan las tres señales nombradas en Córdoba, y TV Litus de la Universidad del Litoral en Santa Fe.

políticas, se apela a la revisión de fuentes documentales, entrevistas a informantes claves y protagonistas con funciones de dirección en los medios estudiados. Para el segundo, que alude a las misiones diseñadas y sus entornos locales, se recuperan los testimonios y se cruzarán datos con un relevamiento propios sobre las escenas mediáticas en las dos provincias, una actividad que permitirá actualizar la información al respecto.
En relación al tercer objetivo vinculado con la oferta audiovisual, se prevé el análisis de grillas de programación según los criterios anteriormente referidos, a lo que se suma la realización de entrevistas en áreas de producción de radio y televisión. La programación se aborda aquí en relación a los contenidos, en la presencia de diferentes géneros -informativo, entretenimiento, ficción, periodístico- y formatos -de clasificación propia-, y en la inclusión de actores y temáticas en los contenidos.
El cuarto objetivo vinculado con la situación económica de los medios también buscará cubrirse con entrevistas específicas y la revisión de balances e informes de gestión. Para estudiar esta dimensión, se analizarán presupuestos de fondos estatales, junto a la actividad comercial y de pautado en los medios. Todos aspectos abordados críticamente en la recuperación de los años recortados, que se cruzan con un material elaborado por UNESCO (2015) que organiza indicadores de viabilidad de medios de comunicación. Una viabilidad y sostenibilidad que se piensa más allá de la rentabilidad y se pone en vinculación con otras funciones de los medios elegidos.
Una situación similar respecto al quinto y último objetivo, donde se apunta a las continuidades y cambios registrados en las emisoras en función de los desafíos técnicos de reconversión y actualización de los medios. Aquí se tomarán en cuenta aspectos de la infraestructura y equipamiento de los canales, así como capacidades para la edición y la producción, obtenidos de relevamientos y fuentes secundarias. Como se recupera de Bucci *et al* (2012), en emisoras públicas debe existir un estándar de calidad técnica que sea comprobable, ya que aquí también se dirimen las posibilidades de generar productos que aporten a sus misiones sociales.
Aún cuando se prioriza el enfoque cualitativo, la investigación apunta a la triangulación con datos cuantitativos, como una forma de validación y para fortalecer la construcción de los casos. En las dos provincias la viabilidad está garantizada por la habilitación de los directivos para ingresar a los canales, donde ya se inició el relevamiento de documentos y las entrevistas.

Avances parciales

En función del trabajo de campo -ya iniciado-, se presentan ahora algunas consideraciones preliminares. En primer lugar, debe señalarse que las emisoras estudiadas registran distintas historias a lo largo de los años recortados pero en todos los casos supieron beneficiarse de las políticas del kirchnerismo, respecto a las cuales tienen una valoración positiva en términos generales, aunque observan límites y omisiones principalmente vinculadas con la aplicación de la Ley de SCA.
Como lo más destacable aparece el hecho de que en televisión, los canales pudieron enriquecer sus propuestas con géneros y formatos inéditos para las provincias, con horas variables de producción propia, que esbozaron propuestas periodísticas e informativas diferenciales, con arraigo en temáticas y actores locales, y establecieron también sinergias con las radios en las universidades que adoptaron la forma de multimedios. Se comprueba un papel clave de las producciones generadas a partir de los concursos de fomento al

audiovisual, que sirvieron para completar grillas con materiales abiertos y gratuitos, que exploraron géneros nuevos, particularmente la ficción local. Sin embargo, algunas señales locales se volvieron centralmente dependientes de los canales nacionales -Encuentro, Paka Paka, DeporTV y TV Pública- y los bancos de producciones tales como el BACUA.

El principal problema identificado respecto a la Televisión Digital Abierta (TDA), que operó como la principal pantalla para la mayoría de los canales relevados, alude a su problemática penetración en hogares, en la medida que si bien implicó una gran despliegue de infraestructura de parte del Estado, no logró disputar la preferencia por los sistemas de TV de pago -que registran los niveles más altos en la región-, lo que llevó a cierta invisibilidad de las propuestas emitidas. Frente a esto, los medios estudiados apelaron a los convenios con cableoperadores locales y tuvieron que afrontar disputas para ser incorporadas dentro de la oferta de los principales prestadores privados que se negaron sistemáticamente a subir las señales.

Las radios por su parte, con trayectorias más largas en las universidades estudiadas, mostraron mejores respuestas del público y presentaron mayor diversidad de programas, aunque también muestran diferencias marcadas, principalmente entre aquellas que disputan audiencia y toman determinados criterios comerciales para la programación, y las que adoptan un perfil institucional, más culturalista, o educativo. Definiciones para los medios que no siempre se encuentran explicitadas, y que determinan en parte la suerte de los proyectos en términos de llegada.

El financiamiento es una de las variables más difíciles de resolver, que varía además del tipo y estructura de señal. El mercado argentino de medios dependió siempre de subsidios y ayudas del Estado, que en las señales públicas representan además la principal -y a veces hasta la exclusiva- vía de sustentabilidad. Si bien la ley audiovisual estipula una multiplicidad de vías de financiamiento, que van desde asignaciones del presupuesto nacional, hasta donaciones, patrocinios, venta de contenidos y publicidad, estas variantes fueron siempre desarrolladas marginalmente. Las emisoras mostraron así una gran dependencia de los fondos estatales, algo que se corrobora principalmente en canales y radios universitarias, que debieron gestionar permanentemente fondos con los gobiernos nacional y local. La pauta oficial fue otro ingreso que tampoco supo regularse, y que comprometió la autonomía relativa de estos medios, dentro de un sistema con crecientes incertidumbres en torno a sus modelos de negocios y sostenimiento.

Respecto a la utilización de nuevos medios y tecnologías de la información, podría decirse que existe un similar registro de la importancia de estas transformaciones, aunque con estrategias incipientes. La visión en torno a la multimedialidad parte en general del diagnóstico de la fragmentación de consumos y de audiencias más activas, aunque no se expresa siempre en desarrollos de nuevos lenguajes o temporalidades que rompan con la linealidad de los medios tradicionales. Las redes sociales en este esquema, buscan ser utilizadas para narrar o viralizar contenidos mediáticos, que muchas veces no se ven traducidos a otras lógicas o formatos para su circulación.

A modo de cierre

Como se ha ido planteando, la investigación pretende conocer modos específicos de producción para radio y televisión en un marco donde ambos medios experimentan transformaciones, que no impactan solamente en la instancia de la producción, sino que afectan también la distribución y los consumos. Este es uno de los ejes en donde el trabajo

puede realizar un aporte para el campo de la comunicación.
El tipo de enfoque busca además analizar en los casos recortados las derivaciones de políticas estatales que primeramente favorecieron el crecimiento del sector y el empoderamiento de actores locales pero posteriormente mostraron límites, hasta finalmente desarticularse.
Los elementos expuestos se estudian desde una entrada que revisa el lugar de la política y los modos de gestionar las emisoras públicas, con una perspectiva regional particular. El proceso puede llevar así a la elaboración de herramientas metodológicas que permitan valorar estas experiencias particulares y diferenciales, en su propia escala.

Bibliografía

Albornoz, L. y Cañedo, A. (2016). Diversidad y televisión en Argentina: el caso del Programa Polos Audiovisuales Tecnológicos. *Cuadernos de Información y Comunicación (CIC)*, Vol. 21, Universidad Complutense de Madrid.

Albornoz, L. y García Leiva, M. T. (Eds.) (2017) *Diversidad e industria audiovisual: el desafío cultural del siglo XXI*. Fondo de Cultura Económica, Ciudad de México.

Albornoz, L. y García Leiva, M. T. (2012) *La televisión digital terrestre. Experiencias nacionales y diversidad en Europa, América y Asia.* La Crujía, Buenos Aires.

Arroyo, L. *et al* (2012). *Cajas mágicas. El renacimiento de la televisión pública en América Latina*. Ed. Tecnos, Madrid.

Becerra, M. (2015). *De la concentración a la convergencia. Políticas de medios en Argentina y América Latina.* Editorial Paidós, Buenos Aires.

Becerra, M. y Mastrini, G. (2017). *Medios en guerra. Balance, crítica y desguace de las políticas de comunicación 2003-2016.* Editorial Biblos, Buenos Aires.

Becerra, M. y Mastrini, G. (2009). *Los dueños de la palabra. Acceso, estructura y concentración de los medios en la América Latina del Siglo XXI*. Prometeo, Buenos Aires.

Becerra, M. y Mastrini, G. *et al* (2014). *Uso y consumo de la Televisión Digital Terreste en Argentina. Un estudio en los municipios de San Fernando y Quilmes*. 1a ed. / Bernal: Universidad Nacional de Quilmes, Buenos Aires.

Bizberge, A. (2016). *El ocaso de la Televisión Digital Terrestre en Argentina*. Observatorio Latinoamericano de Regulación, Medios y Convergencia, Buenos Aires.

Bucci, E, Chiaretti, M, y Fiorini, A. M. (2012). Indicadores de calidad de las emisoras públicas: evaluación contemporánea. Serie *Debates CI: comunicación e información*. N° 10", Brasilia.

Bustamante, E. (coord.) (2003). *Hacia un nuevo sistema mundial de comunicación.* Fundación Alternativas, Barcelona.

Bustamante, E. (1999). *La televisión económica: financiación, estrategias y mercados.*

Editorial Gedisa, Barcelona.

Califano, B. (2017). Políticas de medios y tecnologías de la información: de Argentina Digital a las modificaciones de Cambiemos, en Arrueta y Labate (Comp.) *La comunicación digital. Redes sociales, nuevas audiencias y convergencia,* EdiUNJu, Jujuy.

Chaparro, M. (Ed.) (2014). *Medios de proximidad: participación social y políticas públicas.* Luces de Gálibo (Gorbs Ediciones SL), Málaga.

CIDH. (2009). *Informe de la Relatoría Especial para la Libertad de Expresión*. Organización de los Estados Americanos (OEA).

Coller, X. (1999). Estudio de Casos. *Cuadernos Metodológicos* N° 30. Centro de Investigaciones Sociológicas. España.

De Charras, D. *et al* (2016). *Implementación del sistema de indicadores de calidad de emisoras públicas para la evaluación de la Televisión Pública Argentina.* Libro digital de la Facultad de Ciencias Sociales, Universidad Nacional de Buenos Aires, Buenos Aires.

De Moraes, D. (2011). *La cruzada de los medios en América latina. Gobiernos progresistas y políticas de comunicación*. Editorial Paidós, Buenos Aires.

García Leiva, M. y Segovia, A. (2017). Buenas prácticas para la diversidad de la industria audiovisual, en *Diversidad e industria audiovisual: el desafío cultural del siglo XXI*. Fondo de Cultura Económica, Ciudad de México

Guérin *et al* (2013). *Pensar la televisión pública ¿Qué modelos para América Latina?* Instituto de Estudios sobre Comunicación RTA, La Crujía, Buenos Aires.

Guimerá, J. A. (2017). Las televisiones locales, en *Televisión Abierta. Situación actual y Tendencias de futuro de la TDT*. Colegio Oficial de Ingenieros de Telecomunicación, Madrid.

Hallin, D. y Mancini, P. (2007). *Sistemas mediáticos comparado*. Barcelona: Editorial Hacer.

Loreti, D. y Lozano, L. (2014). *El derecho a comunicar. Los conflictos en torno a la libertad de expresión en las sociedades contemporáneas.* Buenos Aires: Siglo XXI.

Marino, S. (2016). *El audiovisual ampliado.* Ediciones Universidad del Salvador, Buenos Aires.

Martín Barbero, J. (2005). Televisión pública, televisión cultural: entre la renovación y la invención, en *Televisión pública: del consumidor al ciudadano.* Editorial La Crujía, Buenos Aires

Mastrini, G. (2013). Medios públicos y derecho a la comunicación, en *Las políticas de comunicación en el siglo XXI: nuevo y viejos desafíos*. La Crujía, Buenos Aires.

Mastrini, G. (2009). *Mucho ruido, pocas leyes*. *Economía y políticas de comunicación en la Argentina (1920-2007).* Editorial La Crujía, Segunda edición ampliada, Buenos Aires.

Monje, D. *et al* (2013). Otro territorio: emergencia, controversias y perspectiva en torno al emergente sector de medios públicos en Argentina a partir del año 2009. En *AVATARES de la comunicación y la cultura*, Nº 6. Buenos Aires.

Monje, D., Rivero, E. y Zanotti, J.M. (2017). Nuevas disputas por el Derecho a la Comunicación en Argentina: el giro a la derecha a partir de diciembre de 2015. En *Derecho a la comunicación, procesos regulatorios y democracia participativa en América Latina*. CIESPAL, Quito.

Monje, D. y Zanotti, J.M. (2015). Televisoras públicas universitarias argentinas: el actor emergente. En *Revista LUMINA,* Universidad Federal de Juiz de Fora (UFJF), Brasil.

Neiman, G. y Quaranta, G. (2006). Los estudios de caso en la investigación sociológica, en Vasilachis de Gialdino, I. *Estrategias de investigación cualitativa* (pp. 213-238) Gedisa, Barcelona.

Pasquali, A. (1991). ¿Qué es una radiodifusión de servicio público? En *El orden reina. Escritos sobre comunicaciones*. Monte Avila Editores, Caracas.

Prado, E. (2010). Del flujo al stock. Desafíos de la digitalización para las políticas de comunicación. En *Pensar los medios en la era digital*. La Crujía, Buenos Aires.

Prado, E. y Moragas, M. (2002). La televisió local a Catalunya. *Quaderns del CAC*, número extraordinario.

Rincón, O. (Comp.) (2005). *Televisión pública: del consumidor al ciudadano.* Editorial La Crujía, Buenos Aires.

Smerling, T. (2012). *La Concentración de la Propiedad de los Medios de Comunicación en la Argentina: Un Estudio Comparativo entre las Ciudades del Interior. Córdoba, Rosario y Mendoza. 1990-2010*. Tesis de Doctorado de la Universidad Nacional de Quilmes (UNQ), Buenos Aires.

Tremblay, G. (1988). La noción de servicio público. *Revista Telos*, 14, Fundesco, Madrid.

UNESCO (2015). *Proyecto de indicadores de viabilidad de los medios de comunicación*, Programa Internacional para el Desarrollo de la Comunicación.

UNESCO (2005). *Convención sobre la promoción y protección de la diversidad de las expresiones culturales*. París.

Yin, R. (1994). *Case Study Research. Design and Methods.* Thousand Oaks, Sage Publications, California.

Zallo, R. (2011). Retos actuales de la economía crítica de la comunicación y la cultura. En Albornoz, L. (Comp), *Poder, medios y cultura. Una mirada crítica desde la economía política de la comunicación.* Editorial Paidós, Buenos Aires.

A autocrítica jornalística brasileira pelo trabalho do ombudsman

Brazilian journalism's self-criticism through the work of the ombudsman

Juliana de Amorim Rosas[75]

Resumo

Esta pesquisa em andamento propõe um estudo comparativo entre as experiências de ombudsman de imprensa em três jornais brasileiros: *Correio da Paraíba*, *Folha de S. Paulo* e *O Povo*, do Ceará. Um dos principais motivos para a escolha dos periódicos se dá por o *Correio da Paraíba* ter sido o primeiro impresso entre as regiões Norte/Nordeste a possuir representante de leitor e os outros jornais serem os únicos que ainda possuem ombudsman em seus quadros. A ideia é traçar panoramas de duas épocas: a dos anos 1990 e atual, a fim de se compreender como se constitui a autocrítica jornalística brasileira pelo olhar do ombudsman, em sua época áurea e nos dias atuais - quando há cada vez menos ombudsmans em redações em todo o mundo. Será utilizada a metodologia Análise de Conteúdo a fim de categorizar e analisar as colunas públicas de crítica de mídia escrita pelos profissionais e nos apropriar de conceitos de *ethos* profissional, *mediacriticism* e *accountability* na imprensa. Neste artigo, serão apresentados um panorama da pesquisa e resultados esperados.

Palavras-chave: ombudsman; jornalismo brasileiro; autocrítica; *mediacriticism*; *accountability.*

Introdução

O incômodo desta pesquisa surge ao não conseguir identificar, facilmente ou de antemão, como opera a autocrítica jornalística brasileira. Neste estudo em particular, visa analisar como opera a autocrítica jornalística brasileira no trabalho dos ombudsmans[76] de imprensa e descobrir o que estas possuem em comum, quais suas características, se há diferenças entre jornais tidos como "nacionais" e os locais ou regionais, e qual modelização (MAIA, 2004) e modelos de crítica seguem.

A figura do *justitiombudsman* surgiu primeiramente na Suécia, em 1809, oficialmente, e designava o representante da população. Era o ouvidor, responsável por ouvir as queixas dos cidadãos, investigá-las e caso necessário, tomar providências. Considerando o modelo clássico de ombudsman de imprensa – com coluna pública e exercendo *mediacriticism* – temos o primeiro representante de leitor surgido nos Estados Unidos, em 1967. No Brasil, o primeiro jornal a adotar tal cargo foi a *Folha de S. Paulo*, em 1989.

---

[75] Doutoranda do Programa de Pós-graduação em Jornalismo da Universidade Federal de Santa Catarina, Brasil. Email: rosasjuliana@yahoo.com.br.

[76] Sobre a nomenclatura, alguns veículos ou mesmo autores costumam flexionar a palavra, escrevendo *ombudsmen* para o plural e *ombudswoman* para o feminino, uma tendência da língua inglesa. As flexões para o feminino e plural na língua sueca são diferentes e menos usuais. Neste trabalho, usaremos a flexão da língua portuguesa para o plural (ombudsmans) e a mesma palavra (ombudsman) para ambos os gêneros, tendência atual e que também foi adotada pela *Folha de S. Paulo* (Manual de Redação – Folha de S. Paulo, 2005, p. 90)

No decorrer da década de 1990, o mundo e consequentemente o Brasil viviam uma nova ambiência de democracia que se refletiu de várias maneiras no cotidiano das pessoas, na política, no modo de vida, no jornalismo. Nesta situação contingente, floresceram ouvidorias em diversos setores e também a figura do ombudsman de imprensa. Nos anos 2000, o ombudsman começou a perder força. Hoje, apenas dois jornais impressos brasileiros mantêm a função: *Folha de S. Paulo* e *O Povo*.

O pioneirismo brasileiro e latino-americano é da *Folha de S. Paulo*, que implanta o ombudsman em 1989. O ombudsman paraibano corresponde à primeira experiência do tipo nas regiões Norte e Nordeste brasileiras, mais de dois anos antes da criação do defensor do leitor em *O Povo*, anunciada em dezembro de 1993 e implantada em janeiro de 1994.

Para a pesquisa de doutorado, trabalharemos, inicialmente, com a comparação entre as experiência do ombudsman de imprensa em três jornais brasileiros: *Folha de S.Paulo*; *O Povo*, do Ceará, e *Correio da Paraíba*. A proposta é realizar pesquisa comparativa a fim de entender como se deu a experiência de crítica de mídia pelo defensor do leitor no ano de 1995, ano coincidente da presença do ombudsman nos três periódicos.

Brevemente, sobre a experiência do ombudsman paraibano, podemos relatar que os ombudsnatos (ou mandatos de ombudsman) do *Correio da Paraíba* se deram nos anos de 1991 a 1993, e mais uma vez em 1995, com um hiato no ano de 1994. Em termos históricos, o ombudsman paraibano corresponde à primeira experiência do tipo nas regiões Norte e Nordeste, mais de dois anos antes da criação do defensor do leitor em *O Povo*, anunciada em dezembro de 1993 e implantada em janeiro de 1994.

Porém, apesar do marco histórico, duração considerável e interessantes características, a experiência paraibana parece ter se perdido no tempo e permanecido no limbo. Por hora, resumidamente, pode-se dizer que ao fim da pesquisa de mestrado, após análise de cerca de 150 colunas do período, análise bibliográfica, entrevistas e visitas locais, não houve, à época ou posteriormente, preocupação do Correio da Paraíba em dar mais publicidade à experiência. Ao contrário de O Povo, que publicizou seu ombudsman e, à época, tomou para si o título (não condizente historicamente) de pioneiro regional.

Por isso, a ideia é utilizar o que descobrimos com a experiência do ombudsman paraibano, comparando-as com a dos outros dois periódicos (*Folha* e *Povo*), na considerada época áurea (anos 1990) e, posteriormente, realizar nova comparação com as experiências ainda em voga, que são *Folha de S. Paulo* e *O Povo*, utilizando as colunas públicas dos ombudsmans deste jornais do ano de 2019, quando se comemora 30 anos da implantação do primeiro ombudsman no Brasil.

Consideramos estudos deste tipo relevantes para o jornalismo contemporâneo e para a área de crítica jornalística e *mediacriticism* por, entre outros, não haver registro de estudo comparativo de experiências de crítica jornalística em jornais impressos brasileiros, em especial de ombudsman, envolvendo importantes e distintas experiências. Realizar a comparação de importantes experiências de crítica de mídia no país é renovar a discussão sobre o jornalismo impresso, *mediacriticism* e *accountability* jornalístico, pois ler a mídia criticamente faz parte do jornalismo.

Referenciais

A pesquisa irá levar em conta a influência empresarial no trabalho jornalístico, porém, tomamos, de antemão, o ombudsman como um *Media Accountability System* (MAS) (Bertrand, 2002).

> Os MAS são quaisquer meios de melhorar os serviços de mídia ao público, totalmente independentes do governo. Espera-se que atinjam seu objetivo aumentando a competência dos jornalistas e descobrindo (por meio de observação e análise) o que a mídia faz e não faz, em comparação com o que deveria fazer. E sobretudo, os MAS capacitam os veículos de comunicação a ouvir as opiniões dos consumidores, a saber do que gostam, não gostam ou podem vir a gostar. Graças a eles, a mídia consegue descobrir, corrigir, explicar seus erros e equívocos, desculpando-se por eles. Esses sistemas são um misto de controle de qualidade, serviço ao consumidor, educação contínua e muito mais – não apenas, decerto, autoregulamentação. Aos cidadãos, os MAS devolvem os direitos humanos que a casta dos profissionais de mídia costuma confiscar. (Bertrand, 2002, p. 35)

Criticar a mídia envolve lidar com ética e fazê-la implica um ambiente democrático. O ombudsman no jornalismo envolve relações de poder dentro e fora das redações e os leitores representam camadas de uma sociedade que deseja cada vez mais participar. Desejamos realizar análise sob um viés de processo sociopolítico por enxergarmos o ombudsman como função política, como um dispositivo democrático de crítica de mídia, que engloba diferentes interesses, a exemplo das classes jornalística e empresarial, e sociedade como um todo, cada uma como um ator político exercendo um papel interessado.

Em estudos sobre análises jornalísticas ou de rotinas jornalísticas, identificamos a referência direta ou indireta do *ethos* jornalístico, como encontrado em Traquina (2005) e Tuchman (1993), entre outros. Por colunas analisadas, entrevistas realizadas e abordagens encontradas em pesquisa bibliográfica, constatamos forte presença do *ethos* jornalístico e sua afirmação pelos profissionais. Por meio de pesquisa exploratória e estudo anterior, verificamos a coluna de ombudsman como um *locus* onde o *ethos* está bastante latente. Rogério Christofoletti (2012) faz a seguinte análise:

> O defensor do leitor tem uma presença irregular no contexto dos meios de comunicação brasileiros. Embora não seja um personagem comum, provoca desconforto e fúria nas redações, curiosidade e entusiasmo entre parte do público, desconfiança e descrença em outra parcela dos leitores. É bem verdade que esses atributos não são exclusivos de um ombudsman no Brasil, mas cercam a atividade inglória de quem identifica erros, aponta exageros dos colegas de profissão, recebe queixas da audiência e encaminha sugestões para o aperfeiçoamento dos produtos e serviços jornalísticos. Ainda existe muita incompreensão em torno da atividade do ombudsman, e essa ignorância toda só ajuda a complicar o seu trabalho. (Christofoletti, 2012)

Em termos teóricos e conceituais, a ideia inicial é encontrar a evidenciação deste *ethos* nas colunas e verificar sua posição ou interferência frente à crítica de mídia. Traquina (2005) nos informa que o jornalismo tal como o conhecemos atualmente nas sociedades democráticas tem suas raízes no século XIX, quando surge um novo paradigma de que o jornalismo deve fornecer informações.

> Este novo paradigma será a luz que viu nascer valores que ainda hoje são identificados com o jornalismo: a notícia, a procura da verdade, a independência, a objetividade, e uma noção de serviço público – uma constelação de idéias que dá forma a uma nova visão do "pólo intelectual" do campo jornalístico. (Traquina, 2005, p. 34)

Embora o termo *accountability* tenha estado cada vez mais em evidência atualmente, ao traçar o contexto histórico de como se deu a entrada do ombudsman no país, encontramos uma atmosfera de abertura democrática e valorização do consumidor. Essa ambiência dos

anos 1990, considerada a "década do consumidor", sendo uma época que apresenta importantes conquistas democráticas no Brasil e no mundo, gerariam tanto uma pressão por *accountability* como uma atmosfera de espontânea prestação de contas por parte da imprensa. Entram então o ombudsman e suas características, pesquisa que desejamos aprofundar.

> Nos últimos anos, o termo *accountability* tem sido disseminado na ciência política latino-americana como sinônimo de mecanismos que possibilitem a responsabilização das pessoas que ocupam cargos públicos, sejam eles eleitos ou não, por seus atos à frente das instituições do Estado. (...) Além do desempenho de instituições governamentais, o debate sobre *accountability* também pode ser estendido aos jornais, revistas, e emissoras de rádio e tevê, referindo-se ao "processo que invoca a responsabilidade objetiva e subjetiva dos profissionais e veículos de comunicação através da organização da sociedade e da constituição de espaços públicos democráticos de discussão" (Oliveira, 2005 25). (Paulino in Ramos & Santos [org.], 2007, p. 177)

À pesquisa interessam relações de poder, de responsabilidade jornalística, de relações políticas que rondam o ombudsman. E essas relações envolvem diversos atores políticos, como a classe jornalística, o conjunto de leitores, os empresários donos de empresa jornalística e a sociedade consumidora de meios de comunicação de massa, como um todo. Christofoletti (2012) toca nesses pontos, além de reforçar o que dissemos sobre a falta de conhecimento jornalístico e acadêmico sobre outras experiências de ombudsman afora a paulista.

> No espectro da mídia comercial, o caso da *Folha de S. Paulo* é positivo, mas tem poucos similares, sendo o do jornal *O Povo*, de Fortaleza (CE), o mais notório. No jornal cearense, o ombudsman surgiu em 1994 e doze profissionais já ocuparam a função, que tem ainda como apoio um conselho consultivo de leitores. A experiência – menos ruidosa que a do veículo paulista – é também digna de nota pela ousadia de empreender uma atividade de crítica midiática numa região tão controlada por grupos empresariais familiares e, por essa razão, tão avessa à autocrítica (Christofoletti, 2012).

O jornal é uma entidade privada de prestação de serviço público e como objeto de comunicação, relaciona-se de forma midiática a fim de sensibilizar a opinião pública e mobilizar a esfera política e a própria sociedade. Cabe ao ombudsman – profissional responsável por apontar erros do jornal, defender o leitor e, na maioria das vezes, realizar uma análise pública dos meios de comunicação em sua coluna – verificar se esta cobertura jornalística (que no fim das contas quer sensibilizar o público) está sendo feita de forma ética, transparente e independente, como recomendam os preceitos jornalísticos.
Além disso, tal questionamento dá ideia do que queremos ao analisar o ombudsman. Este profissional é o suposto vigilante de um meio que presumivelmente vigia os outros poderes. Geralmente, as pesquisas em *mediacriticism* investigam "como ler a mídia criticamente" e menos quem o faz, como este é influenciado e como influencia. Investigar os críticos vigilantes do jornalismo e seus trabalhos será um dos objetivos da pesquisa.

Modelizações do ombudsman e declínio

Com referência em um autor francês, Kênia Maia (2004) escreve que:

> A modelização designa os "princípios de legitimação e compromissos entre as naturezas das quais eles saem que balizam a evolução dos acordos e desacordos" que provém dos códigos de ética, textos dos agentes, das pesquisas sobre o grupo, elaboradas e difundidas pelos agentes, e difundidos nas cerimônias de entrega de prêmios, conferências do grupo, colóquios, etc. (Walter, 1995). (Maia, 2004).

Em seguida, a autora discorre sobre os tipos de modelização do ombudsman sob os aspectos: dirigido ao público interno (empresa e jornalistas); modelização pelo acesso do público (leitores, sobretudo); e modelização pela crítica da mídia. É com estes últimos que iremos particularmente trabalhar, pois a modelização pelo acesso do público se dá pela coluna pública do ombudsman – nosso objeto empírico; e a modelização pela crítica de mídia é o objeto da pesquisa, uma vez que desta apreenderemos a autocrítica jornalística.
No Brasil, a maioria dos ombudsmans de imprensa conhecidos escrevem colunas públicas. Os anos 1990 foram o auge numérico de ombudsman em jornais brasileiros. A partir dos anos 2000, esse número, que já não era grande, começa a cair.
Em 2008, a então ombudsman da *National Public Radio* (NPR), organização de comunicação social, sem fins lucrativos e de titularidade pública do governo dos Estados Unidos, Alicia Shepard, perguntava se o mundo precisava de mais ombudsman de imprensa. Afirma ainda:

> (...) Nos Estados Unidos - onde a liberdade de imprensa é tomada como garantida, mesmo quando está sob ataque - o número de ombudsmans nas organizações de notícias está declinando, em grande parte por razões orçamentárias. Há apenas alguns anos, 40 organizações de notícias empregavam ombudsmans (às vezes chamadas de "editores públicos" ou "representantes de leitores"). Não são muitas, considerando que os Estados Unidos têm cerca de 1.500 jornais diários, três redes de TV, várias redes nacionais de rádio, redes de cabo e milhares de estações locais de rádio e TV. Hoje, há apenas 34 ombudsmen de notícias dos EUA, a maioria deles em jornais. No ano passado, quatro jornais extinguiram a posição. Em todo o mundo, há apenas 100 Ouvidores de jornais, TV, rádio e Internet, segundo Esben Orberg, da União Dinamarquesa de Jornalistas, que pesquisou o papel e fez um relatório na conferência da ONO. (Shepard, 2008)

No mesmo texto, ela acrescenta a fala de outra ombudsman: "'Os ombudsmen estão crescendo em partes do mundo onde uma imprensa livre está começando a se afirmar', disse a presidente da ONO[77], Pam Platt, editora pública do Louisville Courier-Journal, em Kentucky, o primeiro jornal dos EUA a criar a posição" (Shepard, 2008).
No entanto, Alicia Shepard (2008) acrescenta que o ombudsman é o elo entre o público e a redação, desempenhando um papel fundamental na garantia de que uma organização de notícias defenda seus próprios padrões, além de garantir que as preocupações do público sejam levadas a sério. Ao apontar a importância de se ter um ombudsman na redação, ela enumera:

> Ter um ombudsman é uma forma de auto regulação por uma organização de notícias que o público deveria achar animador. Um ombudsman pode apontar publicamente quando uma organização de notícias não está cumprindo seus próprios padrões de ética escritos. Ter um ombudsman indica que uma organização de notícias está confiante o suficiente em seu jornalismo para ser publicamente criticada por alguém da sua folha de pagamento. Um ombudsman também confere credibilidade a uma organização de notícias - desde que a pessoa seja contratualmente independente e não possa ser demitida por seus comentários.

[77] Sigla para Organization of News Ombudsmen, organização internacional dos ombudsmans de imprensa.

> O papel encoraja a autocrítica dentro da organização jornalística, algo que os editores e os repórteres geralmente não têm tempo nem apetite para participar. Pense nisso como controle de qualidade. (Shepard, 2008)[78]

Entre os apontamentos de como salvar o jornalismo, Mcchesney e Nichols (2010) afirmam, entre outros, que: uma sociedade livre exige uma imprensa livre; existiram (nos EUA) subsídios postais e impressos para assegurar que a liberdade de imprensa nunca fosse uma promessa vazia; as pessoas livres só podem governar a si mesmas se tiverem acesso a informações independentes sobre as questões do dia e os excessos dos poderosos, e que é dever do governo garantir tanto a promessa quanto a realidade de uma imprensa livre.
Os autores não mencionam o ombudsman, mas os trazemos para mostrar que há tempos, mesmo nos Estados Unidos, país de livre mercado e que tem como princípios relevantes as liberdades individual e de imprensa, há estudiosos admitindo que a imprensa corre perigo e que ela precisa de subsídios. Para os não afeitos a interferências (mesmo em forma de subsídios) estatais, o ombudsman seria uma forma liberal, não dispendiosa e funcional de autorregulação.

Metodologia

Realizar uma pesquisa comparativa permite investigar o objeto expondo suas diferenças e semelhanças. Para isso, há necessidade de categorias a serem elaboradas e, nos utilizando da análise de conteúdo, pretendemos formular tais categorias a posteriori. Como recomenda Bardin (2012, p. 128), devemos deixar "falar o material". A autora afirma que "Algumas análises efetuam-se "às cegas" e sem ideias pré-concebidas. Uma ou várias técnicas são consideradas a priori para fazerem falar o material, utilizando-se sistematicamente."
Apesar de anterior contato com o material e de termos realizado pesquisa com um dos jornais, o presente propósito é diferente. Além de encontrar distinções, visa-se também a busca de elementos comuns, frente à conjuntura da época e em cada local. De acordo com Gil (2008):

> O método comparativo procede pela investigação de indivíduos, classes, fenômenos ou fatos, com vistas a ressaltar as diferenças e similaridades entre eles. Sua ampla utilização nas ciências sociais deve-se ao fato de possibilitar o estudo comparativo de grandes grupamentos sociais, separados pelo espaço e pelo tempo. Assim é que podem ser realizados estudos comparando diferentes culturas ou sistemas políticos. (Gil, 2008, p. 16)

Num primeiro momento, realizaremos uma descrição geral da experiência de cada ombudsman em cada impresso. Em seguida, partiremos para a análise, objetivando verificar os fatores em comum e os que o distinguem, bem como tentar identificar se houve características semelhantes de continuidade (nos casos remanescentes) ou descontinuidade (da experiência paraibana, que não perdurou).
Sendo o corpus homogêneo e pertinente à análise, condizente com o que propõe a pesquisa, encontramos subsídios igualmente nas considerações de Bardin (2012, p. 128), ao pretendermos nos utilizar da Análise de Conteúdo, quando a autora fala sobre a "regra da

[78] As citações de Alicia Sheperd estão originalmente em inglês e foram traduzidas livremente pela autora do artigo.

homogeneidade" e "regra da pertinência", e "formulações das hipóteses e objetivos", quando podemos relacionar seus argumentos para a pesquisa.

> Regra da homogeneidade: os documentos retidos devem ser homogêneos, isto é, devem obedecer a critérios precisos de escolha e não apresentar demasiada singularidade fora desses critérios. (...) Regra de pertinência: os documentos retidos devem ser adequados, enquanto fonte de informação, de modo a corresponderem ao objetivo que suscita a análise. (Bardin, 2012, p. 128)

De forma sucinta, planejamos que as etapas de pesquisa sejam: traçar um histórico do ombudsman no jornalismo – origem, contexto e características; catalogar e examinar todas as colunas dos ombudsmans dos três periódicos supracitados do ano de 1995; realizar análise dos conteúdos apresentados, estabelecendo categorias *a posteriori* e temáticas para o conteúdo analisado. Num segundo ciclo comparativo, iremos confrontar os resultados obtidos da comparação entre os três jornais supracitados no ano de 1995 com a análise das colunas de *Folha* e *Povo* do ano de 2019.

Considerações finais

Durante os anos 1990, especialmente, houve diversas experiências de representante do leitor em impressos brasileiros. A maioria, com breve duração. Após a explosão nesta década, o ombudsman de imprensa não teve longa vida no século XXI, com algumas poucas experiências surgidas. A não ser por algumas menções isoladas e pelo perfil traçado por Mendes (2002) de alguns ombudsmans do jornalismo brasileiro, não se sabe como ocorreu a fundo cada experiência brasileira de representante do leitor.

Estudos do tipo em muito contribuiriam para provar que o país possuiu diferentes experiências com esse dispositivo democrático de mídia, cada uma com suas características particulares, muitas vezes indo de encontro ao consagrado pela *Folha de S. Paulo*. Foi o que fizemos no estudo com o ombudsman paraibano (Rosas, 2015) e pretendemos seguir agora, aprofundando a pesquisa ao realizar estudo comparativo entre três importantes experiências jornalísticas brasileiras.

Temos uma hipótese inicial que o processo de implantação do ombudsman no jornal determina sua continuidade/descontinuidade e também revela o olhar empresarial sobre a recepção da crítica a seu próprio produto. Miradas preliminares apontam que quando o jornal pensa a implantação do ombudsman de antemão, este faz parte de sua política editorial e manual de redação, o crítico tende a permanecer na função. Quando a decisão de se ter um ombudsman no jornal, não é discutida no conselho editorial, é considerada uma estratégia de marketing ou visibilidade e não consta em documentos como política editorial e manual de redação, ela tende a ter duração mais curta.

Podemos fazer uma correlação desta hipótese com implantações de políticas públicas. Comparemos a implantação ponderada e avaliada do ombudsman como uma política de Estado – tende a perdurar e sobreviver a governos. A implantação estratégica do defensor dos leitores pode ser comparada a uma política de governo – vigente enquanto o administrador está no comando ou por um período de tempo determinado.

Traquina (2001) reforça a necessidade de estudarmos o jornalismo, que se define como um quarto poder, mas apesar de apontar erros dos outros poderes, é majoritariamente avesso à autocrítica.

> Os media noticiosos foram e são definidos como um Quarto Poder, que guarda os cidadãos dos eventuais abusos de poder por parte dos governantes. Mas, no início do século XXI, um número crescente de agentes sociais, incluindo uma parte significativa da comunidade acadêmica, levanta a questão: quem protege os cidadãos do Quarto Poder? Começo a procura de uma resposta pedindo o apoio do filósofo e político romano Cícero. Cícero escreveu há mais de dois milênios estas palavras tão sábias: "Desconhecer a história é permanecer criança para sempre". (Traquina, 2001, p. 187)

Um dos objetivos fundamentais dessa pesquisa é conhecer mais profundamente a história do nosso jornalismo. Este será o cerne: primeiramente investigar um contexto histórico antes de confrontá-lo com fatos atuais e realizar um estudo que não foi feito anteriormente, acrescentando mais um capítulo à história do jornalismo brasileiro.

Referências

Bardin, L. (2012). *Análise de conteúdo*. São Paulo: Almedina Brasil.

Bertrand, C. (2002). *O arsenal da democracia*. Bauru: EDUSC.

Braga, J. L. (2006). *A sociedade enfrenta sua mídia - dispositivos sociais de crítica midiática*. 1. ed. São Paulo: Paulus.

Christofoletti, R. *O ombudsman ainda não se consolidou no país*. Edição 714 do Observatório da Imprensa. Retrieved from: <observatoriodaimprensa.com.br/news/view/o_ombudsman_ainda_nao_se_consolidou_no_pais>.

Christofoletti, R.; Motta, L.G. (org.) (2008). *Observatórios de mídia***.** *Olhares da cidadania.* São Paulo: Paulus.

Costa, C.T. (2006), *O relógio de Pascal*. 2.ed. São Paulo: Geração Editorial.

Folha de S. Paulo (2005). *Manual da Redação.* São Paulo: Publifolha.

Gil, A. C. (2008). *Como elaborar projetos de pesquisa*. 4.ed. São Paulo: Atlas.

Maia, K.B.F. (2004). *A modelização e o discurso de legitimação profissional do ombudsman de imprensa*. Estudos em Jornalismo e Mídia, Vol. I Nº 2, 101-1014.

Mcchesney, R. W.; Nichols, J. (2010). *How to Save Journalism*. The Nation, january 25 issue.

Mendes, J. F. (2002). *O ombudsman e o leitor*. Belo Horizonte: Editora O Lutador.

Paulino, F. O. (2007). *Comunicação e responsabilidade social*: modelos, propostas e perspectivas. In: RAMOS, M.C; SANTOS, S. *Políticas de Comunicação*: buscas teóricas e práticas. São Paulo: Paulus.

Rosas, J. A. (2015). *Os cães ladram, a caravana passa e apenas ao leitor se deve reverência: o pioneirismo regional do ombudsman paraibano entre críticas, estratégias e conflito de ethos* / Curitiba, Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Setor de Artes, Comunicação e Design da Universidade Federal do Paraná.

Shepard, A. (2008). *Does the world need more news ombudsmen*? Retrieved from: https://www.npr.org/ombudsman/2008/06/does_the_world_need_more_news.html

Traquina, N. (2001). *Estudos do jornalismo no século XX*. São Leopoldo: Unisinos.

Traquina, N. (2005). *Teorias do jornalismo - Porque as notícias são como são*. Florianópolis: insular, 2.ed.

Tuchman, G.(1993). *A objetividade como ritual estratégico*. In: Traquina, N.(org.). *Jornalismo: Questães, Teorias e "Estórias"*. Lisboa: Vega.

Vala, J. (1986). *A análise de Conteúdo*. In Silva, A. S.; Pinto, J. M. *Metodologia das Ciências Sociais*. Porto: Edições Afrontamento.

Capítulo 2.

Narrativas mediáticas e interactividad

Do espanhol ao português, a *transcriação* dos artigos de Eduardo Galeano

From Spanish to Portuguese, the transcriation *of articles by Eduardo Galeano*

Francielli Cristina Campiolo[79]

Resumo: O conceito de *transcriação* de Haroldo de Campos diz respeito à tradução de textos estéticos complexos, em que a literalidade é substituída pela recriação, prezando pela similitude do que é traduzido. Segundo ele, é preciso recriar os textos ao levá-los de uma língua a outra, de forma a emergir o espírito do original e manter a forma poética, não se prendendo ao significado de cada palavra. Considero os artigos de opinião de Eduardo Galeano como sendo textos estéticos, que por vezes necessitam alterações para fazerem sentido em outra língua que não o espanhol. Com base nesta constatação, busco identificar como se dá essa tradução criativa dos artigos de opinião do autor para o português. Para tanto, defino como objeto empírico os primeiros textos dele publicados na revista brasileira *Atenção!,* na qual o uruguaio tinha uma coluna mensal chamada *Veias/Janelas Abertas*, entre 1995 e 1997. Assim, evidencio trechos desses textos para verificar como chegaram aos leitores brasileiros, já que foi um dos dois veículos a publicar textos de Galeano em solo nacional. As traduções foram autorizadas, sem nenhuma exigência, apesar de Galeano ser extremamente rigoroso quanto à musicalidade dos seus textos em outras línguas.

Palavras-chave: transcriação, Eduardo Galeano, revista *Atenção!*.

Tema central

O jornalista e escritor Eduardo Galeano teve seus textos publicados na imprensa brasileira somente em duas ocasiões: entre 1975 e 1978, na revista *Versus*[80]; e de 1995 a 1997, na revista *Atenção!.* Neste artigo, refiro-me aos textos da década de 1990, quando os originais eram traduzidos para o português e veiculados na coluna *Veias Abertas/Janelas Abertas*, assinada por ele. Assim, faz-se necessário iniciar a discussão apresentando a proposta de *Atenção!* para então aproximar-me dos artigos e fazer apontamentos sobre a forma a qual eles chegaram ao público brasileiro.

No ano de 1995, o diretor Breno Altman[81] convidou o jornalista italiano Giancarlo Suma[82] e o *designer* Piergiorgio Maolloni[83] para trabalharem juntos no projeto de uma nova revista de jornalismo investigativo, cujo conteúdo seria produzido por repórteres contratados e também cedido por jornais estrangeiros independentes. Inicialmente, a parceria foi

---

[79] Mestranda em jornalismo na Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC), Brasil. Email: franciellicampiolo@gmail.com.

[80] Criada pelo jornalista Marcos Faerman, inspirada na argentina *Crisis* em que Galeano foi diretor.

[81] Jornalista, filiado ao Partido dos Trabalhadores (PT) e diretor do site Opera Mundi.

[82] Diretor do Centro de Informações das Nações Unidas no México, trabalhou como repórter, editor e correspondente internacional em veículos como *Reuters, Atenção!, Carta Capital, L'Unitá e La Stampa*.

[83] Designer de jornal (1938-2005), o italiano revolucionou o mundo gráfico com base na liberdade e imaginação.

estabelecida com o mensário francês *Le Monde Diplomatique*[84] e a revista semanal estadunidense *The Nation*[85], depois vieram acordos com o português *Já*[86] e o uruguaio *Brecha*[87]. Dessa maneira, por conta dos diversos colaboradores internacionais, os textos chegavam em outro idioma e eram traduzidos por *freelancers*.

De acordo com Altman, *Atenção!* foi inspirada na revista *Realidade*, que circulou no país entre 1966 e 1976, época da ditadura militar, e tornou-se referência em reportagens investigativas e fotojornalismo. Além disso, constato que *Atenção!* tem semelhanças com a *Brasileiros*, publicada de 2007 a 2017 em meio impresso e depois, no portal *páginaB.* Ambas contavam com publicidade governamental e não governamental na época em que *o* Partido dos Trabalhadores (PT) estava na presidência; trabalhavam com jovens repórteres *freelancers* e tinham conteúdo marcado pela autoria.

Atenção! também destinava algumas páginas ao jornalismo cultural com sugestões de livros, filmes e música; e a colunistas, entre eles Eduardo Galeano. Os textos dele foram publicados em dez edições do total de onze, já que o último número contemplava uma entrevista especial sobre os 25 anos de lançamento do seu livro *As Veias Abertas da América Latina*, sucesso da década de 1970 por contar a história do imperialismo europeu e estadunidense sob o ponto de vista dos colonizados: índios, negros, mulheres, empobrecidos.

A escolha por Eduardo Galeano se deu pela proximidade dele com o diretor da revista, que tinha o intuito de ter um grande nome da América Latina na publicação. Acrescento ainda que a ideologia esquerdista de Galeano era compatível com a linha editorial, que priorizava temas pouco comuns na grande imprensa e dava espaço para as minorias e assim, criticava as relações de poder do sistema capitalista.

A coluna de Galeano estreou com o nome *Veias Abertas* também em alusão ao livro porém, a partir da edição Ano1 n.2, a coluna passou a se chamar *Janelas Abertas* e Giancarlo Summa, primeiro editor-chefe da revista, explica o motivo:

> Sei que ele nunca se arrependeu do *Veias Abertas da América Latina*, mas depois acabou falando que era um livro muito juvenil. Se ele tivesse que reescrever anos depois teria feito de forma diferente, não pelo ângulo, mas por ser um escritor mais maduro. Não lembro se foi ele que sugeriu ou se nós decidimos. (Summa, 2017[88])

Percebo também que nos anos de 1990, havia terminado os governos militares do Cone Sul (Argentina, Uruguai, Brasil, Chile, Peru, Paraguai e Bolívia) e vislumbra-se possibilidades de autonomia e desenvolvimento para a região. O substantivo *janela* parece ser mais

---

[84] Criado em 1954 na França, o jornal traz "à luz questões altamente relevantes, muitas vezes negligenciadas pela grande imprensa, contribuindo para a crítica ao pensamento único e para a construção de novos paradigmas" (https://diplomatique.org.br/a-diplomatique-brasil/, recuperado em 10 de junho de 2018).

[85] A revista foi criada por abolucionistas em 1865 e faz jornalismo independente e crítico nos Estados Unidos. Trabalha com reportagem investigativa (https://www.thenation.com/about-us-and-contact/, recuperado em 10 de junho de 2018).

[86] Em Portugal, o semanário extinto é considerado inovador, original e exigente quanto à divulgação de informação (FIDALGO, 2000, p.12).

[87] Lançado em 1985, o semanário uruguaio se define como independente por estar alheio ao controle político, religioso e financeiro; e de esquerda pelo compromisso com uma sociedade mais justa (https://brecha.com.uy/historia/, recuperado em 10 de junho de 2018).

[88] Em entrevista à autora, em agosto de 2017.

adequado aos novos tempos e não mais *veias*, que conotava a extração de riqueza a qualquer custo sem brechas para a América Latina avançar.
Em relação aos tradutores *freelancers* da revista, os nomes estão mencionados somente nas quatro primeiras edições, localizados na página do expediente e não na página de cada texto. Após investigação, identifiquei a tradutora dos textos de Galeano publicados nessas edições e, por esse fato, delimitei a análise a eles, pois demandaria uma busca mais complexa saber quem traduziu os artigos de Galeano nas outras seis edições sem ter nenhum ponto de partida.

Figura 1. Localização dos tradutores de *Atenção!* na edição Ano 2 n.3.

Os artigos enviados por Galeano não eram exclusividade de *Atenção!,* apesar de serem publicados somente nesta revista em âmbito nacional. É possível encontrar os originais em espanhol, tanto em *Brecha* quanto em *El País*. O primeiro artigo, *O computador e eu,* que está na edição de lançamento de outubro de 1995, foi veiculado em *El País* na edição impressa do dia 23 de setembro de 1995. Assim também, a série *A automovelcracia,* que reúne quatro artigos, pode ser encontrada em *Brecha* no ano de 1996.

Objetivos

Busco identificar como os artigos de Galeano publicados na revista *Atenção!* chegaram aos leitores brasileiros, a partir do conceito de *transcriação* de Haroldo de Campos. Portanto, considero a tradução desses artigos não uma perda em relação ao original, mas uma forma criativa de recriar o texto de origem. Esforço-me em responder os questionamentos: quem era a pessoa responsável por esse trabalho e quais suas referências de tradução de textos estéticos? De que maneira os textos originais eram traduzidos? Quais recursos criativos foram utilizados?
Por ser uma pesquisadora da área do jornalismo e não da tradução, é um desafio adentrar nos conceitos teóricos que delimitei como âncora para refletir sobre os artigos de Eduardo

Galeano publicados em meio jornalístico brasileiro. Trata-se de um trabalho breve, como um dos pilares fundamentais para prosseguir uma pesquisa mais abrangente sobre os textos do autor.

López Belloso (2016) fez uma pesquisa exaustiva para quantificar 130 tradutores dos livros de Eduardo Galeano. Segundo ele, há tradução em 29 línguas[89]: alemão, árabe, búlgaro, catalão, chinês, coreano, dinamarquês, esloveno, esperanto, euskera, persa, finlandês, francês, galego, grego, hebreu, holandês, inglês, italiano, japonês, norueguês, polaco, português do Brasil, português de Portugal, romano, russo, sérvio, sueco, turco. Muitos profissionais nunca conheceram Galeano pessoalmente, enquanto que outros vários estabeleceram uma conexão tão intensa que o autor os considerava sua outra voz.

> Al idioma italiano lo tradujo la hija de um obrero de la Alfa Romeo que nunca pudo comprarse un auto. Al inglês, un inefable espía que los britânicos nunca pudieron atrapar. Al alemán, un amigo que nunca pudo convercerlo de volver a Nicaragua. Al japonês, una joven que se enamoró de América Central. Toda traducción es la historia de una imposibilidad. Lo saben los traductores de Eduardo Galeano. A fin de cuentas siempre fue un obsessivo por como sonaban sus palavras. Incluso en idiomas que ni siquiera conocía demasiado bien. (López Belloso, 2016a, posição 3, 4/14)

As tradutoras do italiano, Marcella Trambaioli, e do japonês, Midori Iijima, adotaram a leitura em voz alta para verificar como soava a tradução e, assim, conseguir dar o ritmo adequado (López Belloso, 2016a, posição 8/49). No Brasil, quem mais traduziu Galeano foi o jornalista, escritor e tradutor Eric Nepomuceno. Eles eram amicíssimos, com mais de 40 anos de convivência.

Quadro 1 - *Livros traduzidos para o português do Brasil, com o nome do tradutor da primeira edição*

Título	Tradutor
As veias abertas da América Latina (1978)	Galeno de Freitas
A canção de nossa gente (1978) Dias e noites de amor e de guerra (1979) Vagamundo (1980) Memória do fogo vols. 1-3 (1986-1988) As palavras andantes (1994) Mulheres (1998) O livro dos Abraços (2002) Bocas do tempo (2004) Os filhos dos dias (2012)	Eric Nepomuceno
A pedra arde (1983)	Edson Gabriel García
De pernas pro ar, 1990/ artigos reunidos no volume O teatro do bem e do mal, 2002.	Sergio Faraco
O futebol a sol e sombra (1995)	Maria do Carmo Brito com Eric Nepomuceno
O caçador de histórias (2016)[90]	Eric Nepomuceno

[89] Belloso conta o português duas vezes, na versão brasileira e na versão portuguesa.

[90] Livro póstumo, acrescentado à lista pela autora.

Fonte: Adaptação de Galeano, un ilegal en el paraíso (2016).

Eric Nepomuceno introduziu a literatura de Galeano no Brasil em 1974 com o conto *Um monstro meu amigo,* publicado inicialmente na coleção *Contos Jovens* da editora *Brasiliense* e, posteriormente, no livro *Vagamundo*. Ele traduziu coletâneas de artigos organizadas pelo autor em livros, mas não soube da existência de *Atenção!* e nem mesmo da coluna *Veias Abertas/Janelas Abertas*. "Não só não me lembro como jamais ouvi falar. E menos nessa coluna..." (Nepomuceno, 2017[91]*).*

Para Nepomuceno, as principais características da escrita de Galeano são a exigência extrema e a obsessão por eliminar o supérfluo. A partir do livro *Dias e noites de amor e de guerra*, o autor firma seu estilo de textos curtos a fim de dizer mais com menos.

> Galeano era um observador sem tréguas, via tudo, anotava tudo. Tinha uma memória prodigiosa, que registrava detalhe por detalhe o que ele ouvia e despertava seu interesse. Depois, na hora de escrever, fazia uma pesquisa histórica exaustiva, para comprovar o que tinha ouvido. E então, escrevia, reduzindo tudo à sua essência. Sua memória, aliás, fazia dele um conversador fascinante, insuperável. (Nepomuceno, 2017)

Dos mais de vinte autores que Nepomuceno traduziu, Galeano foi o único a rever minuciosamente o texto em português com ele. "Às vezes eu propunha mudanças, muitas mais ele mesmo propunha. Buscava a atmosfera, a música do texto. Quem ler com atenção o original e a tradução para o português do Brasil irá notar essas mudanças. Todas, claro, autorizadas (quando não criadas...) por ele" (Nepomuceno, 2017).

Sobre os artigos enviados à *Atenção!*, tanto Altman como Suma afirmam não ter recebido nenhuma diretriz de tradução. "O Galeano não fez qualquer exigência a respeito. E francamente, à época eu nem sabia que o Eric fosse o tradutor 'oficial' dele" (Suma, 2018).

No Quadro 2, estão os respectivos títulos em português dos textos de Eduardo Galeano publicados em sua coluna *Veias Abertas/Janelas Abertas*, na revista *Atenção!*, sendo que priorizo neste estudo os quatro primeiros.

Quadro 2 - *Textos de Eduardo Galeano em Atenção!*

Título	Edição	Coluna
O computador e eu	Edição lançamento – Outubro 1995	Veias Abertas
A escola do crime	Ano 1 nº1	Veias Abertas
Notícias dos ninguéns	Ano 1 nº2	Janelas Abertas
A automovelcracia	Ano 2 nº3	Janelas Abertas
A automovelcracia (II) – Liturgia do divino motor	Ano 2 nº4	Janelas Abertas
A automovelcracia (III) – O anjo exterminador	Ano 2 nº5	Janelas Abertas

[91] Em entrevista à autora, em 06 de outubro de 2017.

A automovelcracia (IV) – Os espelhos do paraíso	Ano 2 nº6	Janelas Abertas
O pecado de ser original	Ano 2 nº7	Janelas Abertas
A infância como perigo	Ano 2 nº8	Janelas Abertas
O direito de sonhar	Ano 2 nº9	Janelas Abertas

Fonte: Elaborado pela autora, 2017.

Para saber quem traduziu os textos para a revista, pesquisei a vida profissional de cada pessoa citada no expediente até chegar ao nome mais provável. Assim, identifiquei que profissionais de renome colaboraram com a revista como Maria Celeste Marcondes, que traduziu do alemão a publicação no Brasil do livro *Eu, Christiane F., 13 Anos, Drogada e Prostituída* (Kai Hermann e Horst Rieck); Lucia Barrocas que traduziu do francês o livro Diego e Frida (J. M. G. Le Clézio); Antônio Acedo traduziu poesias do argentino Jorge Luis Borges; e Roberto Raposo, é tradutor da filósofa alemã Hannah Arendt.

Quadro 3 - *Tradutores mencionados em Atenção!*

Edição	Tradutores
OUTUBRO 1995	Antônio Acedo, Julio Fischer, Lucia Barrocas, Talia Bugel.
NOVEMBRO 1995 Ano 1 n.1	Carlos Wagner, Julio Fischer, Lucia Barrocas, Maria Celeste Marcondes, Talia Bugel.
DEZ/JAN 96 Ano1 n.2	Bosco Brasil, Carlos Wagner, Maria Celeste Marcondes, Roberta Barni, Roberto Raposo, Sônia V.B. de Faria, Talia Bugel.
FEVEREIRO 1996 Ano 2 n.3	Antônio Acedo, Carlos Wagner, Maria Celeste Marcondes, Roberta Barni, Sônia V.B. de Faria, Talia Bugel.
Ano 2 n.4	Antônio Acedo, Carlos Wagner, Maria Celeste Marcondes, Roberta Barni, Sônia V.B. de Faria, Talia Bugel.

Fonte: Elaborado pela autora, 2018.

Ao investigar a carreira de Talia Bugel, verifiquei que era o nome mais provável e entrei em contato via e-mail para confirmar. “Sim, eu traduzi vários textos de Galeano, pelo menos uns 5 ou 6 - não me lembro de quais porque foi, agora percebo, há mais de 20 anos” (Bugel,

2018[92]). Uruguaia, ela é professora de espanhol na Universidade de Purdue, Indiana, Estados Unidos. Na época de *Atenção!*, ela morava em São Paulo e tinha recém finalizado o mestrado em teoria da tradução na Universidade de Campinas (Unicamp). Samuel León, fundador da editora *Iluminuras*, indicou Bugel para traduzir Galeano e Pérez Reverte na revista.

Na Unicamp, Bugel teve aula com professores como Rosemary Arrojo e Kanavillil Rajagopalan, que ampliaram seus conhecimentos sobre a desconstrução na filosofia de Jacques Derrida[93], o pós-estruturalismo, a teoria feminista na tradução e a psicanálise na tradução. Bugel tem como referência o texto *Uma Cleópatra melindrosa*[94]*,* no qual Arrojo menciona um concurso de Cleópatras ao longo do século XX para dizer que elas revelam muito mais do que a figura egípcia, pois o entendimento daquela Cleópatra evidencia a ideia de mulher que se tem em determinado momento. Assim, tudo o que é cultural como os tecidos, a forma de andar e se manter em pé, irão aparecer na Cleópatra de 2018.

O conto de Jorge Luis Borges intitulado *Pierre Menard, autor do Quixote* também a influenciou muito por tratar da melhoria de um texto a partir da reprodução. Para Talia Bugel, a tradução não é inferior ao original, mas uma iteração diferente. Ela acredita que não há uma versão definitiva de nada devido ao fato de que mudam as formas de ler. Logo, relaciona a tradução à noção de palimpsesto que é um "texto que se apaga, em cada comunidade cultural e em cada época, para dar lugar a outra escritura do 'mesmo' texto. A leitura passa a ser, portanto, uma atividade produtora de significados, ao invés de proteger os significados 'originais' do autor" (ARROJO, 1985, p. 20).

O processo de tradução de Bugel começa por conhecer o público leitor, para então decidir se é capaz de escrever para ele. Ela lê o original completo para se interessar pelo texto, pensar que está aprendendo:

> Por exemplo, lembro de um romance infanto-juvenil carioca que traduzi para adolescentes da Argentina. Eu aceitei essa tradução porque sendo do Uruguai, eu podia me colocar no lugar dos adolescentes da região e falar como eles. O problema foi que a editora quis, depois que a tradução estava pronta, um texto em espanhol neutro. Bem, no meu entendimento, não existe uma língua neutra. Todas são marcadas. E os textos estéticos, particularmente, são muito marcados. Os adolescentes falam de um jeito, os cariocas falam de um jeito e os adolescentes cariocas falam do jeito deles. Não tem neutralidade nenhuma lá. Inclusive a classe social aparece na língua. Então, é fundamental para mim saber escrever da forma como os adolescentes da Argentina e do Uruguai falam, na região urbana, na classe média. Se eu não conseguir fazer isso, eu posso até colocar o conteúdo do romance em espanhol, mas não vou ter produzido uma boa tradução. (Bugel, 2018)

Nas edições de *Atenção!* que constam o nome de Bugel, há os seguintes artigos de Galeano: *O computador e eu, A escola do crime, Notícias dos ninguéns, A automovelcracia* e *A automovelcracia (II) – Liturgia do divino motor*. Nesses trabalhos, que são objetos de estudo

[92] Em entrevista à autora, em 29 de maio de 2017.

[93] "Aos olhos de Derrida, um texto nunca está fechado em si mesmo, permanecendo essencialmente aberto à leitura do outro. Nenhum texto prescreve uma leitura inevitável, já que a 'assinatura' da autoria nunca está completa: toda assinatura é uma contra-assinatura que reúne todos os momentos da enunciação no momento único em que o escritor fecha o livro já escrito e o abre para o leitor" (Faustino).

[94] Livro *Oficina de Tradução, a teoria na prática*. P. 38-39. Ática, São Paulo, 2003.

deste artigo, Bugel levou em conta a maneira de traduzir a qual acredita: o foco no leitor, a elucidação do contexto cultural e a não inferioridade ao original.

Discussão teórica e abordagem

Após explanação a respeito do trabalho de Talia Bugel como tradutora dos textos de Galeano nas primeiras edições da revista *Atenção!*, proponho refletir sobre eles a partir da teoria da *transcriação,* em que Haroldo de Campos vê a tradução como criação e crítica. Para tanto, conto com o auxílio de outros pesquisadores, sobretudo de Lucia Santaella, que foi aluna e colega de docência de Campos na Pós-graduação em Comunicação e Semiótica da Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP).

> Trata-se de uma teoria, de um lado, baseada em leituras de grandes autores: Ezra Pound, T. S. Eliot, Walter Benjamin, Paul Valéry, e também nas leituras da moderna teoria dos signos, C. S. Peirce e seus intérpretes, como C. Morris, M. Bense e outros. De outro lado, é uma teoria que foi se entretecendo, em uma rede complexa de conceitos, teorias e linhas de pesquisa, desenvolvidos por Haroldo de Campos ao longo dos anos. (Santaella, 2005, pp. 221-222)

Em 1976, Campos estabeleceu o termo *transcriação* para explicar o processo contrário ao da tradução literal em textos poéticos/estéticos complexos, seja em verso ou prosa. Esse pensamento teve início no artigo *Da tradução como criação e como crítica*, de 1962, publicado no livro *Metalinguagem & outras metas,* em 1967. “A ideia de trans+criar já indica que não se trata mais de conduzir (“-duzir”, do latim ducere) para algum lugar, pois agora se trata de criar algo em outro ponto, num processo de profundo diálogo poético e crítico” (Flores, 2016, p. 13).

Tal como Bugel considera a tradução um ato cultural e, por isso, sempre diversa do texto de origem, compreendo com base em Campos que a tradução de textos estéticos não deveria ser literal a ponto de transferir completamente o texto de uma língua a outra, mas de recriá-lo. Trata-se de analogia e de diálogo, pois faz-se associações de elementos de cultura, ideias e intenções similares às do autor. Seria passar de um lugar a outro, de um texto para o outro e não de uma língua a outra (Flores, 2016, p. 19).

Considero que as traduções de textos de Galeano em *Atenção!* sejam recreações, em que a tradutora acrescentou efeitos novos e, mesmo assim, continuou sendo fiel ao espírito do original. São traduções coerentes, embora extrapole a criação autoral, não ousaria dizer que não são textos de Galeano, já que os limites são tênues.

> Quanto mais inçado de dificuldades esse texto, mais recriável, mais sedutor enquanto possibilidade aberta de recriação. Numa tradução dessa natureza, não se traduz apenas o significado, *traduz-se o próprio signo*, ou seja, sua fisicalidade, sua materialidade mesma (propriedades sonoras, de imagética visual, enfim tudo aquilo que forma, segundo Charles Morris, a *iconicidade* do signo estético entendido por signo *icônico* aquele “que é de certa maneira similar àquilo que ele denota). O significado, o parâmetro semântico, será apenas e tão-somente a baliza demarcatória do lugar da empresa recriadora. Está-se pois no avesso da tradução literal. (Campos, 2006, p. 35)

Campos desenvolveu uma concepção musical da tradução, ao defender que o texto deve ser lido como uma partitura. As palavras não soam da mesma maneira em todas as línguas, tanto é que Galeano preocupava-se com isso na tradução do que escrevia. “Sob efeito dessa

leitura partitural, a fragilíssima beleza aparentemente intangível do produto acabado em uma língua estranha não resulta simplesmente de um ato inspirado, de um *frenesi* inexplicável, mas de uma maquinaria criativa que deve ser desmontada e remontada pelo tradutor" (Santaella, 2005, p. 229).

Pelo português ser uma língua próxima ao espanhol e o Brasil ser vizinho do Uruguai, com semelhanças culturais na região Sul, não parece ter havido tantas modificações e, por vezes, cada palavra aparece exatamente como no texto original por ter o mesmo sentido e fonética aproximada em ambas as línguas. Porém, há trechos em que a tradutora traz o conceito/ideia do autor para a realidade do brasileiro, recriando o texto. É o caso do primeiro parágrafo de *La escuela del crimen/A escola do crime*, em que ***tilinguería*** é traduzido como ***frescura***, conceito frequente para dizer que alguém dá valor a algo dispensável, ao requinte irrelevante.

No trecho, em associação com os demais termos, a ideia central é de que a modernização impõe desejos supérfluos às pessoas que as compram graças às condições oferecidas pela rede bancária. Tem-se também a tradução de ***purapintismo*** por ***bacanisse***, termo relacionado à condição endinheirada que a classe média busca aparentar. Ao meu ver, nos dois casos a mensagem transmitida é análoga à original:

Quadro 4 - Primeiro parágrafo do texto La escuela del crimen/A escola do crime

Original em espanhol – *Jornal El País* – 11 de julho de 1996.	Economía de importación, cultura de impostación, reino de la **tilinguería**: estamos todos obligados a embarcarnos en el crucero de la modernização. En las aguas del mercado, la mayoría de los navegantes está condenada al naufrágio; pero la deuda externa paga, por cuenta de todos, los passajes de la minoria que viaja em primera clase. Los empréstitos de la banquería mundial, que permiten atiborrar de nuevas cosas inútiles a la minoria consumidora, actúan al servicio del **purapintismo** de nuestras clases médias y de la copianditis de nuestras clases altas; y la televisión se encarga de convertir en necessidades reales a las demandas artificiales que el norte del mundo inventa sin descanso y exitosamente proyecta sobre el sur y sobre el este.
	Economia de importação, cultura de impostação, reino da **frescura**: somos todos obrigados a embarcar no cruzeiro da modernização. Nas águas do

Tradução em português – Revista *Atenção!* - NOVEMBRO 1995 Ano 1 n.1.	mercado, a maioria dos navegantes está condenada ao naufrágio; mas a dívida externa paga – por conta de todos – as passagens da minoria que viaja em primeira classe. Os empréstimos da banqueria mundial, que permitem abarrotar a minoria consumidora com coisas inúteis, atuam a serviço da **bacanisse** de nossas classes médias e da reprodutora esnobisse de nossas classes altas; e a televisão se encarrega de transformar em necessidades reais, as demandas artificiais que o norte do mundo inventa incansavelmente, despejando-as com sucesso sobre o sul e o leste.

Fonte: Elaborado pela autora.

A criatividade da tradutora revela a intenção de explicitar no português o que Galeano disse na língua dele, em formato distinto mas em sentido semelhante. O procedimento *transcriador* não leva em conta a palavra isolada, mas o efeito como um todo. Outro trecho no fim do mesmo texto traz a expressão ***a preço de banana*** para dizer que algo é muito barato, de baixo valor. A grande facilidade de encontrar banana no Brasil colonial, quando não era possível cobrar muito por essa fruta, popularizou o dizer. Neste caso, a sonoridade das palavras é similar:

Quadro 4 – Final do texto La escuela del crimen/A escola do crime

Original em espanhol – *Jornal El País* – 11 de julho de 1996.	La economía mundial necessita um mercado de consumo en perpetua expansión para que no se derrumben sus tasas de ganancia, pero a la vez necessita, por la misma razón, brazos que trabajen a **precio de ganga** en los países del sur y el este del planeta.
Tradução em português – Revista *Atenção!* - NOVEMBRO 1995 Ano 1 n.1.	A economia mundial precisa de um mercado de consumo em constante expansão para não derrubar suas margens de lucro, mas ao mesmo tempo precisa, pela mesma razão, de braços que trabalhem a **preço de banana** nos países do sul e do leste do planeta.

Fonte: Elaborado pela autora.

Galeano inventava palavras e esses novos substantivos são levados para a tradução. No texto *La religión del automóvil – liturgia del divino motor/A automovelcracia – liturgia do divino motor*, o neologismo *automovelcracia* vem para conotar um regime de governo, no qual o poder absoluto é o do automóvel. Outro exemplo é *autossauro*, para dizer que um carro com três ou quatro anos de uso é considerado ultrapassado. Observo neste texto também que, há passagens que soam mais poéticas no português. Como em:

Quadro 5 – La religión del automóvil – liturgia del divino motor/A automovelcracia – liturgia do divino motor

Original em espanhol – *Brecha* – 1996.	La religión del automóvil, con su Vaticano en Estados Unidos de América, tiene al mundo **de rodillas**.
Tradução em português – Revista *Atenção!* – Ano 2 n.4	A religião do automóvel, que tem seu vaticano nos Estados Unidos da América, tem o mundo **de joelhos a seus pés**.

Fonte: Elaborado pela autora.

No último parágrafo deste texto, as palavras em destaque poderiam ter sido traduzidas literalmente como *ele não te solta*, mas existe a expressão popular brasileira *ele não larga do nosso pé* para dizer que alguém é insistente, geralmente no mau sentido, e quem é importunado tenta se livrar sem êxito:

Quadro 6 – La religión del automóvil – liturgia del divino motor/A automovelcracia – liturgia do divino motor

Original em espanhol – *Brecha* – 1996.	Se vive dentro del automóvil, y **el no te suelta**.
Tradução em português – Revista *Atenção!* – Ano 2 n.4	Vive-se dentro do automóvel e **ele não larga do nosso pé.**

Fonte: Elaborado pela autora.

A intenção aqui não é esgotar todas as possibilidades de identificar estratégias criativas de Talia Bugel nas traduções dos textos de Galeano em *Atenção!* e sim, mostrar alguns trechos. Para Campos – com base em Ezra Pound – a *transcriação* do texto a fim de obter-se literariedade é justamente modernizar o conteúdo de forma criativa (Nóbrega, 2006, p. 253) e elucido isso nos fragmentos acima.

De acordo com Nóbrega (2006), essa combinação de contrários (literaridade e recriação) é a contribuição original de Campos ao universo da tradução. A fidelidade não é vista como

oposto de criatividade, o encontro dessas duas práticas seria a *transcriação,* ou ainda como ela denomina, a hiperfidelidade.

Principais resultados e reflexões

A proposta deste artigo é identificar como os textos de Eduardo Galeano publicados na revista brasileira *Atenção!* chegaram aos leitores, a partir do conceito de *transcriação* de Haroldo de Campos. Até chegar à reflexão de fato, precisei investigar quem foi a tradutora e compreender um pouco a sua forma de pensar sobre o assunto. Assim, encontrei o nome de Talia Bugel que entende a tradução como um modo de melhorar o original e não de ser inferior a ele. Além disso, para ela, um bom trabalho não é neutro, mas marcado por elementos culturais.

A partir disso, consigo responder os primeiros questionamentos elencados no início desta pesquisa: quem era a pessoa responsável por esse trabalho e quais suas referências de tradução de textos estéticos?. Na sequência, também respondo sobre a maneira a qual os textos foram traduzidos, já que Bugel disse focar sempre no leitor.

Atenção! era uma revista voltada ao público de esquerda, financiada por empresas e órgãos públicos ligados ao Partido dos Trabalhadores (PT). A difusão se dava predominantemente na metrópole São Paulo, entre jovens jornalistas e intelectuais. Não era para pessoas de baixo grau de instrução. Uruguaia e residente no Brasil por nove anos, Bugel conhece a realidade sul americana e trouxe referências do cotidiano brasileiro para a tradução no português.

Aqui, explicitei alguns exemplos positivos, mas também observei equívocos como o uso de *estadunidense* por Galeano e *norte-americano* por Bugel. Embora este último seja mais comum no vocabulário do brasileiro, aquele demonstra muito a convicção anti-imperialista do escritor. Contudo, uma abordagem assim seria conveniente em outro estudo. Neste, o objetivo foi observar o texto como um todo e não me limitar a determinados termos.

Sabe-se que Eduardo Galeano era muito cauteloso com as traduções de seus livros, porém ele não fez nenhuma intervenção ou exigência a respeito dos dez artigos seus publicados na coluna *Veias Abertas/Janelas Abertas*, de *Atenção!*. Aliás, quando comparados com os originais, as traduções em português foram editadas para ajustarem-se ao tamanho da revista, sendo que todas as colunas tinham o limite máximo de uma página por edição. Os textos em espanhol foram publicados em jornais como o *Brecha* e *El País*, cujas folhas são maiores.

Sobre as partes suprimidas, Bugel afirma que não se lembra de ter realizado cortes e perguntou-me se isso dificulta a interpretação do texto. Ao meu ver, não há problemas. Portanto, revela que os textos não chegaram na íntegra. Mais um ponto a ser discutido em uma investigação posterior.

Enfim, relacionando os artigos de Eduardo Galeano com a teoria da *transcriação* de Haroldo de Campos, percebo que eles chegaram aos leitores brasileiros em uma tradução claramente autoral, com marcas culturais, uma recriação análoga ao original. Em concordância com Nóbrega (2006), penso que para chegar o mais próximo possível do que o autor diz, a tradutora precisou criar a historicidade do texto tanto com elementos intratextuais como extratextuais.

Referências

Arrojo, R. (1985). *A tradução como reescritura: o texto/palimpsesto e um novo conceito de fidelidade*. In *Trabalhos em linguística aplicada. 5* (n. 6, pp. 17-24). Campinas: IEL/UNICAMP.

Belloso, R. L. (Ed.). (2016). *Eduardo Galeano, um ilegal en el paraíso*. (Libro digital, EPUB). Buenos Aires: Siglo Veintiuno Editores.

Belloso, R. L. (2016a). *Sabrás desculpar, palavra*. In R. L. Belloso (Ed.). *Eduardo Galeano, um ilegal en el paraíso*. (Libro digital, EPUB, posição). Buenos Aires: Siglo Veintiuno Editores.

Campos, H. de. (2006). *Da tradução como criação e como crítica*. In Campos, H. de. *Metalinguagem & outras metas: ensaios de teoria e crítica literária*. (2a reimpr. da 4a ed. de 1992, pp. 31-48). São Paulo: Perspectiva, 2006.

Faustino, S. Derrida e a linguagem. In *Revista Cult*. Recuperado de https://revistacult.uol.com.br/home/derrida-e-a-linguagem/

Fidalgo, Joaquim. (2000). *Novos desafios para a imprensa escrita e para o jornalismo*. In Pinto, Manuel [et al.], coord. *A comunicação e os media em Portugal (1995-1999): cronologia e leitura de tendências.* Braga: Instituto de Ciências Sociais da Universidade do Minho, 2000. Recuperado de http://repositorium.sdum.uminho.pt/handle/1822/7637.

Flores, G. G. (2016). *Da tradução em sua crítica: Haroldo de Campos e Henri Meschonnic*. In *Revista Circuladô*. *Tradução como criação e crítica*. (ed. 5, pp. 09-24). São Paulo: Risco Editoral. Recuperado de http://casadasrosas.org.br/centro-de-referencia-haroldo-de-campos/revista-circulado-ed5

Geronimo, V. A. *Teoria da Transcriação de Haroldo de Campos: O Tradutor como Recriador*. In *Qorpus.* (ed. 13). Recuperado de http://qorpus.paginas.ufsc.br/como-e/edicao-n-013/a-teoria-da-transcriacao-de-haroldo-de-campos-o-tradutor-como-recriador-vanessa-geronimo/

Montipó, C. (2012). *Narrativa jornalística e diversidade sociocultural. A tessitura das reportagens da revista Brasileiros* (Dissertação de mestrado). Universidade Federal de Santa Catarina – UFSC, Florianópolis, SC, Brasil.

Nóbrega, T. M. (2006). *Transcriação e hiperfidelidade*. In *Cadernos de Literatura em Tradução* (n. 7, pp.249-255). São Paulo. Recuperado de https://www.revistas.usp.br/clt/article/viewFile/49417/53490

Santaella, L. (2005). *Transcriar, transluzir, transluciferar: a teoria da tradução de Haroldo de Campos*. In L. T. da Motta (Org.). *Céu acima: para um 'tombeau' de Haroldo de Campos*. (pp. 221-232). São Paulo: Perspectiva; FAPESP.

Entre palcos e pautas: histórias de teatro nas matérias de jornais

Stages and papers: theater stories in newspaper subjects

Elizângela Carrijo [95]

Resumo
Este artigo procura apresentar os contextos, os objetivos e os métodos da pesquisa sobre o teatro do Distrito Federal no Brasil. Ao mesmo tempo, tem como objetivo localizar a investigação nos debates do Jornalismo, indicando os desafios teóricos mais relevantes para o assunto.

Palavras-chave: teatro, jornalismo, Distrito Federal.

Introdução

Escolher *Teatro do Distrito Federal (Brasil)* como tema de pesquisa justifica-se, primeiramente, pelo fato de eu ter nascido na cidade e participado de grupos teatrais amadores quando jovem, tendo até estudado alguns semestres de Artes Cênicas na universidade, sem, no entanto, ter concluído o curso. Acabei mesmo seguindo pelo campo da História na licenciatura, no bacharelado e no mestrado, sendo agora doutoranda no Programa de Pós-Graduação de Comunicação da UnB (desde 2016), linha de pesquisa Jornalismo e Sociedade, sob orientação do Prof. Dr. David Renault Silva. Também ressalvo que nessa área da Comunicação trabalhei, por mais de dez anos, na empresa S/A Jornal Correio Braziliense (1997-2008), participando de debates e eventos na área jornalística sem deixar de exercitar, em paralelo, o ofício de professora em escolas e universidades.
Essa trajetória constituiu quem sou e as pesquisas que realizo, mas não as determina nem as justifica por completo. Na verdade, enquanto apresento essa história particular e propositadamente escrevo na primeira pessoa do singular, sinalizo meu viés teórico que defende o fato de as escolhas científicas se entrecruzarem com experiências e inquietações pessoais, evidenciando o quanto as afirmações que formulamos na ciência são, sim, interpretações subjetivas e mutáveis, mesmo quando obedientes aos rigores teóricos e metodológicos da academia e/ou quando imbuídas do discurso de *neutralidade*.
De qualquer modo, o teatro no DF é tema das minhas reflexões desde 2003. Agora (2018), sendo elaborado como pesquisa de doutoramento e tendo por base as matérias de jornais e as perspectivas teóricas e epistemológicas da Comunicação, muito embora seja evidente a interlocução desse tema também com as áreas da História e das Artes Cênicas.
Inclusive, em relação a esse projeto de estudo sobre o teatro do Distrito Federal, o caráter multidisciplinar e os efetivos objetivos da pesquisa foram os dois assuntos mais debatidos ao longo das aulas na Escola de Verão da Associação Latinoamericana de Investigadores em Comunicação 2018. Assim, além desta introdução, das considerações finais e das referencias bibliográficas, o texto está divido em dois tópicos: o primeiro, com foco em contextualizar, explicar e delinear os objetivos e os métodos da pesquisa, o segundo, visando localizar a

[95] Doutoranda no Programa de Pós-Graduação da Faculdade de Comunicação da Universidade de Brasília, Brasil. Emails: ecarrijo@unb.br e elicarrijo@gmail.com

investigação dentro da área do Jornalismo, indicando os desafios teóricos e as possíveis contribuições que a tese (quando finalizada) poderá trazer para a área.

Contextos, perguntas, objetivos e enfoques

> O que eu desejaria, e disse a ela, era poder contar, e deixar contado, coisas que os que estão começando hoje não sabem. E, possivelmente, não viriam a saber nunca, que a memória do teatro é fraca. Mesmo entre as gentes do teatro. Muito permanece ignorado por puro desinteresse. E as informações nem sempre são fáceis de se encontrar. As que existem, infelizmente, são bem poucas em relação ao que poderia, ao que deveria haver. Creio que é importante deixar tudo isso documentado para os que virão. Como parte de um todo ao qual deve pertencer, de forma indestrutível, a noção do respeito que se deve ter pelo teatro e pela profissão. (Viotti, 2000, p. 16)

Essa epígrafe faz parte do diálogo entre o ator Sergio Viotti e a atriz Dulcina de Moraes. Embora tenha sido publicada em 2000, ainda hoje retrata o quão frágil é a memória teatral brasileira. Provas dessa atualidade estão nos conteúdos dos debates do 1° Seminário de Preservação de Acervos Teatrais (2012)[96], do Simpósio Nacional de História (2017)[97] e do 1° Colóquio Teatro & História (2017)[98], durante os quais mais de cem pesquisadores e profissionais do país apontaram as lacunas das publicações e pesquisas sobre as histórias e as memórias cênicas, bem como as condições de precariedade e de ineficiência das políticas públicas culturais em face dos acervos e documentos da área.

Então, acessar fontes e promover pesquisas a esse respeito podem ser atos que colaboram com a formação da noção de respeito que se deve ter pelo teatro e pelas profissões nele envolvidas conforme defendem os artistas Viotti e Moraes, razão por que esta proposta de pesquisa tem a franca intenção de colaborar com esse tipo de noção de respeito pela memória das artes. Em especial, porque o contexto de precariedade dos documentos e das informações no âmbito teatral brasileiro se repete no Distrito Federal. Para provar, basta tentar investigar qualquer faceta do teatro local para enfrentar o desafio de encontrar material que se resumem, em geral, a precisar recorrer aos acervos particulares de alguns artistas, recortes de periódicos, entrevistas por meio de contatos de amigos e quase uma dezena de obras.

É nesse cenário que as matérias jornalísticas sobre cultura recebem luzes da ribalta na atenção daqueles que prestigiam as artes cênicas. Sobretudo, quando essas notícias são feitas e publicadas numa cidade onde o poder público é tímido diante dos processos de produção, preservação, organização e disseminação de documentos sobre a cultura local e/ou numa cidade onde os artistas, em geral, não encontram facilidades nas estruturas institucionais públicas.

Ou seja, os jornais da capital da República tornam-se possíveis espaços de comunicação e de registro das atividades do fazer teatral, formando, assim, ao longo da sua produção,

---

[96] *1º Seminário de Preservação de Acervos Teatrais.* São Paulo: Laboratório de Informação e Memória (LIM), do Departamento de Artes Cênicas (CAC), da Universidade de São Paulo (ECA/USP), 8 a 10 de agosto de 2012. Ver Azevedo, 2012.

[97] *XXIX Simpósio Nacional de História* – Contra os preconceitos: história e democracia. Brasília: ANPUH e Pós-Graduação em História da Universidade de Brasília, 24 e 28 de julho de 2017.

[98] *1º Colóquio Teatro e História*: Diálogos Possíveis. São Paulo: Programa de Pós-Graduação em História da Universidade de São Paulo (FFLCH/USP), 9 e 10 de novembro de 2017.

conteúdos que narram parte das memórias dessa área e que, por sua vez, levam às perguntas: no DF, qual teatro está narrado nas páginas dos jornais? Ou, em outras palavras, quais histórias sobre teatro-DF aparecem nas matérias? História na perspectiva das narrativas que indicam os processos, as dinâmicas, as demandas e as organizações desse âmbito.

Jornal e Teatro do Distrito Federal (DF)

Em meio as relações do fazer jornal e do fazer teatral, surgem também necessários recortes que delineiam o *problema* da pesquisa em analisar as matérias publicadas no *Correio Braziliense* (*CB*), entre 1960 e 1999, compreendendo quais histórias são narradas sobre a vida de quem fazia teatro no Distrito Federal.

Para favorecer a compreensão desse problema é preciso saber que há na cidade um conjunto documental ainda pouco explorado: o *Levantamento de matérias do Teatro/DF no Jornal Correio Braziliense*. Trata-se de uma espécie de catálogo de referências com 312 páginas impressas, resumindo todas as notícias sobre teatro-DF publicadas entre 21 de abril de 1960 e 31 de dezembro de 1999, com planilhas que mostram 7.823 registros sistematizados. E, mesmo sem ter sido publicado, pode ser consultado na biblioteca da empresa jornalística.

Embora o levantamento seja um documento (enquanto catálogo) organizado sobre os fazeres teatrais da cidade, ainda hoje não há trabalho científico dele derivado. Essa originalidade levou-me a escolhê-lo para ser o *corpus* da pesquisa, lançando ao seu bojo algumas perguntas para delineação do objeto: quais histórias sobre o teatro-DF estão descritas nesse levantamento? Qual assunto recebe maior cobertura e como as vidas (com lutas e demandas) dos artistas são narradas nesses textos jornalísticos?

O levantamento é um rico material, mas também tem seus limites – como, aliás, qualquer documento. O fato de ser derivado das produções jornalísticas traz, por si, as características e as evidências da seleção daquilo que se torna público em função do espaço disponível e dos interesses corporativos e/ou mercadológicos que envolvem a confecção das notícias. Ou seja, por ser um recorte ou um fragmento de algo, acaba por reduzir e fragmentar a realidade ou aquilo que se percebe como tal. Daí o motivo de esse levantamento não ser o único *corpus* da pesquisa.

Compreender as histórias cênicas no DF somente pelo *corpus* das matérias poderia, ao cabo, criar o foco sobre a cobertura jornalística do *CB* e/ou o modo como a empresa gerenciou suas páginas e cadernos culturais. Por certo, esse ângulo seria valioso, mas não abarcaria em si as histórias narradas sobre os fazeres teatrais da cidade devida as limitações do jornal enquanto fonte documental de pesquisa acadêmica, que acaba por pedir outro *corpus,* no caso*:* entrevistas com personagens que viveram o teatro da cidade e até outra documentação (fotos, cartazes, programas...) possivelmente disponível nos acervos particulares desses agentes culturais e/ou nas instituições governamentais destinadas a esse fim.

Ao unir o *corpus* do levantamento de reportagens com o *corpus* das entrevistas e demais documentações, declaramos ao leitor que as possíveis respostas ao problema da pesquisa serão advindas do exercício de interpretação dos dois *corpora*. Nisso, é preciso enfatizar que essa compreensão sobre as potências e os limites dos *corpora*[99] e/ou as delimitações

[99] *Corpus* |córpus| (palavra latina). substantivo masculino. 1.Coletânea acerca de um mesmo assunto. 2. Conjunto de documentos que servem de base para a descrição ou o estudo de um fenômeno. Plural: *corpora*.

expostas até aqui já são frutos das leituras e dos encontros com o orientador que ajudaram a amadurecer o *tema*, os possíveis *corpora*, o *objeto,* o *problema* e o *objetivo* da pesquisa, surgindo, por certo, novas inquietações que só poderão ser desenvolvidas quando a metodologia adentrar o campo, fazendo os recortes dos assuntos escolhidos e o fio narrativa ao longo do período cronológico proposto.

Objetivos e enfoques metodológicos

A pesquisa está em andamento, por certo os objetivos serão transformados segundo os enfoques metodológicos forem melhor escolhidos e vice-versa. De qualquer forma, para começar a caminhada, o objetivo central da investigação é analisar as matérias do *Correio Braziliense*, compreendendo as histórias de vida contadas sobre o teatro do Distrito Federal, entre 1960 e 1999. De modo específico, identificar os principais temas abordados na cobertura, selecionar o conjunto de fragmentos que mostram as demandas, as lutas e realizações dos artistas e contextualizar essas narrativas com os períodos históricos, analisando parte das trajetórias construídas no Distrito Federal ao longo desse período.
Tendo em vista que o levantamento de matérias é também uma espécie de inventário de vidas, de intenções de arte, de teorias, de recortes e de movimentos que, juntos, ressignificam o conceito de patrimônio da cidade. Vemos que, no caso, esse conjunto de matérias lança o teatro, as memórias relatadas por quem participou e as fontes jornalísticas ao patamar de representantes de um espaço e de um tempo nada linear, homogêneo ou vazio (Benjamin, 1994, p. 229), mas, sim, tramados em tensões e em acordos revelados por meio de narrativas construídas para um determinado fim ou, como alerta Moullianud (2012), lembrando que

> [...] o discurso do jornal não está solto no espaço; está envolvido no que chamaria de *dispositivo* que, por sua vez, não é uma simples entidade técnica, estranha de sentido. Os estudos a respeito da mídia dão, frequentemente, a impressão de estarem divididos entre uma descrição, etc. (o *suporte*), e aquilo que, durante muito tempo, foi chamado de os *conteúdos*. O termo *conteúdo* remete à metáfora de uma caixa ou de um escrínio onde um objeto está, de fato, *contido.* (Moullianud, 2012, p.47 – destaques do autor)

No entrelaçamento desses *conteúdos,* ou desses *contidos* do jornal, como ensinado por Moullianud (2012), providos de tecido histórico e abertos ao exercício de interpretação das fontes, há, de uma forma ou de outra, mesmo sabendo que não importa o quanto a história seja "autenticada, amplamente aceita ou verificável, ela está fadada a ser um constructo pessoal, uma manifestação da perspectiva do historiador como *narrador*" (Jenkins, 2001, p. 32 – destaque do autor). Porque interpretar é um eterno exercício ético de trabalhar com fontes, evitando anacronismos e, ao mesmo tempo, consciente das subjetividades de quem as escreve e de quem as lê, porque não há como despojar-se por completo das próprias pressuposições.
Nesse sentido, dentre as propostas metodológicas que tenho acessado para responder aos objetivos da pesquisa, em conversa com o orientador, destacou-se a análise de conteúdo, de Laurence Bardin, para explorar o *corpus* do levantamento CB, por suas diversas técnicas e seus procedimentos permitirem analisar as comunicações de maneira a favorecer a sistematização e o aprofundamento dos conteúdos dos textos (BARDIN, 2011). Até agora

---

In Dicionário Priberam da Língua Portuguesa [em linha], 2008- 2013, Disponível em https://www.priberam.pt/dlpo/corpus, consultado em 22 de nov., 2017.

fizemos uma observação geral do conjunto documental (levantamento) e após folhear as 312 páginas do levantamento, detalhamos numericamente as reportagens mapeadas para observar o tamanho do *corpus* e os fluxos de notícias publicadas no CB ao longo de 39 anos. Seguem os resultados:

Sob o ponto de vista quantitativo, a década de 1960 tem número menor de reportagens (281), e a década de 1990, maior (3.492). A soma de 7.823 registros, quando observado ao longo das quatro décadas (1960-1999), em relação ao número das reportagens, mostra uma reta em ascensão enquanto fluxo das coberturas jornalísticas sobre teatro-DF.

De modo amplo, o conjunto das quatro décadas sugere predominância dos seguintes assuntos:

- Cidades – movimentações e eventos teatrais dentro e fora do Plano Piloto, mas com cobertura jornalística privilegiando os acontecimentos do Plano Piloto;

- Espaços cênicos – várias inaugurações de teatros, ocupação das escolas para apresentações dos espetáculos, fechamento de recintos por falta de condições estruturais, constante prática de abrir e fechar o acesso ao Teatro Nacional, nomes de lugares que nos dias de hoje (2017) parecem inusitados para acolher as produções (ABO, galerias e outros);

- Demandas e experimentações – reinvindicações sobre infraestrutura, apoio, condições e várias experiências teatrais ao longo dos anos 1960;

- Teatro amador – intensa movimentação do teatro amador e possível engajamento político e social por parte dos artistas nas décadas de 1970 e 1980, tendo em vista os temas dos espetáculos encenados (política nacional, ditadura, divisão de classes sociais, homossexualidade, aborto e cultura popular);

- Organização e política pública – demandas dos artistas e constantes pressões e explicações por parte da Fundação Cultural do DF;

- Profissionalização da área – ao longo dos anos 1990, houve aparente profissionalização da área com o surgimento dos cursos de artes cênicas (Faculdade Dulcina de Moraes e Universidade de Brasília), possível aumento dos grupos de comédias com temáticas afastadas dos debates políticos e uma cobertura que privilegiava mais o título das peças e o nome de artistas e grupos, e menos os movimentos (fóruns, debates, eventos que interligam o local com o regional ou nacional) e/ou as reinvindicações da classe de artistas com possíveis consequências para explicações dos órgãos públicos;

- Curiosidade – ao longo dos 39 anos, as reportagens, em sua maioria, não são assinadas. No entanto, por meio das que são, é possível notar trânsito ou migração de atividades, em que jornalistas mudam de profissão e se transformam em artistas.

Desse modo, após esse exercício metodológico de leitura panorâmica sobre o levantamento, foi possível identificar a quantidade de reportagens jornalísticas que formam o *corpus* e perceber o aumento do fluxo da cobertura do CB sobre a área teatral, entre 1960 e 1999, assim como agrupar em sete grandes itens alguns assuntos relevantes do *corpus* (cidades, espaços cênicos, demandas e experimentações, teatro amador, organização e política pública, profissionalização da área e curiosidades). Com esses dados descritivos

haverá favorecimento para efetivar os recortes temáticos que serão aprofundados qualitativamente para o objetivo central da pesquisa ser alcançado. Até o momento, tudo indica que o recorte será em relação as lutas do teatro amador e suas organizações políticas.

Teorias: teatro entre história e jornalismo

"Toda sociedade tem seu próprio tipo de teatro", afirmou Thompson (1998, p. 70) sobre a sociedade inglesa do século XVIII, ao identificar os vínculos que o teatro tinha com a política, o domínio, o controle e a hegemonia nas relações estabelecidas entre patrícios e plebeus da época. Três séculos depois, na teoria, essa frase pode parecer um tanto óbvia, mas, na prática, nem sempre os tipos de teatro estão sinalizados para quem participa ou acompanha a área e/ou para quem estuda as histórias do teatro, e menos ainda se for referente ao Brasil.

Quem lê sobre os teatros do território brasileiro pode notar a predominância das generalizações em que afirmações sobre o nacional são estabelecidas com base nas cenas e nos contextos do Rio de Janeiro e de São Paulo[100], espécie de metonímia disfarçada como se parte do eixo cultural Rio-São Paulo pudesse explicar o teatro nacional. Não raro, muitos autores se concentram nesses dois estados, deixam de lado fatos, personagens e cenários das demais unidades da Federação e se comprometem com:

> [...] a busca dos "primórdios" e o estabelecimento dos "marcos de origem" de uma dramaturgia "genuinamente nacional", constituíram uma narrativa assentada no encadeamento cronológico dos gêneros dramáticos e das formas de representação consagradas em cada momento histórico, estabelecendo interpretações e rupturas que ainda hoje norteiam as pesquisas da área. (Maciel, 2016, p. 9 – destaques da autora)

Desenham, dessa maneira, a parte em nome do todo e desvalorizam as pluralidades das lutas, quando não omitem ou apagam as características e as condições específicas das cinco regiões geográficas que compõem o país. Isso sem contar quando não resumem o termo *teatro* ao que diz respeito aos espaços cênicos, aos nomes dos artistas, aos autores famosos e/ou aos espetáculos que tenham recebido evidências midiáticas.

Essa constatação não diminui, em absoluto, a importância dessa literatura que repete ocorridos por meio de fontes documentais escassas, ou que privilegia aquilo que se sabe segundo o senso comum de um tempo. Ao contrário, a reconhece como registros e ações possíveis diante de escolhas particulares e até institucionais com as dificuldades de se pesquisar teatro num país em que acervos e as áreas da cultura e das artes nem sempre são valorizados. Melhor tê-las como referências que nada saber.

Essa observação não sugere que a historiografia e/ou as obras clássicas sobre teatro no Brasil sejam homogêneas em seus recortes e pontos ideológicos. As pesquisas da professora Iná Costa (2016), dentre outras, são exemplos de ângulos divergentes, porque trazem aos leitores histórias sobre os fazeres cênicos do país, com artistas que admitem ser trabalhadores comuns, sofrendo dificuldades financeiras e limitações de apoios para os projetos culturais, sem, contudo, deixarem de ocupar espaços de reflexões e de atividades comprometidas com as transformações dos contextos, das políticas e até das mediações com as lutas sociais.

[100] Cf.: Magaldi (2001) e Prado (1999).

De qualquer forma, nesse sentido, devemos ter em mente que ainda há muito trabalho a ser feito se intentamos desvelar os tipos de teatro construídos nos tempos e nas teias da sociedade brasileira, conforme sugere Thompson (1998) sobre a Inglaterra, no início deste tópico 1. E essa certeza pode funcionar como estímulo para pensarmos e transformarmos esses desafios sobre os fazeres cênicos. Inspirada nessa direção de conhecer a prática social chamada *teatro* é que perguntei ao DF[101], quais histórias compõem seu teatro? Como elas estão narradas nas páginas dos jornais? Quais significados o conjunto desses fios narrativos oferta em meio à urdidura[102] cênica da cidade?

Com essas questões e algumas experiências de interação afetiva com a área, a proposta é interpretar as histórias do teatro no Distrito Federal entre 1960 e 1999, partindo da análise de matérias jornalísticas publicadas no *Correio Braziliense*. Por certo, *teatro* é termo polissêmico e, segundo Patriota (2004, p. 231), evoca áreas artísticas, como dramaturgia, iluminação, cenário, figurinos, trilha sonora, interpretação, etc., mas aqui é percebido, sob o olhar de quem narra, como campo de experiência de diferentes sujeitos e capaz de revelar formas, tensões e processos na história. De igual forma, as reportagens são percebidas como oriundas do jornalismo que, por sua vez,

> *[...] é uma prática social*. A prática jornalística não pode ser pensada como uma entidade transcendente, que independe da realidade na qual está imersa. O jornalismo emerge em condições sociais, históricas e tecnológicas específicas, que explicam as modalidades de produção e consumo das notícias e também a maneira como ele é aprendido – objetivado e interiorizado – pelos atores sociais. Nesse sentido, consideramos o jornalismo como um espaço constantemente reconstruído. Historicamente, a palavra "jornalismo" tem sido utilizada para descrever práticas distintas, definidas a partir de relações especificas estabelecidas com a sociedade. As diferentes formas de apropriação dessa prática em contextos locais e nacionais nos autorizam acreditar na existência de vários "jornalismos", que convivem e interagem com os espaços sociais nos quais estão imersos. Enquanto prática social, o jornalismo resulta de uma relação dialética que indivíduos, grupos e organizações estabelecem entre si no plano simbólico (das "palavras") e no plano concreto da vida social (das "coisas"). Por isso, as análises sobre os processos de constituição, conservação e mudança no jornalismo devem estar centradas em observações simultâneas da produção jornalística e nos discursos produzidos sobre essa atividade. *A produção jornalística como o resultado de interações sociais*. (Pereira et al., 2012, p. 9-10 – destaques dos autores)

A despeito disso, defendia o pensador Benjamin (1994, p. 197), no início do século passado, que "a arte de narrar está em vias de extinção":

> [...] é como se estivéssemos privados de uma faculdade que nos parecia segura e inalienável: a faculdade de intercambiar experiências. Uma das causas desse fenômeno é óbvia: as ações da experiência estão em baixa, e tudo indica que continuarão caindo até que seu valor desapareça de todo. Basta olharmos um jornal para percebermos que seu nível está mais baixo que nunca, e que da noite para o dia não somente a imagem do mundo exterior mas também a do mundo ético sofreram transformações que antes não julgávamos possíveis. (Benjamin, 1994, p. 198)

[101] O DF tem divisa com Goiás e Minas Gerais e está localizado na região Centro-Oeste do Brasil desde a presidência de Juscelino Kubitschek. Faz parte das unidades da Federação, abriga Brasília (capital da República) e é composto por 31 Regiões Administrativas (RA). (GDF, 2017).

[102] Urdidura (ou urdume ou urdimento) – conjunto de fios dispostos no tear paralelamente ao seu comprimento, e por entre os quais passam os fios da trama (Dicionário, 1996).

Dessa forma, é possível perceber semelhanças e tensões daquilo que podemos compreender sobre história, jornalismo, teatro e outros recortes que esta pesquisa está inserida. Para evitar escapismo, superficialidade e começar a tarefa de construção de pensamento, melhor esclarecer de qual história e jornalismo estamos falando e como a pesquisa sobre o teatro está sendo produzindo dentro do campo do jornalismo e não na história, embora as proximidades sejam inevitáveis.

De qual história e jornalismo estamos falando?[103]

Se a história é um intercambiar de narrativas cujas linhas de temporalidades formam teias de complexidades, então é preciso observar que o passado é percebido por alguém no presente por meio de documentos (em diversos suportes de informação) cheios de concepções subjetivas, contextos culturais, fragmentos e descontinuidades. Advém daí o clássico termo *tecido da história* ou *trama*, que, nas palavras do historiador Paul Veyne, (1992) significa:

> [...] os fatos não existem isoladamente, nesse sentido de que o tecido da história é o que chamaremos de trama, de uma mistura muito humana e muito pouco *científica* de causas materiais, de fins e de acasos; de um corte de vida que o historiador tomou, segundo sua conveniência, em que os fatos têm seus laços e sua importância relativa [...]. A palavra trama tem a vantagem de lembrar que o objeto de estudo do historiador é tão humano quanto um drama ou um romance [...]. Essa trama não se organiza, necessariamente, em uma sequência cronológica: como um drama interior, ela pode passar de um plano para outro [...]. A trama pode se apresentar como um corte transversal dos diferentes ritmos temporais, como uma análise espectral: ela será sempre trama, porque será humana, porque não será um fragmento de determinismo. (Veyne, 1992, p. 28)

Esses elementos também constituem o jornalismo no seu exercício dinâmico de apresentar, em narrativas, histórias de homens e mulheres com suas lutas e inquietações, tendo, contudo, em sua base, um sistema que integra regras editoriais com demandas políticas e econômicas.

De qualquer forma, embora a história seja secular enquanto campo de produção, o jornalismo, como afirma Berger,

> [...] está legitimado desde os anos 70, reconhecido como interdisciplinar, disputado por ênfase profissional ou técnica, ainda sem estatuto de ciência, construindo o seu objeto e em processo de consolidação como área de conhecimento. (Berger, 2002)

Assim, independentemente do tempo de atuação desses campos, história e jornalismo são áreas tangentes e com profundas ligações. A historiografia demonstra que há tempos historiadores usam jornais como fonte documental em suas análises, tal qual comunicólogos recorrem ao conhecimento histórico para pensar suas pesquisas (Barbosa, 2007).

As articulações teóricas e metodológicas trazem várias tensões e, ao mesmo tempo, várias possibilidades entre e nos dois campos. Jornalista Alberto Dines (2009) defende que o

> [...] culto da *circunstância circunstanciada*, isto é, o mergulho vertical em busca dos pequenos elementos que compõem a realidade, foi a tônica da escola de historiadores agrupada, desde 1922, em torno dos *Annales*, na França, que trocou a aflição determinista e factualista pelo

[103] Título inspirado em Martino, 2010.

> ato de debruçar-se sobre situações cotidianas e insignificantes, mas tão minuciosamente devassadas que tornam-se lapidares sobre a época e as próprias forças da história. Jornalismo e historiografia são primos – quando se pratica um deles com proficiência, chega-se, inevitavelmente, ao outro. (Dines, 2009, p. 25 – destaques do autor)

Desse modo, se, por vezes, os métodos entre as áreas são semelhantes, há também narrativas próprias que os delineiam. E é essa relação que medeia acontecimentos e descreve parte da realidade humana que será observada ao longo da produção da tese.

Jornal e jornalismo cultural

> Na década de 1970, ainda era relativamente pequeno o número de trabalhos que se valia de jornais e revistas como fonte para o conhecimento da história no Brasil. A introdução e difusão da imprensa no país e o itinerário de jornais e jornalistas já contava com bibliografia significativa, além de amiudarem-se as edições fac-símiles e os catálogos dando conta de diários e revistas que haviam circulado em diferentes partes do território nacional [José Honório Rodrigues, 1968; Nelson Werneck Sodré, 1976]. Reconhecia-se, portanto, a importância de tais impressos e não era nova a preocupação de se escrever a História *da* imprensa, mas relutava-se em mobilizá-los para a escrita da História *por meio da* imprensa (De Lucca, 2005, p. 111 – grifos da autora)

Na direção do trecho acima, De Lucca (2005) evidencia que é preciso levar em conta vários fatores quando se trabalha com jornais como fonte documental, pois a chamada imparcialidade absoluta não existe e não podemos pensar que o que está publicado é o relato nu e pronto da realidade.

Entretanto, existem mecanismos para se evitarem equívocos na interpretação por meio da clareza teórica e de escolhas metodológicas. Porque, em escala reduzida, há que se compreender os usos múltiplos, diferenciados e contraditórios dos textos jornalísticos. Em perspectiva mais ampla, é preciso observar que os métodos para estudar um jornal estão inseridos em tecido histórico, constituído por debates que envolvem percepções de formatos (suporte) e de conteúdos em seus modos de produção e disseminação.

Nesse exercício de se aproximar e se afastar do jornal, enquanto metodologia de pesquisa, que a história cultural se entrecruza com parte dos percursos da história da imprensa e com suas ramificações conceituais no exercício de como compreender e contar as histórias das pessoas com suas dores, lutas e conquistas. Assim, como evidenciar todo um conjunto de formas sociais, temporais e espaciais? Como se aproximar das batalhas dos sujeitos históricos sem deixar de perceber que são narrativas registradas em contextos e dinâmicas atreladas ao mercado e ao fazer diário de um jornal? Essas e outras dúvidas acabam por nos levar aos diálogos do chamado jornalismo cultural.

De modo genérico, jornalismo cultural pode ser considerado uma prática jornalística relacionada à cultura e suas manifestações (Rosseti, 2015). Nesse formato, profissionais escrevem sobre filmes, moda, pintura, gastronomia, teatro etc. para suplementos culturais e cadernos específicos dos jornais, das revistas e até das páginas virtuais e das redes sociais, com a intenção de veicular programações dos espetáculos, agendas das instituições artísticas, mote das exposições museais e/ou produzir opiniões e críticas culturais.

Entretanto, as cargas semânticas que envolvem o nome jornalismo cultural trazem consigo os debates das áreas que se destinam a estudar a comunicação e a cultura, tornando o conceito complexo e impreciso ou declarando que toda e qualquer produção jornalística é

por si mesma cultural a partir do instante em que é produzida e consumida em um meio permeado por culturas.

Por isso, há quem defenda que "jornalismo cultural, a rigor, é uma contradição em termos" (Nestrovski apud Gadini, 2005, p. 103), expressando de modo direto uma tensão "entre o contingente (o efêmero e cotidiano, próprio do jornalismo) e o permanente (mais duradouro, próprio ou geralmente associado ao universo da cultura)" (Gadini, 2005, p. 103-104) que acaba por levar vários pesquisadores/as a discutir os diferentes papéis e possibilidades desse conceito, suas abordagens e tematizações.

Daniel Pisa é um desses expoentes de pesquisa. Seu livro *Jornalismo cultural* (2004) traz alguns dos seus percursos históricos e mostra o quanto é antigo esse tema: a revista *The Spectator*, de 1711, em Londres, pode ser considerada marco inicial dessa prática jornalística, uma vez que se voltava para escrever sobre livros, óperas, costumes, festivais de música, teatro e até mesmo política. Anos mais tarde, na primeira metade do século XIX, com o avanço da indústria europeia, o ensaísmo e a crítica cultural se ampliaram, chegando o jornalismo cultural aos Estados Unidos, com as críticas de Edgar Alan Poe.

Nesse mesmo instante, essa prática jornalística ganhava força no Brasil, no final do século XIX, por meio de Machado de Assis – que iniciava sua carreira como crítico de teatro e polemista literário, escrevendo no Instinto de Nacionalidade e publicado pela primeira vez em 1873 – e de José Veríssimo, o que permitiu que esses autores encontrassem no jornalismo a possibilidade de serem lidos e que a imprensa brasileira se tornasse disseminadora da literatura nacional, com Euclides da Cunha, Monteiro Lobato, Lima Barreto e Mario de Andrade. Ou seja, como explica Rosseti (2015):

> A história do jornalismo cultural brasileiro não deve ser enxergada de forma independente. Nos séculos XIX e XX, enquanto o segmento traçava o seu caminho – influenciado pelos rumos do gênero na Europa e nos Estados Unidos – a história do Brasil e da imprensa brasileira também decorria. Situações políticas, econômicas e sociais do país e da atividade profissional interferiram na trajetória e nas alterações sofridas pela especialidade. […] Com a ditadura militar imposta no Brasil e parte da arte mostrando-se contrária ao regime, o jornalismo cultural foi altamente censurado, o que prejudicou o segmento e o adaptou a uma série de regras ditadas pelo governo. E, já no final do século, com o capitalismo e nova configuração da área, o atual passou a predominar e tornou-se exigência a busca por novidades, em predominância a análises e interpretações. A partir da ideia que o leitor moderno estaria mais ocupado com outras atividades, modificou-se a produção jornalística cultural, tornando-a mais sucinta e objetiva, e menos reflexiva. (Rosseti , 2015)

Portanto, com a consciência dessas configurações sociais que devemos buscar compreender o jornalismo cultural e, no caso desta pesquisa, aproximá-lo dos debates sobre metodologia para assim estabelecer os sentidos e as nuances entre jornalismo e história, sobretudo quando for necessário entrecruzar análises das narrativas das reportagens com conteúdos obtidos da relação entrevistador-entrevistado.

Neste momento, é importante destacar que aqui a compreensão teórica é de que o teatro é objeto de pesquisa na comunicação, especificamente do jornalismo, sem deixar de se entrelaçar com a história. E mais: a metodologia não é o único, mas um dos importantes elementos para delinear a aproximação e o distanciamento entre os campos.

Considerações finais

O exercício de interpretar narrativas, ou mesmo relatos, como refere Michel de Certeau (1994), abre um *teatro* de legitimidade a *ações* efetivas, cria um campo que autoriza práticas sociais arriscadas e contingentes[104] dado que, por um lado, as narrativas criam ações, mas, por outro, criam *fronteiras* e *pontes*. E essas imagens bem se adequam ao que se revela num encontro entre narrador (reportagens de jornais e entrevistados) e pesquisador. A existência de *fronteiras* e *pontes* é um indicativo de que há espaços e tempos interligados, nos quais ocorrem momentos de interpretação e de articulação entre informações levantadas.

O jornalista Motta (2005) nos ensina que os debates sobre interpretação de narrativas perpassam as produções de teóricos da cultura. Entre os historiadores, por exemplo, ele cita Thompson e Eric Hobsbawm; entre os cientistas políticos, Hannah Arendt e Jürgen Habermas; e entre os teóricos dos estudos culturais ingleses, Raymond Williams, Stuart Hall e Alan Swinglewood, tal qual, no Brasil, as ideias do educador Paulo Freire, com sua valorização da cultura popular.

Nesse debate que mescla jornalismo, narrativas, teatro, história, subjetividades e o papel da impressa está localizada a pesquisa. Essa teia sugere a necessidade de assumir, enquanto pesquisadora, imersão atenta nos *corpora* da pesquisa (Jornais e entrevistas orais) e nos modos de pensar das áreas, mantendo sensibilidade para saber quando usar o jornal como documento aliado que registra a chamada realidade e quando ser crítica com esse fragmento tendo em vista suas lacunas, condições de produção e/ou subjugações, porque ao manter essa postura e clareza com o leitor as histórias sobre o teatro do DF surgirão e, ao mesmo tempo, reforçarão a importância do jornalismo cultural e, em especial, da cobertura sobre as atividades cênicas da cidade.

Esse posicionamento evidencia que a pesquisa não é ingênua em face das críticas que envolvem produção, mercantilização e consumo do jornal e das implicações teórico-metodológicas que envolvem o jornal enquanto documento de pesquisa. Antes, sim, compreende as críticas e por vezes a endossa. Mesmo porque o foco da pesquisa não está na cobertura jornalística do *Correio Braziliense*, mas nas narrativas sobre os artistas, com suas demandas, lutas e conquistas no teatro praticado no DF. Essa compreensão distribui as tensões entre os conceitos e os papéis da mídia e da sociedade, evidenciando sua oferta de energia para investigar os conteúdos que envolvem as lutas sociais e artísticas na construção cultural da cidade.

Desse modo, a pesquisa passa ser uma forma de exercício político que busca compreender as trajetórias de lutas de uma época para, quem sabe, melhor compreendermos e dialogar com as gerações atuais da cidade, disseminando dados e informações coletadas, compartilhando memórias e instalando multiplicidades de análises sobre os fazeres teatrais. Gerações não só dos artistas cênicos mas também dos jornalistas que fazem a cobertura cultural da cidade. Por certo, como ensina Moretzsohn (2002), o jornalismo "não é o discurso da realidade (como diz ser), mas um discurso sobre a realidade". E isso promove o jornal a uma fonte com discurso técnico poderoso no que tange à neutralidade e à objetividade, mas isso não é definidor da realidade, sobretudo aos olhos de quem o compreende como um documento envolvido em teias de subjetividades, recortes e tensões nas tramas históricas.

[104] Certeau, 1994, p. 210-211 - destaques do autor.

Referências

Barbosa, M. (2007). *Meios de Comunicação e História: elos visíveis e invisíveis*. In: *Intercom* – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação V Congresso Nacional de História da Mídia, São Paulo, 2007. [Anais...] Disponível em: http://www.ufrgs.br/alcar/encontros-nacionais-1/encontros-nacionais/5o-encontro-2007-1/Meios%20de%20Comunicacao%20e%20Historia%20elos%20visiveis%20e%20invisiveis.pdf

Bardin, L. (2011). *Análise de conteúdo*. São Paulo: Edições 70, [1977].

Benjamin, W. (1994) *Obras escolhidas I – Magia e técnica, arte e política*. Trad. Sérgio Paulo Rouanet. São Paulo: Brasiliense.

Berger, Ch. (2002). *Jornalismo na comunicação*. In: Weber, H. M; Hohlfeldt, A. (orgs). *Tensões e objetos: da pesquisa em comunicação*. Porto Alegre: Sulina.

Carrijo, E. (2006). *(A)bordar memórias, tecer histórias – Fazeres teatrais em Brasília (1970-1990).* 2006. 497 f. Dissertação (Mestrado em História) – Programa de Pós-Graduação em História, Universidade de Brasília, Brasília.

Certeau, M. de. (1994). *A invenção do cotidiano: artes de fazer.* Trad. Ephraim Ferreira Alves. Petrópolis, RJ: Vozes.

Chartier, R. (1990). *A história cultural: entre práticas e representações.* Tradução de Maria Manuela Galhardo, Lisboa: Difel.

Costa, I. C. (2016). *A hora do teatro épico no Brasil*. São Paulo: Expressão Popular.

Creswell, J. W. (2010). *Projeto de pesquisa: método qualitativo, quantitativo e misto*. Trad. Magda Lopes. Porto Alegre: Artmed, p.177-265.

De Luca, T. (2005). *História dos, nos e por meio dos periódicos*. In: Pinsky, C. B. (Org.), *Fontes históricas*. São Paulo: Contexto.

Dines, A. (2009). *O papel do jornal e a profissão de jornalista*. SP: Grupo Summus..

Gadini, S. L. (2005). *Jornalismo, Exclusão Cultural e Cidadania: apontamentos sobre alguns desafios do discurso periodístico na contemporaneidade*. Revista Cambiassu. São Luís: Lithograf. p. 95-110.

Gomes, A. A. L.; Carrijo, E. (2017). *Inventários de cenas: Mapeamento de fontes sobre o teatro–DF*. In XXIX Simpósio Nacional de História – Contra os Preconceitos: História e Democracia. Anais Anpuh. Brasília: Universidade de Brasília. Disponível em:

<http://www.snh2017.anpuh.org/resources/anais/54/1488671200_ARQUIVO_Artigo_ALAGomes_ECarrijo_ANPUH_2017_Compacto.pdf>. Acesso em: 15 ago. 2017.

Hunt, L. (org). (2001). *A nova história cultural*. Trad. Jefferson Luiz Camargo. São Paulo: Martins Fontes.

Kühner, M. H. (1987). *Teatro Amador: radiografia de uma realidade (1974-1986)*. Rio de Janeiro: INACEN/Ministério da Cultura.

Le Goff, J. (1984). *Documento/Monumento*. In: Romano, R. (org.), *Enciclopédia Einaudi*. Porto: Imprensa Nacional/Casa da Moeda, v. 1, Memória e História, pp. 95-106.

Le Goff, J.; Nora, P. (1978). *História: novos problemas*. RJ: Francisco Alves (v. 1).

Lene, H.; Selidonha, F. (2012). *Entre Comunicação e História: o indiciarismo como metodologia para pesquisas históricas sobre a imprensa*. Revista Em Questão, Porto Alegre, v. 18, n. 1, p. 31 - 44, jan./jun.a, p.36. Disponível em: http://www.redalyc.org/pdf/4656/465645974002.pdf [Universidade Federal do Rio Grande do Sul], acesso 13 mar., 2017.

Levantamento CB de Reportagens do Teatro/DF. Brasília: 2008, 312p. Disponível no acervo de documentos do jornal Correio Braziliense. Mimeo.

Maciel, L. A. (2016). *Prefácio*. In Penna-Franca, L., *Teatro Amador: a cena carioca, muito além dos arrabaldes*. São Paulo: Alameda.

Magaldi, S. (2001). *Panorama do teatro brasileiro*. São Paulo: Global.

Martino, C. L. (2010). *De qual comunicação estamos falando?* In Hohlfeldt, A.; Martino, L.; França, V. (orgs.), *Teorias da Comunicação: Conceitos, escolas e tendências*. RJ: Vozes.

Moretzsohn, S. (2002). *Profissionalismo e objetividade: o jornalismo na contramão da política*, in Motta, L. G. (org.), *Imprensa e poder*, Brasília, Editora UnB.

Motta, L. G. (2005). *Pesquisa em jornalismo no Brasil: o confronto entre os paradigmas midiacêntrico e sociocêntrico*. Revista de Economía Política de las Tecnologías de la Información y Comunicación. Vol. VII, n. 1. Disponível www.eptic.com.br acesso 20 jun 2017.

Pereira, F.; Moura, D.; Adghirni, Z. (Orgs) (2012). *Jornalismo e Sociedade: teorias e metodologias*. Florianópolis: Insular.

Pesavento, S. J. (2004). *História & História Cultural.* Belo Horizonte: Autêntica.

Piza, D. (2004). *Jornalismo Cultural*. 2a ed. São Paulo: Contexto.

Prado, D. de A. (1999). *História Concisa do Teatro Brasileiro (1570-1908)*. São Paulo, EdUSP.

Silva, A. de L.; Conceição, F. G. (2007). *Jornalismo Cultural: em busca de um conceito*. Trabalho apresentado na Intercom/ XXX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. [Anais…]. Santos/SP.

Thompson, E. P. (1998). *Costumes em comum: estudos sobre a cultura popular tradicional.* Trad. Rosaura Eichemberg. São Paulo: Companhia das Letras.

Veyne, P. M. (1992). *Como se escreve a história: Foulcaut revoluciona a história*. Trad. Alda Baltar e Maria A Kneipp. Brasília: Ed. UnB.

Williams, R. (2002). *Tragédia Moderna.* São Paulo: Cosac Naify.

TVCocriativa: de espectador a produtor de conteúdo, a experiência de uma TV colaborativa na web

Co-creative broadcast: from viewer to producer, the collaborative web tv experience

Pedro Ivo Nunes Almeida[105]

Resumo
A televisão ainda é um meio de comunicação hegemônico na atualidade. Entretanto, em um contexto de convergência de mídias e a partir da relação com as audiências, a linguagem televisual sofre transformações. A multimídia surge por força de efeitos econômicos e tecnológicos, mas também por questões sociais e políticas. Nesse cenário, emergem novas práticas comunicacionais nas quais o espectador se torna também produtor de conteúdo. A proposta deste artigo é analisar o surgimento desses produtos, a partir do exemplo da TVCocritativa, um webcast colaborativo. Um estudo de caso, no qual será aplicada a Análise da Materialidade Audiovisual, uma metodologia que está sendo desenvolvida no Núcleo de Jornalismo e Audiovisual (UFJF-CNPq). O método quali-quantitativo toma como objeto de avaliação a unidade texto+som+imagem+tempo+edição. No caso, os vídeos produzidos pela TVCocriativa, uma plataforma que que propõe a participação de todos para produção de conteúdo de forma cooperativa, colaborativa e cocriativa.

Palavras-chave: televisão; convergência; cocriativa.

Tema Central

Entre os meios de comunicação, a internet está em segundo lugar quando o assunto é a busca por informações no Brasil. Segundo a Pesquisa Brasileira de Mídia de 2016, metade da população usa a internet todos os dias da semana. Comparando com outros meios, apenas a televisão é mais procurada, são mais de três quartos da população em frente à telinha sete dias por semana. Entretanto, é importante perceber que, pelos dados da mesma pesquisa, o tempo médio diário dedicado à internet, cerca de 4 horas e 30 minutos, supera o dedicado à TV, cerca de 3 horas diárias.

Esse cenário demonstra o aumento significativo do espaço ocupado pela internet em relação aos outros meios de comunicação, mas, ao mesmo tempo, reforça o papel central da televisão. De toda forma, essa hegemonia é mantida em um ambiente de convergência midiática em que a TV acaba se unindo a outros formatos e plataformas, como TVs a cabo, por satélite e a própria internet. Como as audiências estão em constantes transformações, elas acabam influenciando os meios de comunicação seja na linguagem, no formato e até nas relações com o espectador (Martín Barbero; Rey, 2001).

Para Martín Barbero e Rey (2001), isso demonstra que além de mostrar as mudanças de uma sociedade, a mídia acompanha essas transformações. A multimídia surge por conta de mudanças de efeitos econômicos e tecnológicos, mas ao tratar dessa "cultura de

[105] Pedro Ivo Nunes Almeida. Universidade Federal de Juiz de Fora, mestrando no Programa de Pós-graduação em Comunicação, Brasil. Email: pedronunes88@gmail.com.

convergência", é importante considerar, principalmente, um processo de transformação cultural (Jenkins, 2009).

Rincón (2011) destaca que vivemos um momento de multiplicidade de telas, de uma explosão de narrativas audiovisuais nas quais há uma diversidade de sensibilidades e identidades. O autor utiliza o conceito de "revolução narrativa e estética" ao se referir ao surgimento de um audiovisual mais múltiplo e adaptado ao modo ser de cada pessoa (Rincón, 2011). Nesse contexto, surgem novas práticas comunicacionais em que são ensaiados procedimentos inéditos de participação, de autonomia e de cidadania (Martín Barbero; Rey, 2001).

Uma vez que a comunicação deve ser reivindicada como um direito humano, é importante entender que ela está "relacionada com a construção de identidades e a produção de sentido nas relações cotidianas sendo capaz de contribuir para a valorização de outros direitos humanos fundamentais" (Cabral Filho, 2008, p. 235).

A comunicação pode ser considerada, ainda, um direito social que tem representação em diferentes instâncias decisórias. A autonomia do cidadão, também poderia ser associada "à capacidade do espectador em converter-se em produtor de narrativas audiovisuais, ainda que potencialmente" (Coutinho, 2013, p. 26).

Na perspectiva dos trabalhos de investigação desenvolvidos no Núcleo de Jornalismo e Audiovisual (UFJF-CNPq), ganha especial relevo esse tipo de alterações do fazer-sentir audiovisual. Esse potencial de produção colaborativa pode ser percebido, a princípio, na TVCocritativa, objeto de análise deste estudo. Criada em 2011, com base na cidade de Belo Horizonte (MG), busca reinventar a linguagem da televisão, propondo novas formas de assistir a imagens em movimento na internet. A plataforma, que se define como um webcast colaborativo, propõe uma comunicação em várias linguagens e convida qualquer um a participar da elaboração de produtos audiovisuais de forma cooperativa, colaborativa e cocriativa.

A TVCocriativa foi criada em 2011, mas o perfil no *Youtube* foi inscrito em 30 de setembro de 2010. No perfil do canal de compartilhamento consta que o primeiro vídeo foi postado em 2 de agosto de 2011. O canal possui um total de 97.234 visualizações e 415 inscritos[106]. O site disponibiliza o conteúdo em formato de *playlist* com 20 títulos diferentes (imagem 1). 16 delas estão ligadas a temas: Artes; Comédia; Cinemas; Geografias; Entrevistag; Esportes; Microtv; Microdoc; Mini; Cozinha; Reclames; AM/FM; Verde; Moda; Ao Vivo; e Diários. Outras quatro são ações promovidas pelos idealizadores do *webcast* que resultaram em peças audiovisuais: Canal Televisão; O que queremos para o mundo?; TVM((()))ovel; e Circuito Audiovisual Cocriativo. O conteúdo está hospedado em um canal no *Youtube* (imagem 2) e é possível assistir aos vídeos em abas no próprio site ou diretamente no canal de compartilhamento.

[106]Disponível em: https://www.youtube.com/channel/UC87MK2jMC0HcdcJxMWVM2hA. Acessado em 28/05/2018.

Imagem 1

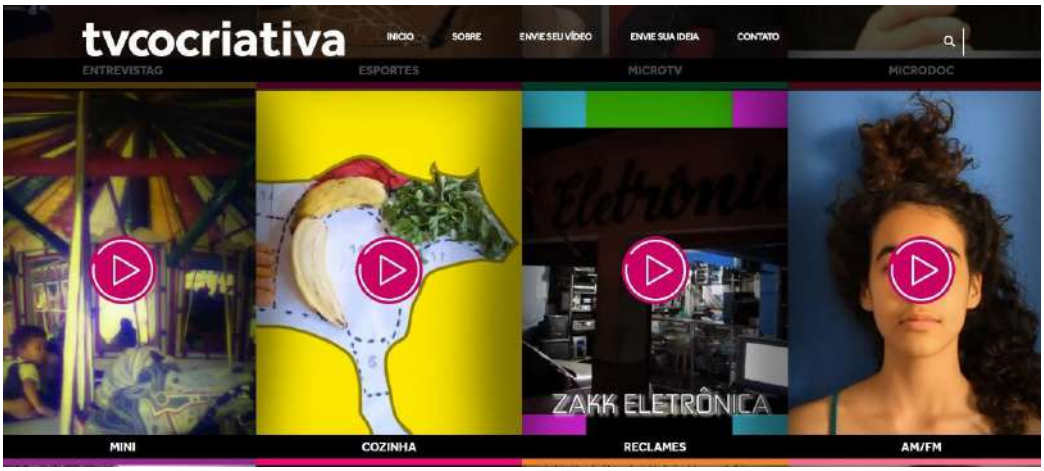


Imagem 2

A proposta desta pesquisa é delimitar quais as características desse webcast e estudar em quais aspectos a TVCocriativa diverge e em quais converge dos conteúdos transmitidos por emissoras comerciais.

Objetivos

Objetivo primário: Investigar quais são as características presentes na linguagem televisual dos vídeos produzidos pela TVCocriativa que podem ser consideradas inovadoras em relação à mídia tradicional.

Objetivos secundários:

- Analisar quais características da linguagem do webcast convergem e quais divergem da mídia tradicional;
- Estudar a participação do espectador enquanto produtor de conteúdo para a TVCocriativa;
- Contribuir para os estudos de novos formatos televisuais em um cenário de convergência de mídias.

Discussão teórica proposta

Ao buscar um entendimento para a comunicação televisiva, Jost (2004) recorre ao modelo de contrato como ponto de partida para estruturar uma abordagem possível de estudo. O conceito de contrato é polissêmico e pode ser aplicado a várias áreas das Ciências Humanas, como é o caso da Literatura. Para Jost (2004), a relação de contrato está presente no interior do texto, e assim, é possível "na leitura do texto, depreender, imaginar como o destinador constrói o destinatário e projeta essa relação entre os dois no interior do texto" (Jost, 2004, p.10).

Jost (2004) acredita que a origem do contrato está ancorada em duas lógicas: a ideia de contrato social e a proposta de pacto. O autor defende que o contrato de comunicação midiática está fundado nos limites dos processos midiáticos, e, dessa forma, é baseado em um "modelo de imanência" (Jost, 2004). Nesse caso, o emissor e receptor reconhecem que se comunicam e o fazem por razões partilhadas. Entretanto, um dos problemas apontados pelo autor é de que não há reciprocidade no sentido "homossemiótico". Isso porque o espectador pode enviar cartas, fazer ligações ou mudar o canal, mas não está empregando o mesmo sistema semiótico de comunicação que o emissor (Jost, 2004).

Uma alternativa apresentada por Jost (2004) é o modelo de promessa que, ao contrário do contrato, ocorre em dois tempos. Além de fazer a exigência para que a promessa seja mantida, o espectador deve verificar se a promessa foi efetivada. Assim, esse modelo é considerado o mais cidadão, ao exigir uma contribuição ativa por parte do espectador:

> Contrariamente ao contrato midiático que, como nós vimos, impõe a lei do enunciador (aquela do maior número, em particular, de audiência) ao receptor, a promessa confere ao outro o direito correlativo de exigir. Essa relação de reciprocidade complementar retira as dificuldades teóricas colocadas por um modelo de comunicação fortemente assimétrico, no qual a única liberdade que escuta ou vê é a de adotar os propósitos do enunciador (Jost, 2004, p.28).

Segundo Jost (2010), uma característica da linguagem televisual é a relação particular de intimidade com o espectador, na qual o endereçamento de apresentadores de TV aos espectadores busca estabelecer uma ligação próxima a uma conversa, de "olhos nos olhos". Outra particularidade da teoria da televisão é que ela se ancora em uma reflexão sobre a atividade do telespectador. "Se essa atividade tem incidências em termos de linguagem, ela provoca, sobretudo, consequências em termos de conteúdo de programas." (Jost, 2010, p. 49).

Desde o surgimento até a consolidação da TV como mídia predominante, esta cria formas de prender a atenção do espectador e, a partir daí, cria-se a "arte de programar". Jost (2010) explica que, incialmente, pensou-se equivocamente que o público deveria parar suas atividades para assistir aos programas. Baseou-se, principalmente, na programação de rádio, mas esta não exige tanta atenção quanto a TV, pois é possível escutá-la mesmo executando variadas tarefas. Posteriormente a isso, passou-se a pensar na rotina das famílias e como enquadrar os programas de acordo com as atividades sociais, dividindo essa programação pelo gênero e faixa etária, por exemplo. Essa estruturação de grade de programação ganhou força com a criação de emissoras comerciais e com o surgimento de concorrência entre canais.

Também é importante entender que a programação da TV, que consiste na escolha de conteúdos e na forma como eles são distribuídos nas faixas horárias, não é uma ação

neutra. Para Jost (2010), tanto a seleção, como a sucessão e a aproximação dos programas ajudam a criar um sentido e contribuem para "forjar a identidade da emissora" (Jost, 2010).
A televisão abrange uma grande quantidade de eventos audiovisuais diferentes, mas que têm em comum o fato da imagem e do som serem constituídos eletronicamente e transmitidos do emissor para o receptor também por via eletrônica, conforme aponta Machado (1999). Cada um desses eventos, cada programa, cada capítulo de programa, cada bloco de um capítulo de programa, cada entrada de reportagem ao vivo, cada vinheta, cada spot publicitário, constituem um enunciado (Machado, 1999).
Para Machado (1999), cada enunciado é único e possui uma singularidade, mas é produzido com uma certa intencionalidade, amparado por uma certa economia, com o propósito de abarcar um certo campo de acontecimentos e atingir um certo segmento de telespectadores. O autor explica como os gêneros ajudam a categorizar e organizar esses enunciados:

> Existem algumas modalidades relativamente estáveis de organizar esses elementos, ou dito de outra maneira, existem esferas de intenção mais ou menos bem definidas, no interior das quais os enunciados podem ser codificados ou decodificados de forma relativamente estável por uma comunidade de produtores e espectadores até certo ponto definida. (Machado, 1999, p.144)

Entretanto, cabe destacar que Machado (1999) considera os gêneros categorias mutáveis e heterogêneas, não apenas por serem diferentes entre si, mas também pelo fato de cada enunciado estar "replicando" muitos gêneros ao mesmo tempo. O autor é taxativo ao dizer que não ter essa compreensão e não perceber essa variedade "pode implicar numa concepção de gênero esclerosada, esta sim desprovida de sentido, anacrônica e irrelevantes numa civilização como a nossa" (Machado, 1999, p. 145).
Ferreira e Ribeiro (2014) afirmam que as matrizes literárias, teatrais e folhetinescas têm inspirado o desenvolvimento de gêneros para diferentes mídias (jornais, revistas, rádio, televisão, cinema, internet) desde a Grécia antiga, geralmente, "alimentandos por parâmetros imaginativos e criativos de narrativas já presentes no imaginário popular" (Ferreira & Ribeiro, 2014 p. 72).
Segundo os autores, a estruturação dos enunciados em gêneros na televisão ocorreu em um momento que esta adotou um modelo industrial para atender à necessidade de concretizar a identificação do público com os produtos midiáticos oferecidos. Os autores destacam que alguns dos gêneros que se consolidaram são o telejornalismo, a teledramaturgia, os humorísticos e os programas de auditório. (Ferreira & Ribeiro, 2014).
Outra contribuição importante para entender os gêneros televisivos é de Jason Mittel (2004) que os considera produtos, antes de tudo, culturais. Para o autor, os gêneros são constituídos pelas práticas dos media e estão sujeitos a mudanças e redefinições constantes. Mittel (2004) entende também que boa parte dos estudos não prioriza os aspectos formais dos textos televisivos. A partir dessa perspectiva, Rocha (2016) propõe uma metodologia para a análise formal da televisão, embora defenda que esta não seja feita de maneira formalista, para que o estudo não seja um fim em si mesmo:

> Uma vez que as abordagens culturais dos textos de televisão sugeriram que textos são um dos lugares importantes nos quais os sentidos são produzidos e os processos políticos são articulados, cabe a nós nos engajarmos detidamente nestas práticas para entender com os textos são codificados, tanto industrial como formalmente. (Rocha, 2016, p.19)

A autora avalia que nos estudos sobre estilo televisivo, ao voltar o olhar para as características de um programa e para as condições de sua criação, é possível ter melhor compreensão de como este (o estilo em análise) funciona. Rocha (2016) acredita que esse processo permite um entendimento do programa de forma isolada, mas também possibilita que surjam especulações sobre a cultura em que está ele inserido, além das atividades e das ferramentas dos idealizadores.

Para além dos gêneros, outros autores abordam conceitos que ajudam a entender as formas nas quais buscam-se dar sentido aos enunciados audiovisuais. Kilpp (2010) elenca algumas alternativas relacionadas às "moldurações" praticadas pela televisão. São constructos que a autora denomina "ethicidades", que seriam virtualidades (durações, objetos, personas, fatos, acontecimentos) que só se atualizariam em mundos propriamente televisivos:

> Para dizer que tal coisa é tipicamente um construto da televisão, ou uma enunciação típica de tevê, a questão passa a ter de ser tratada com vistas aos sentidos identitários das ethicidades, sendo que, para que eles possam ser comunicados, os mundos em que elas têm existência e agem resultam de imaginários que são minimamente compartilhados com os que criam realidades de outros mundos imaginados. (Kilpp, 2010, p.16)

Para Kilpp (2010), o que engendra o televisivo está relacionado a três eixos conceituais: eixo das ethicidades; eixo das molduras, moldurações e emolduramento; e eixo dos imaginários. Nesse momento, cabe destacar o segundo deles, que é definido pela autora da seguinte forma:

> As molduras são entendidas como aqueles quadros ou territórios de significação que, na TV, encontram-se em geral sobrepostas. As moldurações são procedimentos de ordem técnica e estética que realizam montagens no interior das molduras. E os emolduramentos são agenciamentos dos sentidos, que são pessoal e culturalmente referenciados. Com as molduras e as moldurações procede-se a uma oferta de sentidos. (Kilpp, 2010, p.18)

Vaz e França (2011) também abordam a questão do emolduramento, mas numa perspectiva mais crítica, ao considerarem que o acontecimento ao qual temos acesso por meio dos media é construído, ordenado e estruturado e, assim, ganha relevância pela maneira que é publicizado.

Para os autores, na mídia, o acontecimento é um fragmento extraído de uma totalidade que não pode ser compreendida. Assim, é um acontecimento a qual temos acesso, construído, ordenado e estruturado: "trata-se do acontecimento midiático, um enquadramento, que emoldura um fragmento da experiência, separando-a de seu contexto e, com isso, permitindo sua conservação e seu transporte" (Vaz & França, 2011, p. 172).

Cádima (2009) também faz apontamentos nesse sentido, ao dizer que várias pesquisas acadêmicas têm procurado analisar as práticas de informação televisiva nas televisões públicas e privadas portuguesas. Mesmo sendo uma avaliação mais específica do país europeu, as questões levantadas pelo autor cabem em uma análise da TV brasileira e de outros países. Ao tratar do noticiário da televisão, Cádima (2009) percebe que uma característica comum é a lógica de exclusão da experiência da cidadania, em que as práticas "se redefinem sob o princípio do esquecimento e das censuras naturalizadas pelo próprio dispositivo televisivo, isto é, pela sua logotécnica, performatividade e instrumentalidade" (Cádima, 2009, p. 39).

Uma análise feita por Cádima (2009) indica que a narrativização do real presente na TV gera "acontecimentos em segunda mão". Para o autor, mais especificamente o jornalismo,

recorre a uma estratégica burocrática e de produção de informação baseada no agendamento, principalmente, de fatos trágicos, de catástrofes e de fait-divers. Dessa forma, o discurso televisivo conduz ao espetáculo da ritualização da notícia, "que é uma efabulação violenta do real. E na medida em que omite o mundo da vida e a experiência social, enfim, nega o sentido da história" (Cádima, 2009, p. 40).

Para Cádima (1999), a lógica de difusão desse modelo clássico da televisão ainda se mantém apesar de haver uma fragmentação social cada vez maior. O autor frisa que a televisão tem se confrontado com modelos híbridos que mostram um novo ciclo no qual os produtores de conteúdos precisarão se adaptar progressivamente:

> De facto, a era digital e a pós-televisão assentam num novo modelo de comunicação audiovisual que porventura nos fará esquecer esse primeiro modelo unívoco da era clássica, que era (é) um modelo de certa forma autista, isto é, que evita, em regra, o seu encontro com a cidadania e a virtude civil (Cádima, 1999, p.59).

A paisagem descrita por Martín Barbero e Rey (2001) mostra que a televisão aberta se uniu a outros formatos: a televisão a cabo, as televisões comunitárias, a televisão por satélite e a internet. Essa renovação não fica restrita às modificações tecnológicas, também pressiona os ordenamentos jurídicos, as transformações dos gêneros e a relação das audiências com os produtos.

Ao abordar mais especificamente a televisão, Cajazeira (2014) afirma que o público/usuário incorpora-se a novos formatos televisuais na web e passa a querer participar dos espaços de discussão da audiência das grandes corporações de comunicação. As páginas nas redes sociais passam a ser novos espaços de legitimação. Telejornais e outros programas de TV buscam inserir-se nesse ambiente de conversação digital:

> As emissoras de TV necessitam, por questões mercadológicas, ampliar os canais de comunicação com o público e o fazem pelo incentivo à participação e colaboração em novas interfaces em plataformas digitais. Nesses espaços, há o estímulo ao envio de críticas, sugestões e comentários sobre os seus programas noticiosos ou de entretenimento. O público, ao participar desse espaço e dividir com outros os conteúdos que visualiza na interface, reforça os laços sociais com outros públicos e com o próprio telejornal. Ter acesso a conteúdos informativos e de entretenimento em sites na internet e partilhá-los em blogs, sites ou perfis nas redes sociais digitais evidencia-se como a nova lógica de interação na sociedade contemporânea (Cajazeira, 2014, p.12).

Piccinin e Soster (2012) entendem que esse ambiente digital permite um tipo de imersão tecnológica e de práticas convergentes que podem levar ao agrupamento e à operação em rede das diferentes mídias. Os autores abordam a midiatização do jornalismo, mas é possível aplicar os mesmos conceitos a outras formas de interações midiáticas. Para os autores, esse processo de midiatização ocorre por meio de quatro movimentos: a autorreferencialidade, a correferencialidade, a descentralização e a dialogia. Cabe destacar nesse momento, a descentralização, que se manifesta nas novas maneiras de relacionamento da produção e entrega de conteúdos do telejornal e suas audiências:

> Ao telespectador, há um novo lugar na condição de usuário das tecnologias digitais por poder contribuir com o telejornal por meio da postagem de vídeos, fotos ou informações a partir, por exemplo, da popularização dos equipamentos de captação em câmeras portáteis e câmeras nos celulares, tanto no âmbito da própria produção quanto dos telespectadores. (Piccinin & Soster, 2012, p. 128)

Segundo Rost (2014), essa interatividade é apontada como positiva ao permitir a participação cidadã nos media. Entretanto, o autor alerta que a característica não é nova e nem surgiu de um dia para o outro, uma vez que já estava presente, mesmo que de forma limitada, nos meios ditos tradicionais como o impresso (carta do leitor), rádio (ligações telefônicas) e televisão (controle remoto). Afirma ainda que há vários graus de interatividade e o autor a divide em dois tipos diferentes para entender melhor o conceito a partir da relação dos media com os utilizadores: interatividade seletiva, quando o utilizador é interpelado como um receptor; e interatividade comunicativo, quando o utilizador é encarado como produtor de conteúdo.

Apesar de refletir sobre as formas de interatividade, para Rost (2014) a cultura de participação está longe de permitir uma horizontalidade, principalmente no jornalismo. Alguns dos motivos apontados são os próprios interesses e rotinas das redações. Os utilizadores até possuem maior poder na construção da realidade se comparado a períodos passados, mas ainda não podem ser comparados em igualdade aos meios de comunicação e aos próprios jornalistas:

> 0s media mantêm o controlo dessa participação e reservam para si o papel de *gatekeeping* em distintas etapas do processo de elaboração da notícia. Desta forma, moderam comentários, controlam o que se publica nas suas páginas no Facebook, condicionam com as perguntas e opções de resposta nas pesquisas, abrem a participação a determinados conteúdos e não a outros, selecionam as fotografias e vídeos que os utilizadores enviam. (Rost, 2014, p. 56)

Se os leitores tornaram-se mais visíveis, com o uso das tecnologias digitais, o autor aponta que essa visibilidade dos cidadãos não está restrita ao mundo digital, mas afeta toda a ecologia dos media:

> Os jornais impressos publicam repercussões das notícias nas redes sociais, mostram os resultados de pesquisas digitais e escrevem sobre o mais comentado nos sites; na rádio, leem-se as mensagens que os ouvintes publicam nas páginas do meio no Facebook e as mencionadas no Twitter; os noticiários televisivos incitam a participar com hashtags no Twitter e posts no Facebook. (Rost, 2014, p. 66)

Essas mudanças, no entanto, não ficam restritas ao jornalismo, como afirma Sérgio da Silveira (2008), é importante perceber que a digitalização, a hipertextualidade e a rede mundial de computadores afetam as relações entre o público e os produtos da Indústria Cultural. Para o autor, os sujeitos que atuavam como intermediários vão perdendo a capacidade de definição sobre as tendências culturais da sociedade, já que "uma banda musical que tenha qualidade, um software que seja bem feito, um vídeo inovador, enfim, nenhuma boa criação, para ser conhecida e respeitada atualmente, precisa do antigo aval e permissão dos controladores da mídia" (da Silveira, 2008, p. 87).

Mesmo que a cibercultura precise se impor diante das tentativas de bloqueio dos rentistas do copyright, o ambiente digital é propício para o surgimento de práticas colaborativas em várias áreas. Sérgio da Silveira (2008) destaca que há uma profunda diferença entre as práticas colaborativas que geraram a internet e a produção de definições referentes à mídia tradicional. Isso porque novas práticas socioculturais incentivam a produção de processos e interfaces a partir do ciberespaço, como a "Wikipedia, as redes sociais, o Slashdot, a blogosfera, o jornalismo open source, o desenvolvimento de softwares livres, o Seti@home,

o Jamendo, as redes P2P, as licenças Creative Commons e até o YouTube" (da Silveira, 2008, p. 86).

Dimantas (2010) chama atenção para o fato de que nesse ambiente de convergência há uma tendência de uma grande parte dos sistemas atuar na manutenção do poder do capital globalizado. No entanto, há uma porção da internet que se desloca dessa lógica, constituindo um ambiente de compartilhamento de informações e de conhecimento. É possível perceber assim, que há um poder de voz cada vez mais descentralizado. Sendo assim, o autor considera que a internet não é apenas uma nova mídia, um canal de comunicação, mas um lugar propício para uma sociedade colaborativa:

> Porque colaboração é processo, trata-se de produzir independentemente de retornos financeiros em curto prazo. É essa a grande novidade. A metodologia de trabalho é simples e virtual, ou seja, qualquer pessoa com um computador conectado à rede e com um pouco de conhecimento tem a possibilidade de participar voluntariamente do espaço informacional. (Dimantas, 2010, p. 45)

Segundo o autor, a internet depende da tecnologia para crescer. O efeito social mais importante da tecnologia não está apenas em garantir uma eficiência quantitativa em tornar os processos mais rápidos e baratos, o maior potencial de transformação está em conectar pessoas. Criar oportunidades para a produção de conteúdos novos em conjunto, um potencial de cooperação em escalas que anteriormente não eram possíveis (Dimantas, 2010).

Entretanto, Dimantas (2010) destaca que essa transformação não pode ser garantida apenas pela tecnologia. Para ele, "as tecnologias são meios. Meios de translação, de comunicação, de interação, no sentido de que nos possibilitam o trânsito e a vivência entre diferentes ideias, culturas, informação e conhecimento" (Dimantas, 2010, p. 46).

Nesse sentido, é importante entender que a multimídia surge por conta de mudanças do seu campo e de um efeito econômico e tecnológico, mas também por variações sociais, políticas e "das sensibilidades". Martín Barbero e Rey (2001) também destacam que essas transformações levam ao surgimento de novos atores emergem das práticas comunicacionais, "ensaiando procedimentos inéditos de participação, de defesa de seus direitos civis, autonomia e identidade cidadã" (Martín Barbero & Rey, 2001, p. 93).

Essa possibilidade é cada vez mais potencializada com a convergência de mídias, que implicaram em mudanças dos meios de comunicação já estabilizados anteriormente, como impresso, rádio e televisão. Seja como estratégia de mercado, como forma de preenchimento de lacunas de produção ou ainda como resultado de uma demanda por participação social percebida, a perspectiva da produção colaborativa é uma presença nas narrativas audiovisuais em circulação na contemporaneidade. Pode-se a partir dessa perspectiva buscar compreender as próprias transformações sofridas pelos meios, que "inauguram, do ponto de vista das mídias, outras oportunidades para a política cidadã, para a participação social e o desenvolvimento de novos atores" (Martín Barbero & Rey, 2001, p. 95).

Para Rincón (2011), vivemos em um tempo em que cada um pode fazer a televisão como quiser. O mais importante é o que está próximo, o imprevisto, o que emociona e é vital. A verdade passa a ser baseada em novos valores e culturas. Segundo o autor, essas narrativas são um convite ao nomadismo, às identidades instáveis, aos sentidos efêmeros, para uma transformação não linear, uma criatividade pública e uma emoção sustentável:

> Si hay cuento es posible reinventarse. Y la inspiración está en intervenir la máquina mediática con otras estéticas, otras narrativas, otros modos de estructurar el relato, otras dramaturgias, otras voces, otras historias… y por eso estos medios deben «tomar la forma» de mujer que es en estética colaborativa, mirada cercana, encuentro vital, testimonio-ensayo-propuesta. Y por eso debemos comprender esos otros modos de comunicar que están inscritos en las nuevas sensibilidades colectivas llamadas indígenas, afros, medio ambientalistas, sexualidades otras, calle, ciudad, joven, niños… Hay mucha sensibilidad no contada, y no son temáticas para contar, no son para «hablar de», sino comunicar «desde» sus sentidos, estéticas y relato. (Rincón, 2011, p.47)

Conforme Rincón (2011), não queremos depender dos canais oficiais de comunicação, por não acreditar que somos representados pelos profissionais que neles atuam. A revolução tecnológica, comunicativa e política é que podemos ser jornalistas, documentaristas, produtores de mensagens, imagens e relatos:

> Serán narrativas más «colaboractivas». Invenciones estéticas ubicadas en las sensibilidades/identidades. La gran revolución audiovisual llegará el día que seamos capaces de contar en estética/dramaturgia/tempo femenino o indígena o afro o medioambiental o gay u oriental… cuando la forma que tome el relato audiovisual en sus diversos dispositivos incluya esos modos no experimentados del relato. Las nuevas sensibilidades, las otras identidades, no son contenido, son sobre todo forma de contar, modelo narrativo, propuesta estética. ¡Y es que si no contamos, no existimos! (Rincón, 2011, p. 49-50)

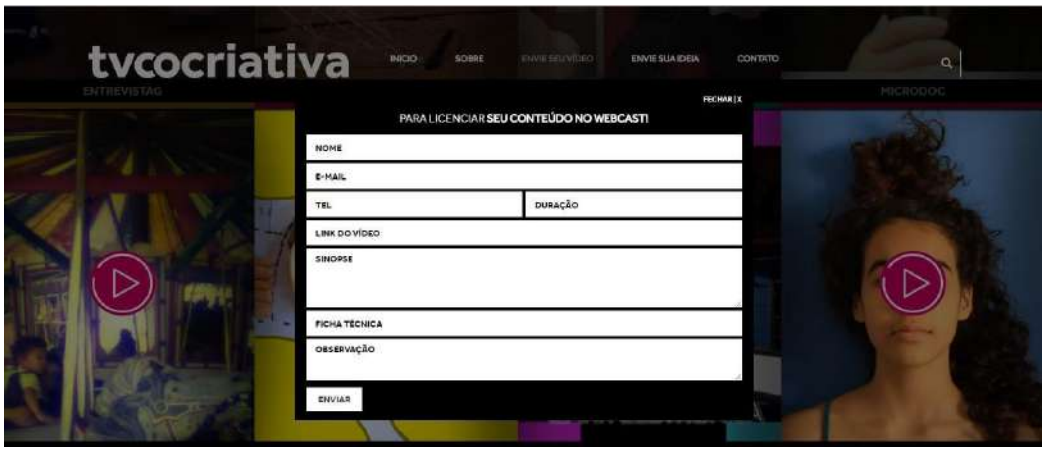
Jenkins (2009) também entende que os espectadores, muitas vezes, buscam um tipo de experiência de consumo que nem sempre é alcançado na mídia tradicional. Com a facilidade de acesso aos meios de produção e às novas tecnologias, há uma potencialidade para o surgimento de novas narrativas televisuais, principalmente, na web. (Jenkins, 2009).

Isso leva a novas formas de distribuição de compartilhamento conteúdo, dando espaço para um tipo de cultura na qual não haveria papéis separados de produtores e consumidores de mídias, mas participantes interagindo a partir de um conjunto de regras novas que ainda não é entendido por completo. Vale ressaltar que, ao tratar da “cultura de convergência”, Jenkins (2009) destaca que esse não é um processo apenas tecnológico, mas que mostra uma transformação cultural. (Jenkins, 2009).

Esse potencial colaborativo pode ser percebido na promessa feita pela TVCocritativa, objeto de análise desta pesquisa. Além de convidar o espectador a participar da elaboração das peças audiovisuais de forma colaborativa, o projeto também incentiva a produção de conteúdos por meio do licenciamento destes produtos, para integrar o *webcast*, ou por um financiamento de jovens considerados "novíssimos realizadores", que recebem um microcrédito para produção do seu conteúdo.

No site da TVCocriativa há um *link* no menu principal para o envio de vídeos, ao clicar nele o usuário é direcionado para uma página na qual é possível preencher alguns dados pessoais e da peça audiovisual, já incluindo o link do vídeo (imagem 3). Não é informado se o conteúdo irá passar por algum tipo de seleção ou avaliação para, posteriormente, ser postado na plataforma.

Imagem 3



Mais especificamente no perfil do *Youtube* é informado que os conteúdos são criados "por você, nas Oficinas Cocriativas, em Flashmobs, em coberturas de eventos descolados, projetos educacionais ou com o seu patrocínio". Nessa perspectiva merece destaque o viés também formativo, no qual os idealizadores realizam ações para capacitação de possíveis colaboradores.

Metodologia de abordagem

Pesquisa documental e pesquisa de campo, com aplicação de entrevista em profundidade com idealizadores da TVCocriativa.

A pesquisa documental tem como universo os vídeos postados no canal, de forma pública por meio da rede social de compartilhamento *Youtube*. Com base nos propósitos da pesquisa serão selecionadas peças audiovisuais que permitam responder as questões de pesquisa. A pesquisa documental a ser realizada tendo como universo uma base pública (vídeos postados no *Youtube*), e inclui a análise de 32 vídeos do total de 249 postados até o momento de submissão do projeto.

No que se refere à pesquisa com humanos, a metodologia de pesquisa envolve a realização de entrevista do tipo semi-estruturada com os responsáveis pela criação e desenvolvimento do canal objeto de estudo, nomeados aqui como idealizadores. Em princípio dois dos fundadores mantém o perfil ativo no canal do webcast no *Youtube*.

Esse tipo de entrevista segue um roteiro de assuntos pré-definidos. Seu procedimento de realização prevê que seja conduzida como uma conversa de maneira a permitir compreender a relação dos idealizadores com a produção audiovisual e a proposta de criação colaborativa como estratégia de inovação da linguagem televisual. Prevê-se que a entrevista seja realizada em Belo Horizonte, cidade onde residem os dois entrevistados, em local público de conveniência dos respondentes.

Para a análise das entrevistas e dos vídeos (base pública), será realizada a análise da materialidade audiovisual, método quali-quantitativo desenvolvido no Núcleo de Jornalismo e Audiovisual (UFJF-CNPq) que toma como objeto de avaliação a unidade texto+som+imagem+tempo+edição. Seu primeiro passo é a identificação do objeto empírico e o estabelecimento de eixos e itens de avaliação, que podem ser baseados em questões de pesquisa, referencial teórico e elementos paratextuais. A elaboração de uma ficha de leitura é a etapa seguinte, de modo a permitir uma avaliação que tenha como foco a reflexão sobre as de pesquisa percebidas a partir de uma dada materialidade audiovisual.

Entretanto, já é possível considerar alguns aspectos preestabelecidos como temas abordados, a relação som x imagem e utilização (ou não) de recursos gráficos ou artes. Neste estudo, a amostra estabelecida é de 32 vídeos: dois vídeos de cada editoria (um feito por idealizadores e outro por colaborador), o critério de seleção ainda será melhor estabelecido nas fases posteriores desta pesquisa em âmbito do mestrado.
Durante esse processo é importante também garantir a obtenção, digitalização e armazenamento da materialidade audiovisual a ser investigada. Por fim, é realizada a análise que busca especificidades de linguagem, estilo e proposta das materialidades audiovisuais.
A busca pelo principal sentido inscrito em cada um dos vídeos a serem analisados a partir de sua materialidade audiovisual, busca desvelar as estratégias narrativas e políticas de peças e canais, o que ocorrerá na etapa seguinte. Para essa fase de interpretação será fundamental a realização das entrevistas, a serem desenvolvidas conforme descrito anteriormente nesse projeto. O contato com os idealizadores da TVCocriativa, que mantém o perfil ativo ligado ao canal do webcast no canal do Youtube conforme explicado anteriormente, permitirá compreender além dos resultados da pesquisa documental, também as promessas e laços assumidos por cada narrativa, e pelo canal como um todo:

> No caso das narrativas audiovisuais, esses dados estão inscritos em vinhetas, discursos da emissora e de apresentadores (mediadores), de sua posição na grade de programação, cenário, entre outros aspectos. Ao narrar o telejornalismo em pesquisas, acredita-se que é preciso, portanto, explicitar os métodos e procedimentos que atuariam como uma espécie de moldura para a janela que se busca abrir para o mundo, do jornalismo audiovisual, a cada pesquisa realizada. (Coutinho, 2016, p.14)

Para Coutinho (2016), cabe reconhecer, assim, que essas leituras e interpretação ocorrem em circunstâncias diferenciadas e particulares de experimentação do jornalismo audiovisual. Também é levantado que há limites metodológicos que tal distinção implica e problematizar esse percurso permite aos leitores dessa narrativa acompanhar os procedimentos adotados e compreender as razões de tais escolhas. Nesse caso, isso contribuiria para aumentar a legitimidade dos resultados, construindo também uma outra promessa entre autor(es) do texto científico e seus leitores.

Principais resultados, reflexões e conclusões

O interesse deste autor em propor o estudo de uma TV na internet surgiu, principalmente, pela atuação em telejornais de uma emissora privada. Em um contexto em que o jornalismo passa por transformações, é preciso estar aberto a alternativas de formatos e de linguagens. Outra questão essencial a ser discutida é o lugar ocupado pelo espectador, que passa a ter acesso aos meios de produção. Isso leva a novas formas de distribuição e compartilhamento, dando espaço a uma cultura participativa que diverge da noção ligada à ideia de dicotomia de produtores e consumidores de mídia (Jenkins, 2009).
O foco desta pesquisa é analisar produtos audiovisuais produzidos pela TVCocriativa, webcast que convida qualquer pessoa a participar da produção de vídeos feitos de maneira colaborativa. Os idealizadores do projeto reforçam que a proposta é “ideal para pessoas cansadas da poltrona, em busca de interação aliada ao entretenimento”, conforme descrito na página inicial do site. Dessa forma, busca-se entender como se dá os processos de produção e distribuição de conteúdos feitos de maneira descentralizada e compartilhada.

Nesse sentido, é importante pontuar os conceitos de participação e colaboração. A partir dos autores trabalhados neste artigo, o estudo propõe a delimitação da ideia de participação na perspectiva de interatividade, tanto a interatividade seletiva como a comunicativa (Rost, 2014), cenário em que a atuação dos utilizadores está restrita ao espaço permitido pelos media. Já a colaboração, estaria ligada a uma ideia de autonomia no sentido de produção compartilhada, fora de uma estrutura pré-determinada e limitada, em uma perspectiva mais horizontalizada.

Nesta segunda perspectiva é que está centrada a proposta da TVCocrtiativa, pelo menos é esse o discurso do webcast. Nessa perspectiva, a proposta é entender mais a fundo um tipo de prática comunicacional de caráter independente, que se diz colaborativa e utiliza diferentes suportes virtuais na distribuição dos produtos.

Este estudo ainda está em fase intermediária no âmbito do mestrado, e ainda depende da aplicação de etapas importantes da pesquisa, como a pesquisa de campos, com a entrevista em profundidade com os idealizadores e Análise da Materialidade Audiovisual, metodologia proposta para este estudo. A intenção é confirmar se a "promessa" (Jost, 2004) de inovação da linguagem televisual é cumprida e como essa proposta é colocada em prática.

Referências

Cajazeira, P. E. (2014). *A audiência convergida do telejornal nas Redes Sociais. Tese de Doutorado.* Tese de Pós-doutorado, Laboratório de Comunicação Online do Programa de PósGraduação em Ciências da Comunicação. Universidade da Beira Interior/LabCom. IFP/Portugal.

Cádima, F. R. (2009). *Desencontros da informação televisiva com a cidadania*. In Cádima, F. R., *Crise e crítica do sistema de media.* Lisboa: Media XXI, 2009. pp. 39-65.

Coutinho , I. (2013). *Sobre o (tele)jornalismo público: conceitos e métodos de análise.* In: Coutinho , I. (Org). *A informação na TV pública.* Florianópolis: Insular. pp. 21-39

Coutinho, I. (2016). *O telejornalismo narrado nas pesquisas e a busca por cientificidade: análise da materialidade audiovisual como método possível.* São Paulo: Intercom. Disponível em: http://portalintercom.org.br/anais/nacional2016/resumos/R11-3118-1.pdf. Acessado em 01/04/2017.

Da Silveira, S. A. (2008). *Cibercultura, commons e feudalismo informacional.* Revista Famecos, v. 15, n. 37, pp. 85-90.

Dimantas, H. (2010). *Linkania: uma teoria de redes.* São Paulo: Senac.

Ferreira, C. & Ribeiro, L. M. (2014). *Novos formatos na televisão aberta brasileira*. In Ribeiro, A. P.; Sacramento, I. & Roxo, M. (orgs.), *Televisão, história e gêneros.* Rio de Janeiro: Editora Multifoco, 2014. pp. 72-93.

Jenkins, H. (2009). *Cultura da Convergência.* São Paulo: Aleph.

Jost, F. (2010). *Compreender a televisão.* Porto Alegre: Sulina.

Jost, F. (2004). *Seis lições sobre televisão.* Porto Alegre: Sulina.

Kilpp, S. (2010). *Isso não é um espelho*. In Kilpp, S., *A traição das imagens: espelhos, câmeras e imagens especulares em reality shows.* Porto Alegre: Entremeios, pp.13-29.

Machado, A. (1999). *Pode-se falar em gêneros na televisão?.* Revista Famecos, v. 6, n. 10, pp. 142-158.

Martín Barbero, J. & Rey, G. (2001). *Os exercícios do ver: hegemonia, audiovisual e ficção televisiva*. São Paulo: Senac.

Mittel, J. (2004). *Genre and television.* London: Routledge.

TVCocriativa. Disponível em: <http://tvcocriativa.com.br/ >. Acessado em: 28/05/2018.

Piccinin, F. & Soster, D. de A. *Da anatomia do telejornal midiatizado: metamorfoses e narrativas múltiplas.* SBPJor/Sociedade Brasileira de Pesquisa em Jornalismo, 2012. v. 8, n. 2, pp. 118-134.

Rincón, O. (2011). *Nuevas narrativas televisivas: relajar, entretener, contar, ciudadanizar, experimentar.* Comunicar: Revista científica iberoamericana de comunicación y educación, n. 36, pp. 43-50.

Rocha, S. M. (2016). *Análise do estilo: um percurso metodológico para a análise formal da televisão*. In Rocha, S. M. (coord), *Estilo televisivo - e sua pertinência para a TV como prática cultural.* Florianópolis: Insular, 2016. pp. 13-40.

Rost, A. et al. (2014). *Interatividade: Definições, estudos e tendências. Webjornalismo.* v. 7, pp. 53-88

Vaz, P. B. F.; França, R. O. (2011). *O acontecimento enquadrado: a tragédia em capas de revistas*. In Souza, B.; Antunes, E.; Vaz, P., *Jornalismo e Acontecimento-Percursos Metodológicos*, v.2, 2011. pp. 167-188.

Youtube. Disponível em: < https://www.youtube.com/channel/UC87MK2jMC0HcdcJxMWVM2hA>. Acessado em 28/05/2018.

Somos homo fabulators, la narrativa transmedia siempre existió.

We are homo fabulators, the transmedia storytelling always existed.

Matías Quinteros Poquet[107]

Resumen
La narrativa transmedia, un concepto que ha adquirido muchos adeptos en los últimos años y del cual se habla frecuentemente en distintos ámbitos como una novedosa manera de construir un relato a través de distintas plataformas audiovisuales. Es, sin embargo, a lo sumo una "evolución" de una característica indispensable que siempre ha existido en los seres humanos, que es contar historias. Desde que el mundo es mundo, o el ser humano es un ser social, las historias son contadas, narradas, construidas en diversas plataformas, en principio analógicas y luego digitales.

Palabras claves: narrativa, transmedia, relatos

Introducción

Contar historias, sobre eso hablaremos en este trabajo. Nuestro conocimiento del mundo es gracias a distintos relatos que llegaron a nosotros sobre él; relatos sobre su origen, relatos sobre su desarrollo, relatos sobre su actualidad y relatos hasta sobre el posible final de nuestros días. Estos son narrativas, y sus formas de transmitirse han ido transformándose con el paso de los años, desde el inicio de nuestra existencia como seres sociales hasta hoy.
Entendemos la narrativa como una forma muy antigua y de tipo comunitaria, que surgió en el conjunto de los seres humanos, a partir de la necesidad vital de dar sentido mediante el lenguaje verbal oral a la experiencia de lo vivido y socializarlo en forma de conocimiento. La narrativa aparece en las sociedades en primer lugar, como una estrategia de reorganización de la experiencia, de compartir lo vivido con los demás.
Desde el campo de las ciencias cognitivas, Jerome Brunner sostiene que hay dos formas de dar sentido al mundo que nos rodea: una lógica-formal, basada en argumentos, y otra narrativa, fundada en los relatos. Dos modalidades diferentes de funcionamiento cognitivo, dos formas de pensar y entender lo que pasa a nuestro alrededor. Veamos un ejemplo: en la mitología griega Helios era el Dios personificado por el sol, que atravesaba cada día el cielo con su carro de fuego (relato), Copérnico se encargó de encontrar una explicación lógica al movimiento de la Tierra alrededor del sol (argumento). Un buen relato y un buen argumento son diferentes, pero ambos pueden usarse como un medio para convencer a otro. Cuando hablamos de narrativa, no importa que sea verdad sino que sea verosímil, que sea un relato creíble, no importa si es ficción o si es realidad (Scolari, 2013).

[107] Jefe de Trabajos Prácticos (por concurso) en Práctica Profesional de Producción Audiovisual y en Estrategias y Proyectos Comunicacionales de Comunicación Social de la Universidad Nacional de Cuyo. Licenciado en Comunicación Social. Mendoza – Argentina – Latinoamérica. Email: mquinteros@uncuyo.edu.ar

La narrativa, en su devenir trasciende los medios que la incorporan, para evolucionar y modificarse, de lo oral a lo expresado en figuras, al texto manuscrito y en el impreso, y también en su forma mimética, en el teatro, en el cine y en la televisión y entre las distintas formas presentes y otras que todavía han de surgir. La narrativa busca los medios y se amolda a cada uno de estos, en un diálogo con el contexto histórico, valiéndose de las características intrínsecas de cada momento para crear diferentes posibilidades de desarrollarse, es decir de continuar reorganizando el flujo de la experiencia vivida.

Para entender la narrativa de nuestros tiempos, es necesario entender el ecosistema actual de medios de comunicación del que se vale el relato para desplegarse en la era digital en la que vivimos. A fines del milenio pasado, el Director del Laboratorio de Medios (Media Lab) del Instituto Tecnológico de Massachusetts (MIT) comenzaba a caracterizar el actual contexto mediático: "Los medios masivos serán redefinidos por sistemas para la transmisión y recepción de información y entretenimientos personalizados" por lo tanto el flujo de los contenidos narrativos va adquiriendo una nueva dinámica. También señalaba el autor "socialmente nos relacionaremos en forma de comunidades digitales, en las que el espacio físico será irrelevante y el tiempo desempeñará un rol diferente" (Negroponte, 1995, pp. 14-15).

Para comprender el desarrollo que han tenido los relatos en la forma de transmitirse a través del tiempo, compartimos la figura del Museo de la Narrativa que utiliza Scolari (2014) al comentarnos:

> La primera sala estaría dedicada a las formas de expresión oral. Imaginemos un espacio semioscuro con sonidos que brotan de las paredes, desde las primeras expresiones más guturales hasta las complejas historias de amor o de guerra que se repiten de generación en generación. La segunda sala debería estar dedicada a las formas narrativas gráficas, desde la más ancestrales (Altamira) hasta las más contemporáneas (las graphic novels de autor que se venden en las librerías de nuestras ciudades junto a preciosos volúmenes dedicados al diseño y la arquitectura). Una sala –sin duda la más grande de nuestro museo- se ocuparía de la narrativa escrita. En esta sala el visitante podría ver textos originales colocados en vitrinas con baja iluminación: la historia de Gilgamesh marcada en la superficie de tablillas de arcilla, los papiros que cuentan la corta vida de Neb-jeperu-Ra Tut-anj-Amón, más conocido por Tutankamón… hasta llegar a un volumen impreso en el taller de Juan De La Cuesta a finales de 1604: El ingenioso hidalgo don Quijote de la Mancha. Las últimas salas de nuestro museo imaginario de la narrativa no tendrían paredes, sino pantallas. Pantallas cinematográficas, pantallas televisivas, pantallas interactivas…, cada una contando historias a su manera. En una pared, Citizen Kane, en otra, Breaking Bad y, ya en las fronteras de la sala, Grand Theft Auto V. Esta que acabo de definir sería la planta baja del Museo de la Narrativa. Abierto 24/7. Todos los días del año. No podemos dejar de contar. (p. 71)

Somos homo fabulators

Seguimos hablando de narrar, pero ahora pensando en los sujetos que dan vida a la narrativa, es decir nosotros, los seres humanos. Desde esta perspectiva los estudios en el campo de la evolución señalan la importancia de la narrativa en la vida del Homo Sapiens, ya que las competencias narrativas se ubican entre las ventajas competitivas que permitieron la supervivencia de nuestra especie (Scolari, 2013). Una especie que desarrolla la capacidad de ficcionalizar puede imaginar escenarios futuros, prever situaciones críticas, construir hipótesis y prepararse de antemano. Los humanos siempre contamos historias. Las

contamos durante milenios de forma oral, después a través de las imágenes en las paredes de roca, más adelante por medio de la escritura y hoy mediante todo tipo de pantallas. "Más que Homo sapiens somos Homo Fabulators. A los humanos nos encanta escuchar, ver o vivir buenos relatos" (Scolari, 2013, p. 17).
Entonces, algo tan profundo y necesariamente humano como contar historias, en su devenir va configurándose de diferentes formas, gracias a diferentes momentos socio-históricos en los que el desarrollo tecnológico se constituye como un nuevo magma en las que las formas de contar historias se materializan para existir y desparramarse en los distintos ecosistemas de la comunicación. Sin entrar en polémica y siendo conscientes que el debate sobre la periodización se encuentra abierto, tomamos de Carlón (2016, p. 28) la distinción que realiza en tres grandes eras:

- Una Pre-Mediática, que se origina en la Antigüedad y llega hasta la emergencia de los medios masivos.
- La era de los Medios de Comunicación Masiva.
- La del nuevo sistema de mediatización convergente (y divergente) con base en Internet.

Hoy, el nuevo magma, originado del proceso de erupción de las tecnologías digitales y los avances en telecomunicaciones consigue acelerar el ritmo de las transformaciones en el ecosistema de medios, modificando los procesos de producción, circulación y consumo de contenidos. Ciertamente, la web ha sido el motor dinamizador de las mutaciones más profundas; así como los dispositivos móviles influyeron directamente sobre procesos de convergencia y divergencia en el entorno (Lovato, 2016).
Nuevamente es necesario contemplar lo anticipado por Negroponte (1995) para entender nuestros tiempos:

> A partir de la digitalización, aparecerán contenidos nuevos, nuevos competidores, nuevos modelos económicos y, probablemente, una nueva industria integrada por proveedores de información y de entretenimientos. (p. 25)

Transmedia

La construcción de este nuevo término, "transmedia", aunque muchos crean lo contrario, proviene del siglo pasado y no fue originado en el campo de la comunicación. Sino que fue un músico, Stuart Saunders Smith, un compositor e instrumentista estadounidense, quien lo utilizó a partir del año 1975 para referirse a una metodología de composición por consenso. Las obras transmedias de Saunders Smith funcionaban como un conjunto de notaciones dispuestas para que los artistas pudieran convertirse en co-compositores de la obra (el espíritu abierto y colaborativo del transmedia estuvo presente en el origen del término).
En el campo de la comunicación, quien lo adoptó fue Marsha Kinder en 1991, para explicar con el término transmedia, los fenómenos de intertextualidad complejos en la industria mediática del entretenimiento infantil (Lovato, 2016).
En 1995, en la descripción de los nuevos medios que nacían con la era digital, se hablaba de "hipertexto, un término que describe la narrativa interconectada o la información encadenada", en esos tiempos se pensaba en los nuevos contenidos de la siguiente manera:

> Hay que imaginarse la estructura del texto como un complejo modelo molecular. Se pueden reacomodar trozos de información, ampliar oraciones y dar al momento las definiciones de las palabras. Estas interconexiones pueden ser incluidas o bien por el autor en el momento de la "publicación" o, más adelante, por el lector, cuando este lo considere oportuno. (Negroponte, 1995, p. 77)

Así, va tomando cuerpo lo transmediático y en la primera década del siglo XXI, los productores de contenidos intentan moverse en un escenario endeble, caracterizado por la ausencia de certezas y lejos del amparo de los paradigmas estables de la modernidad, intentan adaptarse a los nuevos hábitos de consumo, interactividad y participación de las audiencias -atravesados por procesos de convergencia tecnológica, económica, social cultural y global (Jenkins, 2008)- en las que los usuarios se mueven en medio de un complejo sistema multiplataforma, donde los soportes y formatos se reconfiguran cotidianamente.

En este contexto, las experiencias narrativas de ficción asumen formas transmediales de comunicación. También estas transformaciones se encarnan en los contenidos de la no ficción, es decir lo infomativo-periodístico-documental que son los relatos que procuran "representar e interpretar la realidad".

Para enriquecer estas construcciones teóricas, siempre en movimiento, siempre construidas; también nos referimos a Linda Hutcheon, una investigadora canadiense de la Universidad de Toronto, cuyas obras más importantes son *Poética del Posmodernismo*; *Una teoría de la parodia* y su más reciente, *Una teoría de la adaptación*, la cual es de interés para este desarrollo conceptual.

De la lectura de interesantes entrevistas a esta autora, podemos extraer importantes conceptos, que si bien no utiliza la misma nomenclatura (narrativa transmedia), sino habla de adaptación de distintas obras, se evidencia que desarrolla criterios a tener en cuenta en la construcción del relato transmediático, "para que una adaptación tenga éxito como adaptación, como mínimo debe sostenerse como una obra autónoma y plenamente independiente y a la vez ha de guardar una relación que sea reconocible con el texto adaptado" (Hutcheon, 2012). Al mismo tiempo, sostiene que "este fenómeno ha estado como nosotros desde hace mucho tiempo. Las personas siempre han vuelto a contar historias, es la naturaleza de la imaginación narradora".

Por último, es valioso destacar, algunas novedades que figuran en la segunda edición del año 2012, de Una teoría de la adaptación, donde incluye la llegada de los nuevos medios en una nueva sección. Aquí la autora contempla los cambios aparecidos por el arribo de los dispositivos digitales móviles (teléfonos inteligentes, tablets, etc.) los cuales dan lugar a nuevas plataformas y adaptaciones en *YouTube*, *Facebook* y *Twitter*. Aquí señala: "La cultura fan ha explotado y con ella llegan más y más adaptaciones de nuestras historias favoritas". La autora plantea que a los modos ya conocidos de adaptaciones, contar (*telling*) y mostrar (*showing*), se le suma interactuar (*interacting with*).

Es entonces, en este último tipo de adaptación, donde se puede visibilizar esta "evolución" de la que hablábamos al inicio, en la manera o forma de construir un relato, a través del modo interactivo e inmersivo que ofrecen los dispositivos digitales móviles, a través de los videojuegos, instalaciones de artes interactivas, websodios, etc. Lo interesante es que la autora advierte que "los cambios en esta gramática sugieren que es algo diferente, tanto en lo físico como en lo cognitivo", así se refiere a las nuevas formas de adaptación en el mundo "transmedia".

Es importante aclarar, que aunque nos parezca algo novedoso, la narrativa transmedia siempre existió. Respecto a esto, Scolari (2013) nos recuerda:

> ¿Acaso Superman no es una narrativa transmedia creada en los años 30? Pocos años después, las aventuras del hombre de Criptón se podían consumir en cómics, cine y radio. ¿Y qué decir del universo imaginado por Walt Disney hace casi un siglo, que se ha expandido al cine, al cómic, a la televisión, a los videojuegos, etc. hasta llegar a los parques temáticos de atracciones en distintas partes del planeta? ¿Y las religiones?; ¿Cómo fueron construidas y narradas hace más de dos y/o cinco mil años y más?. (p. 29)

Más cerca, en el Río de la Plata, recordemos los populares Titanes en el Ring, expansiones desde el programa televisivo a juguetes, figuritas, películas y hasta miniaturas en los chocolates Jack de Felfort. Todo esto, fue una narrativa transmedia. Es decir, que no son un fenómeno típico del siglo veintiuno, existen desde el inicio de nuestra historia.
Para dejar más claridad a los conceptos planteados, podemos nombrar una narrativa nacida en volumen manuscrito que se ha expandido a otro medios (pinturas, esculturas, vitrales, íconos, exvotos, etc.) y, con el correr de los siglos, ha ido incorporando contribuciones de los usuarios, desde relatos de apariciones hasta historias de mártires, santificaciones y milagros. Sí, hablamos del relato cristiano, una narrativa transmedia que desde hace más de veinte siglos viene expandiéndose por diferentes medios y plataforma de comunicación.

De consumidores a productores: prosumidores

Aquí sí hay novedades, las viejas audiencias televisivas o cinematográficas, al igual que los lectores tradicionales de cómics o novelas, se conformaban con consumir su producto favorito y, en el mejor de los casos, aspiraban a organizar un club de fans para festejar a sus personajes o autores preferidos. Scolari (2013, p. 27) en su libro recupera lo planteado por Jenkins “algo ha cambiado en las últimas décadas, sobre todo desde la llegada de los procesos de digitalización y la difusión de la *World Wide Web*: algunos consumidoras/es se convirtieron en prosumidoras/es (productores + consumidores)”.
Hablamos del abandonado de la pasividad por parte del espectador, entendida esta como el trabajo interpretativo a partir de un texto que el emisor ponía a disposición a determinada hora en un medio de comunicación concreto. “Las nuevas audiencias están capacitadas para lidiar con textualidades muy complejas, con decenas de personajes y que se despliegan a través de muchos medios y plataformas” (Scolari, 2013, p. 223). Actualmente, ver la televisión implica una larga serie de prácticas que poco tienen que ver con ver con el consumo tradicional en el salón de casa, típico del siglo pasado. Hoy, algunos receptores van más allá del consumo y se convierten en productores de nuevos contenidos (prosumidores) bajo la bandera del remix y la postproducción. Gracias a la digitalización de los contenidos, hoy resulta muy fácil manipular textos y redistribuirlos a través de plataformas como *YouTube* o *Facebook*.
Si bien es cierto que gracias al contexto mediático y a las transformaciones tecnológico digitales se ve favorecida la producción de contenidos por los consumidores, también es menester mencionar que estamos frente a un cambio de actitud por parte de la nueva generación de consumidores mediáticos, ya que se vislumbra como algo natural la apropiación de los contenidos y la posibilidad de poderlos modificar y volver a ponerlos en circulación. Son las/os prosumidores los que se apropiarán de un mundo narrativo y lo

extenderán creando nuevos personajes y aventuras, creando textos breves como falsos avances, parodias o recapitulaciones de pocos minutos.
Esta nueva figura, la/el prosumidor, tiene la posibilidad de saltar de un medio a otro, para continuar y/o complementar el relato. Así es que los personajes y sus mundos narrativos, a menudo caen en las manos de sus destinatarios, receptores, lectores, televidentes, usuarios para seguir expandiéndose de un medio a otro, más allá de la intención de sus autores originales.
Este nuevo rol de las audiencias, claramente es una característica singular de las narrativa transmedia del nuevo milenio, las/os prosumidores se apropian de sus personajes favoritos y de sus historias, expandiendo, comprimiendo, parodiando, etc. esos mundos narrativos alcanzados en los medios. Es decir, que los usuarios cooperan activamente en el proceso de desarrollo transmediático construyendo un complemento significativo al universo narrativo original. Ya sea escribiendo una ficción y colgándola en el Fandom de una serie, grabando una parodia, subtitulando y subiéndola a *YouTube*, interactuando con los personajes a través de sus redes sociales, creando objetos de cada serie e innumerables formas más. Las/os prosumidores del siglo veintiuno son activos y protagonistas militantes de las narrativas que las/os apasionan. Nos encontramos con un tipo de usuario que quiere formar parte de la historia y no consumirla de forma pasiva.
Frente a esta nueva realidad, es fundamental que los productores de una narrativa transmedia no vean a las/os prosumidores como una competencia o sujetos que les están robando los contenidos, sino que deben protegerlos, relacionarse con ellos, incluso darles herramientas para seguir expandiendo el relato y brindarles espacios donde puedan expresarse, los mundos narrativos se mantienen semiótica y comercialmente en vida gracias a la actividad de sus seguidores más fieles. Por eso hay que considerar la producción de contenidos a cargo de los usuarios. “Todo proyecto transmedia está obligado a proponer espacios de intercambio con la comunidad de fans y, llegado el caso, habilitar plataformas para que distribuyan sus contenidos” (Scolari, 2013, p. 225)

Narrativa transmedia

Cuando hablamos de narrativa transmedia, nos referimos al relato que se desarrolla a través de múltiples plataformas mediáticas, donde cada nuevo elemento en la estructura narrativa hace una contribución específica y valiosa a la totalidad de significado. Éstas, representan el último gran desafío para la industria de contenidos, jalonada por la explosión de los dispositivos móviles de consumo audiovisual de los últimos años.
Debido a que este concepto se construye en un escenario de distintas negociaciones semánticas, neologismos, simplificaciones en la traducción idiomática e invenciones que buscan ser originales e inéditas, es necesario establecer definiciones claras y orientadoras que lleven a entender cabalmente de qué hablamos cuando hablamos de narrativa transmedia.
Hablamos de compartir un campo semántico de un área abonada por académicos y productores en los que se destacan Brenda Laurel, Henry Jenkins, Jack Boumans, Jeff Gómez y Carlos Scolari, entre otros. Desde los estudios académicos fue Jenkins quien en el año 2003, en un artículo publicado en Technology Review, afirmaba “hemos entrado en nueva era de convergencia de medios que vuelve inevitable el flujo de contenidos a través de múltiples canales”.

Sin ánimo de realizar una definición exhaustiva, tomamos los criterios que nos presenta Scolari (2013, pp. 25-26) al referirse al experto en medios digitales Jak Boumans, quien nos hablar de cuatro criterios básicos para entender la forma de contar historias en este nuevo milenio:

1. La producción comprende más de un medio y todos se apoyan entre sí a partir de sus potencialidades específicas.

2. Es una producción integrada.

3. Los contenidos se distribuyen y son accesibles a través de una gama de dispositivos como ordenadores personales, teléfonos móviles, televisión, etc.

4. El uso de más de un medio debe servir de soporte a las necesidades de un tema/historia/objetivo/mensaje, dependiendo del tipo de proyecto.

Entonces, visualizamos nuevos espacios donde se apoyan los relatos, como plataformas múltiples, con una significativa presencia de la tecnología digital, en tanto como proveedora de un marco de diseño que incorpora los diferentes medios, por ejemplo: textuales o audiovisuales, plataformas virtuales, por ejemplo: chats, blogs, Youtube, redes sociales, grupos de discusión, etc., o sistemas de software, por ejemplo Linux o Windows, .gif o .jpeg. Sin olvidar que a estas plataformas digitales se agregan otras ya tradicionales, del milenio pasado, como la televisiva, la radiofónica o la telefónica. Aunque algunas, dependiendo de las características del destinatario, ya comienzan a estar en desuso.
Como señala en su reciente libro Fernández (2018):

> Hoy, todo aspecto de la vida social es susceptible de ser, en algún sentido, gestionado a través de plataformas mediáticas. Y ni siquiera esa gestión es, como creíamos hasta hace muy poco, producto exclusivo de las redes sociales: en las plataformas mediáticas, sobreviven y se transforman adaptándose fenómenos propios de los medios masivos o, en el otro extremo, sigue avanzando el reemplazo de la comunicación cara a cara en los intercambios entre individuos. (p. 15)

Reflexión y conclusión

Con lo expresado, y lo trabajado en forma presencial en la Escuela de Verano, queda claro que la narrativa transmedia nos acompaña desde el inicio de nuestra Historia como humanidad.
Entonces, al momento de entender la forma de contar historias en este nuevo milenio, pensamos en una producción que comprende más de un medio y todos se apoyan entre sí a partir de sus potencialidades específicas. Una producción integrada con contenidos que se distribuyen y son accesibles a través de una gama de dispositivos como ordenadores personales, teléfonos móviles, televisión, etc.; y el uso de más de un medio debe servir de soporte a las necesidades de un tema/historia/objetivo/mensaje, dependiendo del tipo de proyecto.

Con lo dicho, a los cuatro criterios básicos para entender la narrativa transmedia, es posible establecer y sumar, como singularidades y características en los últimos años, los siguientes dos criterios:

5. Se desarrolla, en su gran mayoría en plataformas digitales, con una significativa presencia de la tecnología digital móvil.

6. Estas plataformas y las características del ser humano actual, hacen que haya un rol activo y protagónico de la/el prosumidor con la expansión del relato.

Si bien está claro y es inevitable para muchos, que el proceso de mediatización avanza en todos los planos de la vida social y cultural, es pertinente reflexionar que todo el desarrollo tecnológico y los cambios de hábitos en el consumo y producción cultural, obedecen a necesidades y/o pretensiones de un mercado mundial, que no necesariamente busca establecer una mayor comunicación en la Humanidad. No por casualidad, la transmedia storytelling, inicialmente descrita por Jenkins, obedeció a una lógica comercial en la que el mismo universo narrativo actuaba en distintos medios, estimulando un flujo sinérgico y crossmedia del consumo. Tal como lo observa el Anuario Obitel 2014, "en la base de estos fenómenos, ya en la década de 1990, se encuentran los intereses de la industria del entretenimiento en diversificar e incentivar el consumo de sus productos incrementando la actuación en el mercado de los grandes conglomerados mediáticos" (Orozco y Vasallo de Lopez, 2014, p. 159).

Referencias bibliográficas

Carlon, M. (2016). *Después del fin: una perspectiva no antropocéntrica sobre la post-tv, el post-cine y Youtube (1era. ed.).* Buenos Aires: Crujía Editorial.

Fernández, J. L. (2018). *Plataformas mediáticas: elementos de análisis y diseño de nuevas experiencias (1era. ed.).* Buenos Aires: Crujía Editorial.

Hutcheon, L. (2012). *Entrevista extraída del sitio Heterocosmicas*. Recuperado el 31 de agosto 2018, de: http://heterocosmicas.blogspot.com.ar/2012/8/entrevista-con-linda-hutcheon.html

Jenkins, H. (2008). *Cultura de la convergencia.* San Pablo: Aleph.

Lovato, A. (2016). *Guión transmedia en narrativa de no ficción*. En F. Irigaray y D. Renó (comps.), *Transmediaciones: creatividad, innovación y estrategias en nuevas narrativas* (pp. 23-37). Buenos Aires: Crujía Editorial.

Negroponte, N. (1995). *Ser digital.* Buenos Aires: Editorial Atlántida.

Orozco, G. y Vassallo de Lopez, M. (Coord.). (2014). *Estrategias de producción transmedia en la ficción televisiva: anuario Obitel 2014*. Porto Alegre: Sulina.

Scolari, C. (2013). *Narrativas Transmedia: cuando todos los medios cuentan*. Barcelona: Deusto Ediciones.

Scolari, C. (2014). Narrativas transmedia: nuevas formas de comunicar en la era digital. *Anuario AC/E de cultura digital,* pp. 71-81.

Estrellas aparte. Subalternos en dos documentales del Río de la Plata

Stars apart. Subalterns in two documentaries of the Río de la Plata

Federico Pritsch[108]

Resumen

¿Cuál ha sido el lugar de los sujetos subalternos en la producción cinematográfica de Uruguay y Argentina en los últimos 15 años? ¿Cómo han sido representados? ¿Han participado de alguna forma como sujetos de enunciación de obras cinematográficas? En este artículo intentaré responder algunas de estas preguntas —que son el eje del proyecto de investigación "Cine y subalternidad en el Río de la Plata del nuevo milenio" que llevo adelante— a partir del análisis comparativo de dos películas documentales: *Aparte* (Mario Handler, 2003) y *Estrellas* (Federico León y Marcos Martínez, 2007). Centraré dicho análisis en sus dimensiones narrativas, estéticas y de significación vinculadas al lugar que ocupan los subalternos como sujetos representados así como sus diferentes modos de participación en la obra. Además de un análisis fílmico, tomaré en cuenta información secundaria de artículos de prensa y académicos sobre estas películas, así como entrevistas a los realizadores.

Palabras-clave: cine, subalternidad, representación, participación, enunciación

Como constructor de significaciones sociales, el cine constituye un campo de disputa por la concepción del mundo y la interpretación de la realidad —y con ello la posibilidad de transformarla—. Los sectores populares y subalternos —aquellos que se encuentran en una posición "inferior" en la relación de poder de la sociedad— han visto su lugar en la cinematografía limitado al de espectadores o al de sujetos representados, y han sido pocas las veces en que se han encontrado como sujetos de enunciación. Como consecuencia, la construcción en el cine de sus concepciones del mundo quedan resignadas a la mirada otros, o al menos mediadas por otros, lo cual presenta una dimensión política significativa en la medida que silencia las voces/miradas de los sectores menos favorecidos mientras privilegia las de las clases dominantes.

Cine y subalternidad

Las culturas populares no pueden definirse por sus características propias, sino por oposición a la cultura dominante, "*como producto de la desigualdad y el conflicto*" (García Canclini, 1987, p. 27). Hall advierte que por su complejidad y heterogeneidad, es imposible definir al pueblo por lo que "hace" en una sola categoría y por eso el principio estructurador de lo popular son "las tensiones y las oposiciones entre lo que pertenece al dominio central de la cultura de élite o dominante y la cultura de la 'periferia'" (Hall, 1984).

[108] Licenciado en ciencias de la comunicación (Udelar), docente de la Facultad de Información y Comunicación (Udelar). Email: federico.pritsch@fic.edu.uy

Pablo Alabarces y Valeria Añón (2016) proponen una definición de *lo popular* como *subalterno*. Explican que el sujeto subalterno es difícil de delimitar, no es una sola cosa, se trata de un sujeto que de alguna manera se relaciona con la negación de alguno de los derechos humanos entendidos en sentido amplio.

Siguiendo el planteo de Gayatri Spivak (1998), la propia definición de subalterno consiste en que no tiene valor dentro de los códigos socio-culturales dominantes, puede hablar, pero su mensaje no hace eco, no disputa sentidos, no molesta. Pero partiendo de la propuesta de Alabarces y Añón, podemos pensar que más allá de sus limitaciones, también es posible encontrar resistencias y procesos contrahegemónicos dentro de la subalternidad.

Algunos autores (Eljaiek-Rodríguez, 2013; Palma, 2008; Canedo, 2009), en su análisis del Nuevo Cine Argentino, consideran la representación de la marginalidad realizada en diferentes películas como paternalista, desde una relación de dominación y que en muchos casos refuerza los imaginarios que la sociedad ya tiene sobre esos grupos sociales.

Luis Duno-Gottberg y Forrest Hylton analizan la película *Rodrigo D* (Víctor Gaviria, 1990) identificando formas de representación de la subalternidad diferentes a películas que consideran más alejadas de la perspectiva marginal en sus puntos de vista. El cine de Víctor Gaviria coincide con la tradición discursiva del denominado *Nuevo Cine Latinoamericano*[109] en su voluntad realista y el deseo de incorporar a los sujetos socialmente relegados y movilizar la conciencia del espectador (Duno-Gottberg, 2008, p. 264). Pero también toma una posición diferente al del intelectual de los años 60 y 70, en la que se deja ver un tránsito del “compromiso con lo popular” hacia una “relación con lo subalterno” (Duno-Gottberg, 2008, p. 265). Gaviria desplaza la centralidad que tenía el intelectual en el *Nuevo Cine Latinoamericano* como "guía de una masa alienada" y plantea su labor en términos de un diálogo, en el que el director no se hace pasar por el Otro sino que se compromete a producir "un espacio donde sujetos subalternos articulen su propio discurso" (Duno-Gottberg, 2008, pp. 265-266).

En una línea similar, Cristian León desarrolla el concepto de *cine de la marginalidad*, al que vincula con la nueva generación de cineastas latinoamericanos que irrumpió en los 90 a partir de la crisis y el agotamiento del discurso de la modernidad en la enunciación cinematográfica (León, 2005). Esta generación desarrolló nuevas formas de enunciación que retratan al subalterno *como es* y no *como debería ser* desde la mirada de la intelectualidad. A partir de los dos sentidos etimológicos de la palabra *representar* advertidos por Spivak, en el cine de la marginalidad la representación está más en el sentido de *retratar* que en su sentido político de *hablar por* (León, 2005, p. 81).

Si bien el cine de ficción cuenta con varias obras en las que se ha construido una forma enunciativa colectiva que incluyó los puntos de vista de sujetos subalternos en procesos participativos, es quizás en el cine documental donde ha habido mayores puntos de encuentro, y donde —por sus potencialidades para una realización con menores costos materiales— han emergido realizadores subalternos.

Resulta valioso presentar algunas consideraciones de Bill Nichols sobre las implicancias en la relación entre quien filma y quien es filmado, y las particularidades éticas del documental respecto a la ficción en este sentido. Nichols señala que a diferencia de la ficción, el documental aborda el mundo *en que vivimos* y no el *imaginado*, por lo que presenta una diferente relación con el sujeto representado, así como diferentes expectativas para el

[109] La idea de "cine imperfecto" en Cuba (Julio García Espinosa), "estética del hambre" en Brasil (Glauber Rocha), "tercer cine" en Argentina (Fernando Solanas y Octavio Gettino), "cine junto al pueblo" en Bolivia (Jorge Sanijnés), entre otras teorías del discurso cinematográfico.

público (Nichols, 2013, p. 13). En el documental, los sujetos representados tienen una vida más allá de lo que vemos en la película, por lo tanto las cuestiones éticas son diferentes que en la ficción (Nichols, 2013, p. 120).

Nichols propone una taxonomía de seis modos del cine documental a partir de sus diferentes herramientas enunciativas y las relaciones entre documentalistas, sujetos representados y público: *poético, expositivo, observacional, participativo, reflexivo* y *expresivo*[110].

El autor considera que el *modo participativo* —caracterizado por la interacción del cineasta con sus sujetos— otorga un lugar privilegiado de enunciación colectiva (Nichols, 2013, p. 209). Con su apuesta al encuentro entre realizador y sujeto, se posiciona políticamente desde un lugar que pretende hacer emerger la voz/mirada del sujeto, y que por lo tanto abarca una enunciación que lo incluye.

> Podemos ver y escuchar al cineasta actuar y responder ahí y en ese momento, en la misma arena histórica que la de los sujetos de la película. […] Vemos cómo el documentalista y el sujeto negocian una relación, cómo actúan entre sí, qué formas de poder y de control entran en juego, y qué niveles de revelación o de acuerdo surgen de esta forma específica de encuentro. El cinéma-vérité revela la realidad de lo que ocurre cuando la gente interactúa en presencia de la cámara. (Nichols, 2013, p. 211-212)

En el caso del *modo observacional*, se torna más difícil presentar el límite respecto al lugar de enunciación de los sujetos representados. Este modo, asociado generalmente al *cine directo*, se propone invisibilizar al documentalista como si fuera “una mosca en la pared” y presentar los sucesos en tiempo presente como si fuera una ficción, pero sin reconstrucciones sino mostrando las acciones tal cual transcurren ante la cámara. Aunque el hecho de ser un documental y que sepamos que se trata de personas reales más allá del marco cinematográfico, implica que el espectador lo tome diferente. Surgen en este modo algunas consideraciones éticas sobre la naturaleza del consentimiento informado y lo que implica exponer la vida de otros, así como el debate sobre qué tanto los hechos sucederían de esa manera si no estuviera la cámara presente, siendo que si bien esta se invisibiliza como artilugio al espectador, no se oculta a las personas, que se saben filmadas (Nichols, 2013, p. 201-206).

A continuación, propongo un análisis de dos documentales de los años 2000 de Uruguay y Argentina, que tienen como tema central la subalternidad. Me interesa indagar especialmente las formas de representación de los sujetos en ambos casos, así como el tipo de participación que estos alcanzan en la construcción enunciativa de cada obra.

Sujetos aparte

Aparte (Handler, 2003) retrata la vida de una serie de jóvenes de la periferia montevideana, al margen de la sociedad "integrada", enfrentados a la resolución de necesidades básicas, en conflicto con la ley y con expectativas de una situación mejor que nunca parece llegar. Durante un año y medio, Handler siguió totalmente solo con su cámara la vida cotidiana de Carina, quien ejerce la prostitución junto a su madre, su hermano menor Neno, encerrado en más de una oportunidad en el Centro de Detención de Menores, y Milka, una madre

[110] Se trata de una taxonomía que Nichols reformula respecto a las cuatro categorías que desarrolló años atrás en su libro *La representación de la realidad* (1997).

adolescente soltera que pelea por la tenencia de su hija, mientras intenta sobrevivir de lo que encuentra en la basura y vende en la feria.
Handler es un cineasta e intelectual de reconocida trayectoria, docente universitario, sexagenario en el momento de la filmación, que podríamos ubicar en las antípodas de los sujetos que retrata, inmersos en una situación de marginalidad profunda, económica, social y cultural. Al respecto, el director ha señalado esta condición y ha caracterizado su método de filmación y relacionamiento con los sujetos de la película de la siguiente manera:

> Me presento, no oculto quién soy, ni trato de vestirme como ellos, ni hablo en su dialecto, digamos, y no disimulo nada, no disimulo que formo parte de una condición más elevada, es evidente, soy profesor universitario, que he hecho películas, que he viajado, que he leído libros, no disimulo, entonces se empieza a producir una relación que lleva tiempo, y ese tiempo hay que aprovecharlo relacionándose, compartiendo cosas, pero sin llegar al extremo de declarar que uno está inmerso allí […] No adulo. Me he peleado muchísimo. Me he puesto a decir: 'No, eso que decís no es verdad" y nos ponemos en un plano de igualdad en esa parte, pero es una igualdad irreal porque tengo tres veces más edad que la mayoría de esos jóvenes. (Handler en Caro Berta, 2006)

Si bien en *Aparte* prevalece la modalidad observacional, que muestra las acciones de los personajes sin entrevistas ni intervención directa del director dentro de la escena, la figura del autor atraviesa todo el relato, sobre todo a través de un complejo trabajo de montaje, que a partir de fragmentos de los diferentes personajes va generando un sentido desde su propia mirada.
Al analizar la película, podríamos identificar cuatro grandes dimensiones o recursos que se desprenden de las diferentes escenas que van construyendo —con un arduo ejercicio de montaje— un sentido final:

a) *Dimensión narrativa*: aquellas escenas o secuencias en las que se desarrolla el conflicto de los protagonistas: Milka y su pelea por recuperar la tenencia de su hija, el conflicto con su pareja, la necesidad de supervivencia entre la basura y la venta de objetos encontrados; Neno y su conflicto con la ley, Carina, la prostitución y sus sueños de salir adelante, la sombra de su hermano que muere en prisión y el sentimiento de culpa que relata en la escena final; Cristian, su angustia en la cárcel, posterior salida en libertad y viaje al exterior.

b) *Choque cultural*: elementos que rompen la lógica y la sensibilidad de las clases medias y altas, principal público de la película. Estos choques parecen crecer en intensidad de forma progresiva a lo largo de la obra. Estos recursos no necesariamente forman parte de la narración central en cuanto progresión del conflicto de los protagonistas. Podemos mencionar dentro de esta dimensión (sin pretender ser exhaustivos): niña bailando cumbia villera; relato sobre la cárcel; menores consumiendo marihuana; filmación de Carina por parte de su novio; Milka "requecheando" en la basura; hombre inhala pegapren; Milka y novio consumen cocaína; niño maltrata gato; adolescentes relatan los homicidios por los que están presos; adolescentes se cortan los brazos dentro del Centro de Detención.

c) *Contrapuntos subalterno-hegemónico*: este aparece como otro de los recursos repetidos a lo largo de la película, contrapunto que parece ser el tema central de *Aparte*: el choque entre el mundo subalterno/marginal, y la sociedad hegemónica. Ejemplos de esta dimensión son la escena en que Milka asiste con su hija al Estadio Centenario a un festival de música tropical, que comienza con el himno nacional, recordándonos la idea de nación unida y al

mismo tiempo mostrándonos las diferencias y distancias. Aún más evidente es la escena en la que mientras Carina se peina y maquilla frente a espejo con su hijo alrededor jugando con un autito, suena desde una radio el spot institucional de Montevideo Shopping, que con alegre melodía reza "viví tus fantasías / hacelas realidad / lo que siempre soñaste / lo puedes disfrutar". Instante seguido pasamos a la escena en la que Carina se prostituye, resignificando lo anterior y conectando con el spot de forma amarga. El contrapunto parece decirnos que hay sueños y fantasías que no se pueden cumplir para algunos, sumergidos en la miseria, marginados de esa sociedad “integrada” a la que apunta el spot. Muestra de este recurso también son la escena en la que adolescentes presos fuman mientras miran la tele desde la que oímos el mensaje institucional del canal deseando un feliz año nuevo con la melodía de "Soy celeste" (nuevamente la idea de nación unificada como contraste). En estos casos, el montaje funciona con una potente dialéctica entre dos mundos: el subalterno y el hegemónico. Estos recursos tienen un sentido que se acerca a los elementos de choque cultural mencionados, aunque tienen un énfasis mayor en la oposición de esas dos culturas en la propia diégesis de la película, mientras que en el caso anterior la oposición está más bien en relación a la cultura implícita del público.

d) *Dimensión reflexiva*: si bien el documental es primordialmente observacional, tiene una serie de escenas que —aunque menores— lo trascienden y que dejan entrever una intervención interactiva del realizador que habilita espacios donde los protagonistas reflexionan, tanto sobre sus perspectivas y situaciones como sobre el propio dispositivo de filmación del que están siendo parte. Es así que vemos a Mary —madre de Carina y Neno— preguntándose por el interés de Handler en filmar todo lo que hacen; la secuencia en que Carina, Mary y Neno van al cine a ver *En la puta vida*, y tras la proyección la comentan y reflexionan sobre sus propias vidas; una de las escenas finales de Neno, en la que volvió a quedar detenido y habla ante cámara prometiéndose cambiar y ayudar a su madre; o la escena final "En lo de Handler", en la que Carina y su amiga pasan la noche en la casa del propio realizador y culmina con la protagonista con una mezcla de sentimientos de amor hacia su novio preso, y de angustia por su hermano muerto. Esta última escena en particular, así como la decisión de incluir escenas filmadas por los propios protagonistas, nos aparta de una modalidad observacional pura, y deja entrever un vínculo implícito entre realizador y sujetos, aunque se evite incluir en el montaje la voz o presencia del director.

La modalidad observacional de la película, la no búsqueda de diálogo o de generar puentes para la comprensión de dos culturas tan alejadas, presenta una mirada por un lado de una intimidad sorprendente hacia la vida de los protagonistas, pero al mismo tiempo de cierto distanciamiento, de actitud voyeurista, donde uno mira (clase dominante) y el otro es observado y expuesto (el subalterno). La lente “ojo de pez” con la que comienza la película entrando a la casa de los protagonistas de alguna manera coloca en esa posición, de espectadores invitados a ver una realidad Otra desde la comodidad de la butaca. El uso —aunque limitado— de escenas filmadas por los propios protagonistas, así como la escena final, de algún modo pueden interpretarse como una ruptura frente al enfoque anterior, que da cuenta de la confianza generada entre realizador y sujetos, y puede redireccionar la intención de no intervención directa del realizador como forma de respeto hacia el Otro, de representarlo *tal cual es*, sin buscar ni pedir explicaciones ni ponerlo en relación al sujeto hegemónico que lo filma/observa de forma directa.
Varios aspectos en relación al vínculo entre director y sujetos suscitaron importantes polémicas en la prensa en el momento de exhibición de la película en salas. Se generó una

opinión pública dividida entre quienes la defendieron como representación de una realidad oculta, que no se quería mostrar en los medios de comunicación masivos, y aquellos que criticaron la supuesta manipulación de algunas escenas o el hecho de mostrar sólo los aspectos negativos de la marginalidad (Cerchari, 2003). Las polémicas se hicieron aún más fuertes cuando algunas Organizaciones No Gubernamentales denunciaron el pago de Handler a los protagonistas a cambio de generar acciones para el documental.

En conferencia de prensa, Handler negó haber producido situaciones irreales, y la productora Irene Gonçalvez aclaró que, así como en ficción es una obviedad que los actores cobren por su trabajo, en los documentales es una posibilidad que se le pague a los protagonistas por el tiempo que implica participar en una producción de este tipo. Handler señaló que el dinero fue usado de forma compensatoria y representó cerca del 11% de su presupuesto (Cerchari, 2003).

Las autoridades del Instituto Nacional de Menores afirmaron que el director abusó de la confianza e invadió la privacidad de los internos, e hicieron referencia al artículo 129 del Código del Niño, que prohíbe revelar la identidad de menores que hubieran cometido delitos, más allá de que hubiesen permitido entrar a Handler con su cámara.

Enrique Buchichio afirmaba en un artículo que *Aparte* no muestra nada novedoso acerca de lo que ya sabemos del mundo marginal, reforzando todos los estereotipos que la sociedad ya tiene sobre ese sector de la sociedad, reduciendo a unos pocos momentos aquellos humanizantes (Buchichio, 2003). También discute la idea soslayada por la placa al final "vivieron frente a cámara", a la que acusa de pretender aparentar la realidad *tal cual es* desconociendo el propio dispositivo y los condicionamientos y recortes que implica.

El hecho de que muchas escenas hayan sido influenciadas por las propias circunstancias del dispositivo de filmación o fueran resignificadas en el montaje, son propias de cualquier documental desde sus propios orígenes. Tal vez la placa final o las propias estrategias de difusión en la que se presentaba la película con la frase "este es el Uruguay, lo que ves es lo que hay" puedan ser exageradas al pretender un sentido de realidad que parece olvidar la mediación de la mirada del dispositivo, aunque son razonables como valor diferencial y promocional de una película que cuenta con lo que algunos autores han llamado como "huellas de lo real" (Duno-Gottberg, 2008).

En cambio, sí podríamos analizar que el tipo de representación que se propone sobre lo marginal termina resaltando el imaginario que la sociedad ya tiene sobre ese mundo, reforzando los estereotipos de los medios masivos y la mirada hegemónica. Si bien es probable que para una parte importante de la sociedad no fuera una realidad tan conocida, dado el escándalo y asombro por algunas de las escenas, el enfoque de *Aparte* no deja margen para pensar las causas ni imaginar alternativas a la realidad que retrata. Este factor constituye una mirada distópica y al mismo tiempo evita posicionarse desde un lugar paternalista: se podría pensar que el hecho de no intervenir ni confrontar con los protagonistas implica también respetar su accionar y sus miradas, no juzgarlos. Aunque la forma en que la que opera el montaje con un énfasis fuerte en las dimensiones de choque cultural mencionadas, terminan de posicionar a los sujetos de *Aparte* como un otro apartado de la sociedad.

La escena "En lo de Handler", que es el final del cual partió el director para generar la estructura en el montaje (Concari, 2012), de alguna manera acerca al realizador a los sujetos representados. Ya no es el sujeto de clase media que va hacia el asentamiento donde viven los marginales, sino que estos a su vez ingresan a su propia casa, se rompen ciertas fronteras y se denota un vínculo de confianza. Quizás el corte de esa escena es un tanto

ambiguo, (por ejemplo, Handler filmando a mujer en la ducha) y ese indicio de vínculo y confianza puede llegar a confundirse con una relación desigual de poder, en el que el cineasta podría estar "aprovechándose". Handler ha aclarado cómo se terminó dando la filmación de esa escena, que no fue planificada de antemano (Concari, 2012), pero en la película misma puede dar lugar a otras interpretaciones.

El método de filmación hombre-cámara de alguna manera es un elemento de honestidad y coherencia ética y estética. No se trata de una superproducción que desembarca al asentamiento, sino de un hombre que tiene un proyecto creativo y pone cuerpo y cabeza. Pero el vínculo generado con los principales protagonistas no es el mismo con personajes circunstanciales muchas veces expuestos en situaciones comprometedoras (consumo de pegopren, cortes autoinfligidos, declaración de delitos, etc.).

En quizás este uno de los puntos que más se podrían cuestionar en términos éticos: la exposición de las personas, en muchos casos menores de edad, que deberán enfrentar las consecuencias de tal exposición más allá de la película, cuestión central en el cine documental. A diferencia de la ficción, la vida de los protagonistas continúa una vez terminada la película, y la exposición que ésta genera puede tener consecuencias muy negativas para su futuro. La pregunta central que debería recorrer esta reflexión es el grado de consentimiento que tuvieron quienes participaron en el documental. Éste parece bastante claro para aquellos protagonistas con los que el cineasta ha construido un vínculo en un proceso de varios años, pero resulta menos evidente cuando se trata de personajes ocasionales, o cuando se trata de adolescentes en un Centro de Detención.

La diferencia ficción-documental es fundamental en este caso. En *Rodrigo D*, si bien muchos actores encarnaban sus propios papeles (y varios de ellos murieron antes de que se llegara a estrenar la película o pocos años después), el manto de la ficcionalización como contrato con el espectador preserva la exposición real de la persona.

"¿Acaso los villeros no tenemos derecho a tener marcianos?"

Estrellas (Federico León y Marcos Martínez, 2007) se centra en el trabajo y las reflexiones de Julio Arrieta, como nexo entre las productoras de cine y televisión y la Villa 21 del conurbano bonaerense, donde él vive. En un contexto marcado por la crisis económica y social en el que la producción cinematográfica —en particular el Nuevo Cine Argentino— así como diferentes series y programas de TV se centraron en la marginalidad como tópico (Canedo, 2009), Julio armó un grupo de teatro y utilizó sus contactos de pasado militante peronista para acercar a las productoras al barrio poniendo a disposición actores "portadores de cara" (en sus palabras) y locaciones reales, generando fuentes de trabajo para la Villa y la posibilidad de apostar por la creación cultural en un territorio en el que ésta no parece ser un horizonte de posibilidad.

El documental registra como acontecimiento transversal la filmación en la Villa de la película de ciencia ficción *El Nexo* (Sebastián Antico, 2007), inspirada en un cuento escrito por Julio, y con su protagonismo como actor y como productor/facilitador.

> JULIO. "*Es muy fácil robar una imagen de un chico con los mocos colgando o una mujer con los pies sucios; eso pasa todos los días*".

Señala, por otra parte, que nunca se muestran las villas desde la ciencia ficción.

> JULIO*. "¿Adónde está escrito que no puede haber extraterrestres en la villa?"*

Este enfoque novedoso de *El Nexo* constituye la excusa para que Federico León y Marcos Martínez construyan una obra que pone el foco en la reflexión sobre la representación del subalterno en el cine.
La película está contada siempre desde Julio. Si bien el equipo realizador es externo a la Villa, el protagonismo de Julio es construido en base a su discurso, sus proyectos y acciones. El protagonista da de por sí elementos de reflexividad sobre el problema de la representación de la marginalidad en el cine y la TV en Argentina, aunque la mirada de los autores se hace notoria por el cuidadoso trabajo de montaje y por la inclusión de escenas ficcionadas que, siendo respetuosas con el punto de vista de Julio, le dan a su historia particular una trascendencia reflexiva mayor. El montaje es muy efectivo en trabajar los contrapuntos que aparecen como conflicto central: el mundo hegemónico y la cultura villera subalterna. La película es una reflexión sobre el encuentro de esas dos culturas y cómo una ve y necesita a la otra.
De alguna manera, los realizadores cumplen un rol de mediadores en el que generan una obra que incluye a Julio como un constructor relevante en su punto de vista. Si bien el corte final pertenece al equipo realizador, hay un tratamiento que da lugar a que Julio se presente como el principal enunciador de la obra, si bien también aparecen los intereses más reflexivos y universalistas de los directores.
Del análisis de la película, podemos identificar los siguientes recursos utilizados por los directores como estrategia narrativa y estilística:

a) *Entrevistas a Julio Arrieta.* Este recurso habilita la palabra del protagonista que a través de la descripción de su trabajo, anécdotas y reflexiones, articula un discurso sobre su práctica que se contrapone al modelo hegemónico de representación de la marginalidad.

b) *Material de archivo.* Presencia en programas de TV en los que Julio y su Grupo de Teatro son entrevistados en relación a su labor; ceremonia de premiación de los Martín Fierro donde Julio recibe el premio a Mejor Director de TV en nombre de Adrián Caetano, galardonado por la serie *Tumberos*; trailer de *El Nexo* donde se ven fragmentos de escenas que previamente se mostraron “detrás de cámara” en ensayos y rodaje; fragmentos de producciones en las que participaron (proyectadas en el Festival CineVilla, que organiza Julio para acercar al barrio a la producciones allí realizadas).

c) *Escenas ficcionalizadas.* Este tipo de recursos es un diferencial de *Estrellas* respecto a un formato de reportaje documental más clásico. De hecho a lo largo de la película muchas secuencias están en una zona ambigua entre la ficción y el documental, decisión que los directores han señalado como intencional (Arribas, 2006). A modo de ejemplo: la construcción en tiempo real de un rancho de chapas para escenografía, una sesión de fotos de “estilo publicitario” en las que Julio y su grupo van a una agencia o el debate en la cantina de la Asociación de Actores entre un representante del gremio y Adrián Caetano sobre las ventajas y problemas de trabajar con actores no profesionales.

d) E*nsayos, reuniones, preparativos y rodaje de El Nexo*.

e) Festival CineVilla e imágenes generales del barrio.

El tratamiento estilístico y narrativo de la película es coherente con el discurso que allí se propone. Mientras escuchamos la visión de Julio sobre la representación de las villas en el cine hegemónico, la propia película propone un relato que desafía dicha modalidad de

representación: se centra en los aspectos positivos y humanizantes de un territorio que carga con los estereotipos más negativos de la delincuencia, prostitución, drogas, marginación cultural, etc. Sin negar la existencia de dichos aspectos, el centro es el grupo de teatro surgido desde la propia villa. Lo hace desde el humanismo de sus personajes, y con recursos que apuestan a la comicidad cómplice y respetuosa, y a la construcción de secuencias de ficción coherentes con la idea de llevar las villas más allá de un tratamiento documental centrado en la miseria.

Estilísticamente, hubo una búsqueda de filmar la villa de forma totalmente diferente a cómo es la tendencia:

> […] ir a la villa ya es un género en sí. Incluso parece que tuvieras que dejar la cámara libre para que ésta filme la pobreza espontáneamente... Nosotros quisimos trabajar también eso en la película. Entonces manejamos las luces de manera elaborada y buscamos planos precisos, como si tuviéramos un guión muy detallado, es decir, buscamos todo lo contrario de lo que se supone que es la villa: un lugar inestable, impredecible. (León, citado en Arribas, 2006)

Es notoria la complicidad entre el equipo realizador y los protagonistas. Las escenas ficcionalizadas dan una especial muestra de ello, tal como resalta Marcos Martínez:

> Arrancamos a filmar El Nexo y en ese rodaje fue apareciendo nuestra película, en el diálogo con Julio y lo que veíamos. Tomábamos notas, después escribíamos, volvíamos y le comentábamos esas ideas a Julio. La película se construyó con trabajo de mesa de nosotros dos (León y Martínez) y con lo que nos sugerían la villa, Julio, su familia, estar ahí quince horas durante dos años; encontró su forma mientras la estábamos haciendo. No había un guión preestablecido ni sabíamos adónde queríamos llegar. (Martínez, citado en Halfon, 2007)

Martínez señala que quisieron evitar una mirada “romántica” sobre el proyecto artístico de Julio y entendieron que la apuesta por el humor era fundamental: “A veces hay algo solemne de no poder reírse de la villa. Nosotros generamos un trabajo conjunto en el que Julio también empezó a proponer, había cosas que contaba que generaban humor, que para nosotros estaban bien y las buscábamos” (Martínez, citado en Halfon, 2007).

Muchos de los elementos de comicidad y las escenas ficcionalizadas de *Estrellas* tienen como eje un contrapunto entre la cultura hegemónica y subalterna/villera. Por ejemplo, la mencionada secuencia en que el grupo de Julio se fotografía en un estudio ordenado y pulcro, con música tecno de fondo, luces brillantes y un montaje dinámico al "estilo videoclip", mientras los protagonistas hacen gestos obscenos con los objetos de utilería o preparan choripanes en un mediotanque, cuando no están sesionando con poses sensuales clásicas de modelos publicitarios pero en cuerpos que podríamos considerar en las antípodas de ese arquetipo.

Respecto a la posición de Julio, podríamos decir que apuesta a la integración de mundos que considera diferentes en los hechos. Ideológicamente no hay una reflexión estructural sobre el origen de la desigualdad ni proyecto que visualice su superación, sino más bien un proyecto que apuesta a ganar terreno de a poco en cuanto a visibilidad, apuntando principalmente a generar fuentes de trabajo y al mismo tiempo desarrollar la práctica cultural desde las villas, mostrando otros relatos que los posicionen hacia el resto de la sociedad como "iguales" a pesar de las diferencias.

Por otro lado, cabe señalar que Julio no es un personaje del todo representativo de la villa: tiene aspiraciones de clase media, un pasado militante, y un activismo en el barrio que no logra contagiar al resto como quisiera (muestra de ello son los esfuerzos por acercar sus propias producciones al barrio cuando impulsa el Festival CineVilla, en el que aclara que para que vaya la gente anuncia que van a pasar *Misión Imposible* y antes pasan sus cortos y películas).

¿Dos modos diferentes de representar la subalternidad?

Del análisis de *Aparte* y *Estrellas*, podemos identificar dos enfoques diferentes sobre un tema en común: la relación de subalternidad de un sector social respecto a la cultura hegemónica.

A nivel de tratamiento narrativo y estético, *Aparte* tiene un modo predominantemente observacional, una estructura dramática fragmentaria que se va construyendo a partir de un *montaje de atracciones*[111] con recursos de choque y contrapunto entre culturas marginales-integradas / subalternas-hegemónicas, y un posicionamiento fuerte en relación a la autenticidad de las imágenes registradas con la menor intervención posible del cineasta dentro de escena; *Estrellas* se centra en un modo participativo y reflexivo, con una estructura dramática más clásica (con protagonista con objetivos definidos, conflictos, clímax y desenlace), y una alternancia entre secuencias documentales y ficcionadas, sin explicitar cuando termina una y comienza la otra.

A nivel de la representación de la subalternidad y sus posibles sentidos políticos, *Estrellas* propone el lado luminoso de la villa, se centra en un personaje proactivo, inteligente y empático, humaniza y dignifica la vida en las villas y acerca —sin borrar las diferencias— dos mundos que a priori están fuertemente distanciados, constituyendo una representación a contrapelo de la principalmente llevada adelante por el cine y la TV argentina de la época; *Aparte* reafirma esa distancia entre el mundo de sus protagonistas personajes y el hegemónico, pone el énfasis en los aspectos más problemáticos y negativos de la marginalidad, reforzando el imaginario estigmatizantes de los medios masivos de comunicación, si bien lo diferencia de estos una mayor intimidad y profundidad en el tratamiento de los personajes.

El sentido político de *Aparte* puede ser ambiguo: por un lado, en parte del público puede generar sorpresa al mostrar con un nivel muy fuerte de intimidad y autenticidad aspectos de la sociedad que desconoce. Esto podría por un lado constituir una base a partir de la cual reflexionar sobre las causas y alternativas a dichas condiciones de subalternidad. O podría también reforzar diferencias culturales que parecen insalvables, la marginalidad como una condición estanca, condenada a estar "aparte". Podría incluso —ya que no se reflexiona sobre las causas de las condiciones en que viven los protagonistas— llevar a parte del público al miedo o rechazo hacia ese sector de la sociedad por entender —desde una ideología liberal hegemónica— que sus condiciones son el reflejo de las decisiones individuales que han tomado. Esta potencial ambigüedad en *Aparte* está relacionada a la intención autoral de ser lo más fiel posible a la realidad a la cual que se enfrenta,

[111] Concepto desarrollado por Sergei Eisenstein en su teoría del montaje, que define la atracción como "(...) todo elemento que despierta en el espectador aquellos sentidos o aquella psicología que influencia sus sensaciones, todo elemento que pueda ser comprobado y matemáticamente calculado para producir ciertos choques emotivos en un orden adecuado dentro del conjunto; único medio mediante el cual se puede hacer perceptible la conclusión ideológica final" (Eisenstein, 1923: 169).

interviniendo lo menos posible y sin juzgar a sus personajes. Pero la intervención fuerte del autor se da en el proceso de montaje, por lo que esa intencionalidad primaria de mostrar los hechos tal cual son, adquiere otras dimensiones al reforzar ciertos sentidos, sobre todo en lo que respecta a elementos de choque de la cultura marginal respecto a la dominante.

En *Estrellas* parece suceder lo contrario: hay una intencionalidad expresa de intervención a través de un planificación muy minuciosa del relato desde el propio rodaje, con el relato preciso de Julio en las entrevistas y con secuencias ficcionadas que refuerzan los sentidos centrales de la película. Hay un primer recorte fundamental en la elección del protagonista, que no es cualquier habitante de la Villa 21 (como los protagonistas más "anónimos" de *Aparte*), y construir a partir de él un relato con un sentido político interpelante, que problematiza la representación dominante sobre los sectores subalternos y evoca un escenario donde la brecha se pudiera acortar con resultados enriquecedores para la producción artística y cultural.

Respecto al lugar del sujeto subalterno en la enunciación, sostengo que por los niveles de complicidad y colaboración de su protagonista en la construcción del relato —quien motoriza la enunciación del filme a través de sus palabras y acciones— *Estrellas* tiene un enfoque participativo en el que los intereses de los sujetos realizadores convergen con los del protagonista subalterno, generando una construcción que toma parte de ambos, y que es al mismo tiempo una reflexión sobre esa misma representación que la obra genera.

Por priorizar la mirada del autor sobre la realidad registrada construyendo el sentido final en el proceso de montaje, *Aparte* tiene un enfoque más "autoral" en la enunciación, aunque por su cercanía y lograda autenticidad sobre las vidas de los protagonistas, podemos entender que hay un nivel de participación de los sujetos en la película —aunque sin una colaboración manifiesta— mayor que en películas de ficción con guión y actores representando un papel otro.

Como reflexión final y estudio pendiente, relacionado con la dimensión política de dichas representaciones, cabe preguntarse qué alcances han tenido estas películas a nivel de su circulación, a qué públicos han llegado. Ambas tuvieron un reconocimiento positivo de la crítica y han sido bien recibidas en el circuito de festivales. *Aparte*, además, se convirtió en uno de los documentales con mayor taquilla de la historia en Uruguay, superando en su primera semana de exhibición nada menos que a la secuela de *Matrix*. Es difícil establecer cuánto ha influido en ello la ola de polémicas tratada en los medios masivos en torno al filme, y cuanto puede haber del interés por la temática abordada en un contexto social atravesado por la crisis económica y el latente miedo de la clase media a caer en la pobreza. *Estrellas*, por su parte, si bien ha sido muy valorada en circuitos alternativos y académicos, no ha logrado ser una película muy popular, y probablemente no haya llegado tanto a los sectores subalternos que representa como a los productores de cine y TV cuya representación de la marginalidad interpela.

Esta tensión podría ser similar a la que en los sesenta enfrentó el Cinema Novo, liderado por Glauber Rocha, con una reflexividad muy potente y una construcción colaborativa con el subalterno, pero alejada del "pueblo" en su llegada como público. ¿Es posible pensar en un cine participativo en el que los sectores subalternos colaboren en la construcción de la obra como sujetos de enunciación, que pueda encontrarse y ser valorado por un público popular? ¿Podrán otros Julios algún día organizar un Festival CineVilla sin *Misión Imposible* como caballo de Troya?

Referencias bibliográficas

Alabarces, P. y Añón, V. (2016). *Subalternidad, pos-decolonialidad y cultura popular: nuevas navegaciones en tiempos nacional-populares*, en *Versión. Estudios de comunicación y Política* 37 (octubre-abril 2016), pp. 13-22.

Canedo, N. (2009). *El realismo y la tópica de la marginalidad. El caso de dos ficciones televisivas: Okupas y Tumberos*, disponible en: https://www.semiotica2a.sociales.uba.ar/files/2014/04/El-realismo.doc

Concari, H. (2012). *Mario Handler. Retrato de un caminante*, Trilce, Montevideo.

Duno-Gottberg, L. y Hylton, F. (2008). *Huellas de lo Real: testimonio y cine de la delincuencia en Venezuela y Colombia*. En Duno-Gottberg (comp.), *Miradas al margen: cine y subalternidad en Amércia Latina y el Caribe,* Rice university. (pp. 247-286)

Eisenstein, S. M. (1923). *El Sentido del cine*. Madrid, Edit. Siglo XXI, 1999.

Eljaiek-Rodríguez, G. (2013). *Mira quién habla: Subalternos en tres películas del Nuevo Cine*, Revista Imagofagia (nº 8), Asociación Argentina de Estudios de Cine y Audiovisual.

García Canclini, N. (1987). *Políticas Culturales en América Latina*, México, Grijalbo, disponible en https://antroporecursos.files.wordpress.com/2009/03/garcia-canclinin-bruner-j-j-y-otros-1987-politicas-culturales-en-america-latina.pdf.

Hall, S. (1984). *Historia popular y teoría socialista*. Ralph Samuel, Ed. Barcelona: Crítica, 1984; 1-10.

León, C. (2005). *El cine de la marginalidad, realismo sucio y violencia urbana,* Quito: Abya Yala, Universidad Andina Simón Bolívar.

Nichols, B. (2013). *Introducción al documental*, Universidad Nacional Autónoma de México, Centro Universitario de Estudios Cinematográficos.

Nichols, B. (1997). *La representación de la realidad. Cuestiones y conceptos sobre el documental*, Paidós, Barcelona.

Palma, J. (2008). *Clases y culturas populares en el nuevo cine argentino: miserabilismo, neopopulismo y fascinación*. En Alabarces, P. y Rodríguez, M. G., *Resistencias y mediaciones. Estudios sobre cultura popular,* Paidós.

Spivak, G. (1998). *¿Puede hablar el sujeto subalterno?,* Orbis Tertius, 3 (6), 175-235. En Memoria Académica. Disponible en: http://www.fuentesmemoria.fahce.unlp.edu.ar/art_revistas/pr.2732/p r.2732.pdf.

Artículos de prensa

Arribas, Rubén (2006) “Estrellas: usar la villa 21 de Barracas para otra cosa. Entrevista a Federico León”, Revistateína número 10, S.O.S Recursos naturales, nov-dic-ene 2005/06, disponible en http://www.revistateina.es/teina/web/teina10/cine2.htm

Buchichio, Enrique (2002) "¿Lo que ves es lo que hay?", Cartelera.Com, disponible en http://www.cartelera.com.uy/averespectaculo.aspx?856

Caro Berta, Andrés (2006) "Mario Handler y su polémica película Aparte", disponible en http://andrescaroberta.uy/criticas-y-notas-de-cine/415-mario-handler-y-su-polemica-pelicula-aparte

Cerchari, Martín (2002) "El documental uruguayo más polémico", Montevideo.Com, disponible en http://www.montevideo.com.uy/Noticias/EL-DOCUMENTAL-URUGUAYO-MAS-POLEMICO-uc4103

Halfon, Mercedes (2007) “Avanti morochos. Estrellas, el nuevo documental de Federico León”, Página 12, 9 de diciembre de 2007, disponible en: https://www.pagina12.com.ar/diario/suplementos/radar/9-4298-2007-12-09.html

Morales, Jorge (2005) "Mario Handler, director de Aparte: 'Nadie había hecho cine sobre esta realidad'", Revista Mabuse, disponible en http://www.mabuse.cl/entrevista.php?id=65623

Filmografía

Aparte (Mario Handler, 2003)

El Nexo (Sebastián Antico, 2007)

Estrellas (Federico León y Carlos Martínez, 2007)

Rodrigo D. No futuro (Víctor Gaviria, 1990)

Capítulo 3.

Comunicación alternativa, territorios y ciudadanía

Análise sobre os conceitos para comunicação alternativa[112]

Analysis on concepts for alternative communication

Ana Cristina Gonçalves dos Santos[113]

Resumo: Neste artigo buscamos sistematizar as principais elaborações acadêmicas na perspectiva de compreender a comunicação alternativa, suas principais características e nomenclaturas pertinentes, num esforço de conceituação do tema. Para tanto revisitamos estudos sobre "alternatividade" no âmbito da comunicação, origem e perspectivas apontadas nas pesquisas nesta área, bem como as nomenclaturas determinadas nos textos das leis de serviços de comunicação, especificamente as leis argentina e uruguaia, e na legislação brasileira que definem esse campo da comunicação como alvo de política pública.

Palavras-chave: Comunicação Alternativa, Comunicação, Mídia Alternativa

Introdução

Delimitar as fronteiras conceituais da comunicação alternativa tem sido um desafio sobre o qual muitos autores têm se debruçado, sobretudo a partir do final da década de 1960, na perspectiva de compreender suas características e estabelecer definições e conceitos. Neste artigo buscamos sistematizar algumas dessas iniciativas que nos permitam eleger similaridades e diferenças em torno do conceito de alternatividade, comunicação alternativa e de nomenclaturas correlatas como comunicação comunitária, participativa, popular, educativa, horizontal, entre outras.

O panorama da comunicação na América do Sul é fortemente marcado pelo ambiente de concentração econômica e, consequentemente, pelos reflexos desses interesses na agenda dos veículos de mídia da região (Bolaño, 1988; Lima, 2011; Becerra & Mastrini, 2009). Em função deste cenário excludente um número cada vez maior de atores e grupos sociais reclama a ampliação dos espaços de comunicação e a pluralidade de vozes. Com os avanços tecnológicos a necessidade de se apoderar também dessas ferramentas torna-se, a seu turno, a disputa pela reivindicação de direitos e de cidadania; assim como a explicitação da necessidade de comunicar a partir do panorama local, das necessidades e opiniões dos grupos tradicionalmente excluídos das pautas dos veículos comerciais.

Esse debate acerca do direito à comunicação, bem como as práticas realizadas com o objetivo de democratizar, diversificar e disputar o campo das narrativas compõe o campo de estudos da comunicação alternativa.

A literatura na área aponta que as primeiras experiências de comunicação alternativa datam da década de 1940, com a Rádio Sutatenza, na Colômbia, e as experiências das rádios mineiras na Bolívia, em meados de 1952. Por sua vez, as abordagens teóricas sobre o tema acontecem paralelamente ao desenvolvimento de iniciativas na área, sobretudo nas

[112] Originalmente, este artigo correspondia à linha temática do Capítulo 1, mas, para os fins desta publicação, foi localizado no Capítulo 3.

[113] Doutoranda no Programa de Pós-Graduação de Comunicação da Universidade de Brasília, Brasil. Email: anasantos.com@gmail.com

décadas de 1960 e 1970, num contexto de fortes mobilizações populares. A relação teoria e prática, inclusive, continua sendo um fator relevante para a discussão do campo, o que contribui para a multiplicidade de termos que buscam definir as distintas experiências que se agrupam sob esse guarda-chuva conceitual, assim como a forma como se observa e se inclui cada uma dessas experiências em determinados modelos. Para Denise Cogo (2000), além de orientar sobre marcas de inclusão em paradigmas ou momentos históricos, a escolha de uma nomenclatura para definir uma experiência de comunicação alternativa informa "sobre as múltiplas intenções do sujeito em destacar, excluir, relacionar, distinguir, reafirmar, contrastar, no que diz respeito a conteúdo, meios, formas, espaços e contextos de desenvolvimento".

Em busca de uma definição conceitual para mídia alternativa

Quando falamos sobre comunicação a partir de meios não-comerciais, encontramos um grande número de termos que buscam dar conta de experiências específicas ou mais amplas. Diante de tamanha variedade o uso do termo comunicação alternativa torna-se vago e impreciso. O esforço no sentido de buscar delimitar as fronteiras conceituais do campo passa pela análise das suas características principais, a partir do estudo das práticas, bem como das contradições e complexidades que se apresentam na perspectiva política e teórica.

Entre os pontos consensuais, destacamos o fato de que o contexto em que se dá a comunicação é que vai lhe conferir significado. As conceituações revisadas para este trabalho ancoram-se hora com ênfase na análise das práticas de comunicação realizadas por movimentos sociais e/ou populares, hora na análise dos contextos que ambientam essas práticas.

Entre os termos mais comuns para referências a práticas de comunicação alternativa estão: comunicação comunitária, participativa, associativa, popular, educativa e horizontal. Em alguns casos descrevem experiências similares, em outros casos apresentam práticas ou exemplos distintos. Para Downing (2002, p. 75) os termos "mídia comunitária" ou "mídia popular" podem ser mais eficientes no que excluem, no caso a chamada "mídia convencional", do que no que significam. Ele ressalta que na busca de pontos comuns que ajudem a delinear o conceito de mídia alternativa os meios comunitários ou populares se identificam claramente por se posicionar fora dos padrões de utilização da comunicação para fins comerciais, sejam nos aspectos técnicos ou estéticos, mas que suas características e objetivos diversos dificultam a criação de um padrão onde se estabeleça critérios rígidos sobre os conceitos de comunitário e/ou popular.

O uso do termo "popular" é comum em várias pesquisas. Peruzzo (1998) lembra que o termo "comunicação popular" diz respeito àquela que deriva do povo, sendo este último, por si só, um conceito tão ou mais complexo.

Antes de prosseguirmos com a análise dos autores, nos parece interessante voltar ao conceito de povo, uma vez que esse conceito está imbrincado ao debate em tela. De acordo com Abagnano (2007), povo é a "comunidade humana caracterizada pela vontade dos indivíduos que a compõem de viver sob a mesma ordenação jurídica". Peruzzo (1998) também reflete sobre compreensões acerca do conceito de povo como ponto de partida para a busca por um conceito para comunicação popular e define como: a) aqueles que não têm recursos, posses e títulos; b) a massa atomizada e desorganizada; c) um conjunto de indivíduos iguais com interesses em comum que conflitam apenas por pequenas diferenças;

d) aqueles que lutam contra o colonizador estrangeiro; e) as classes subalternas em oposição às dominantes; ou f) um conceito dinâmico, aberto, conflitivo e histórico. Dessa forma, levando em conta que todos esses conceitos são expressão da realidade, a autora tende a concluir que:

> Povo não tem estatuto teórico universal, não se podendo, portanto, vê-lo sob uma categoria de análise prefixada. É preciso apanhá-lo em seu contexto, como uma realização histórica cuja composição e cujos interesses variam em função de fatores determinantes, estruturais e conjunturais, constituindo-se sempre num todo plural e contraditório. (Peruzzo, 1998, p. 117)

Há, na literatura consultada, diversas conotações que podem adquirir o termo comunicação popular. Dornelles (2007) se propõe a rever a discussão estabelecida por alguns autores latino-americanos em torno de características da comunicação popular com o objetivo de contribuir para uma melhor compreensão das expressões comunicação popular, jornal popular, jornalismo popular e jornal comunitário. Registra que a pesquisadora Christa Berger realizou em 1989 minucioso levantamento sobre comunicação popular e/ou alternativa no Brasil, intitulado *A Comunicação Emergente: Popular e/ou Alternativa no Brasil* tendo observado imprecisão do conceito e falta de definição consensual em torno do tema.

Ainda na década de 1980, Regina Festa identificou 33 tentativas de definir comunicação popular e/ou alternativa, no âmbito da América Latina (Dornelles, 2007) o que comprova a dificuldade em estabelecer delimitações a esse conceito ou aos termos comumente utilizado como sinônimos: Comunicação Comunitária, Comunicação Participativa, Comunicação Alternativa, Comunicação Dialógica, Comunicação Horizontal, entre outros.

A imprecisão conceitual também é verificada por Sayonara Leal (2007), no seu estudo sobre rádios comunitárias no Brasil e rádios associativas na França. O termo associativo é utilizado para denominar meios de alcance restrito, sem fins comerciais e não públicos, que abarcam em si os meios comunitários, compreendidos naquela região, conforme a autora, como meios ligados a grupos étnicos e religiosos fechados em si mesmos.

> As rádios de associações podem ser compreendidas como instrumentos de comunicação que permitem interações sociais de acordo com pressupostos democráticos, onde a liberdade de expressão apresenta-se como direito fundamental. Essas emissoras decorrem de iniciativas civis, projetos associativos e, em geral, postulam a retórica da comunidade, o que quer dizer que utilizam uma linguagem próxima a população local, propondo-se a retratar sua realidade e a responder a expectativas comuns em termos de informação à localidade. (Leal, 2007, p. 15)

Embora haja dificuldade para precisar definições, Gabriel Kaplún (2007), parte do princípio de que a origem dos nomes é em parte comum e também diferente para as mais diversas tradições de movimentos sociais, para estabelecer uma possível sistematização. Ele defende que as diferenças entre esses movimentos e em seu próprio interior implicam também modos distintos de compreender a comunicação e seus nomes.

Para o autor, Comunicação Alternativa é a que se coloca como alternativa aos meios hegemônicos, tendo, portanto, vocação contra-hegemônica. Esse entendimento é comum à maioria dos autores consultados a exemplo de Margarita Graziano, Maximo Simpson Grinberg, Cicilia Peruzzo, John D. H. Downing e como explícito nos artigos de Liliana Lizondo

e Mariana Ortega, Martín Pedersen, Natalia Vinelli, Alejandro Barranquero e Chiara Saez Baeza e Daniela Parra Hijonosa, entre outros.

Outro ponto em comum a muitos autores é que a comunicação alternativa pode se referir a coisas diversas como conteúdo e modo de produção, ser percebida como pequeno e marginal ou se destinar a públicos mais amplos e massivos e representa uma opção frente ao discurso dominante. Kaplún defende que em meio a essas características se especifica a Comunicação Popular quando se refere só ao posicionamento a favor dos interesses populares e ao vínculo mais ou menos direto com suas organizações representativas. O autor alerta, no entanto, que o termo "popular" recebe questionamentos e pode ser substituído por termos como "cidadania" ou "sociedade civil".

Sobre Comunicação Comunitária Kaplún aponta que diz respeito, em um primeiro momento, à comunicação para promoção das pequenas comunidades, aparece como um modo de pensar processos ligados à garantia e democrática, que acontece de baixo para cima, sem perder sua característica de local. Nesta perspectiva o comunitário seria uma busca pelo fortalecimento do espaço social, reconhecendo a importância da dimensão subjetiva e das identidades nos processos emancipatórios.

Kaplún apresenta, ainda, os termos comunicação participativa definida como: uma comunicação horizontal que rompe com a transmissão unidirecional e busca recuperar o grupal como espaço básico de comunicação; comunicação educativa: que privilegia diálogo de saberes e não a mera transmissão, como defendido por Paulo Freire; e comunicação para o desenvolvimento: situações em que a comunicação é colocada a serviço do desenvolvimento nacional em áreas como saúde, desenvolvimento agrário, governos locais entre outros. Ele desenvolve esse debate ressaltando características individuais que não lhes permite serem tomadas como sinônimos de comunicação popular ou alternativa, embora sejam conceitos próximos e muitas vezes fundados nas mesmas origens.

Por sua vez, Gomes (apud Dornelles, 2007) observou que o conceito de popular diz respeito à inserção num contexto alternativo de luta que visa estabelecer uma nova sociedade, enquanto o conceito de alternativo parece apontar para uma contraposição à comunicação massiva. Em linhas gerais é comum a premissa de que alternativo diz respeito ao contexto ou à prática de um tipo específico de produção específica do jornalismo, enquanto popular se relaciona à prática comunicacional dentro desse contexto, realizada pelas massas em contraposição à comunicação de massa.

Para Cicilia Peruzzo (2008) o contexto histórico e social influencia a delimitação desses conceitos e demanda novos estudos sobre estes paradigmas teóricos. A autora pondera que o termo "comunitário", por exemplo, além de ter sido incorporado pela grande mídia[114] para classificar algumas de suas produções, é de uso problemático já que pode se referir a processos diferentes entre si. No artigo em tela a autora propõe uma volta ao status "original" dessa modalidade comunicativa na América Latina, bem como aos conceitos de comunidade, assim como uma análise atenta das alterações processadas no âmbito da comunicação dos próprios movimentos populares e organizações congêneres gerada num patamar em que a democracia prevaleceu sobre o centralismo, para a caracterização mais adequada do processo.

[114] No contexto do artigo de Cicilia Peruzzo, "grande mídia" é uma expressão utilizada para se referir aos principais veículos de um determinado sistema de comunicação social, considerando setores como emissoras de rádio e TV, jornais e revistas.

Retornando às origens dos conceitos, Peruzzo (2008a) compreende que a comunicação alternativa pretende ser uma opção enquanto canal de expressão e de conteúdos frente à mídia comercial. Suas diferenças, de acordo com a autora, são percebidas na direção político-ideológica, na proposta editorial, nos modos de organização e nas estratégias de produção e pode ser compreendida como contracomunicação ou uma outra comunicação, elaborada no âmbito dos movimentos populares.

Com o passar do tempo um entendimento comum acerca da palavra "alternativa" foi se tornando mais difícil diante das diferentes práticas. Para Peruzzo (2008, p.3), a partir da leitura dinâmica das mudanças é possível classificar a comunicação alternativa como "uma comunicação que se pauta pela desvinculação de aparatos governamentais e empresariais de interesse comercial e/ou político-conservador". Apesar da diversidade nas formas de comunicação alternativa, ela acredita que é possível agrupá-las em duas grandes correntes: a comunicação popular, alternativa e comunitária; e a imprensa alternativa. Para a autora essa primeira corrente seria constituída por iniciativas populares e orgânicas aos movimentos sociais, segmentos populacionais organizados e ou organizações sem fins lucrativos:

> São experiências comumente denominadas de comunicação popular, participativa, dialógica, educativa, comunitária ou radical, embora existam diferenças de perspectiva política (uns querem combater os governos, outros buscam solucionar problemas sociais, por exemplo) e no modo de produção de seus conteúdos (uns mais participativos, outros dirigidos por pequenos grupos etc.). (Peruzzo, 2008a, p. 3)

A comunicação alternativa, nessa compreensão, acompanha os processos dos movimentos sociais e se vincula aos movimentos populares e congêneres que têm por objetivo contribuir para a mudança social e para a ampliação dos direitos da cidadania. Peruzzo, neste momento, defende que essa corrente pode ser subdividida, ainda, em comunicação comunitária e em comunicação popular-alternativa, sendo a comunicação comunitária compreendida como processos constituídos no âmbito de movimentos sociais populares e comunidades de diferentes tipos, independente se sua base é geográfica ou por afinidades. É sem fins lucrativos e tem caráter educativo, cultural e mobilizador, além de envolver a participação ativa horizontal. A comunicação popular-alternativa, por sua vez, compreenderia processos de comunicação constituídos por iniciativas que envolvem a participação de segmentos populares, mas não respondem ou são assumidos pela comunidade como um todo.

Na vertente denominada por Peruzzo como imprensa alternativa, os processos de comunicação são basicamente jornalísticos. De acordo com a autora ali estariam os veículos caracterizados como independentes e não alinhados a governos e modo de operar da "grande mídia", incluindo o funcionamento do meio enquanto forma de gerar lucros. A autora afirma que a identidade da imprensa alternativa se manteve e foi reinventada em canais de expressão impressos e audiovisuais contemporâneos, criando categorias alternativas como detalhamos a seguir.

O Jornalismo denominado popular-alternativo, ou de base popular, reconhecido porque efetiva-se de modo participativo, e está ligado a movimentos populares, associações, entidades ligadas a setores progressistas de igrejas, ONGs, por exemplo, se configura e circula no mesmo universo da comunicação popular e comunitária. Numa segunda categoria o jornalismo alternativo colaborativo − de informação geral ou especializada − se viabiliza por meio de jornais, vídeos, agências de notícias, blogs, sites, fotologs, revistas, sites

colaborativos, observatórios de mídia e de comunicação, centros de mídia, entre outros e transmite uma visão diferenciada e crítica dos acontecimentos que normalmente já são tratados pela grande mídia, além de temas omitidos pela mesma.

Há ainda, de acordo com Peruzzo (2008), a categoria do jornalismo alternativo autônomo ou a imprensa produzida por indivíduos isoladamente ou pertencente a microempresas. Pode caracterizar-se como de informação geral, literário ou político; e o jornalismo político-partidário, como quarta categoria, que compreende a imprensa[115] sob a direção de partidos políticos, candidatos a cargos eletivos ou a mandatos de vereadores, deputados e senadores ou em seu exercício. Por fim classifica o jornalismo sindical que abrange a imprensa produzida no universo dos sindicatos de trabalhadores e organizações similares de categorias profissionais.

Em *Mídia Radical: rebeldia nas comunicações e movimentos sociais*, John D. H. Downing (2002) discorre sobre o que ele chama de "mídia radical", uma "mídia de pequena escala e sob muitas formas diferentes — que expressa uma visão alternativa às políticas, prioridades e perspectivas hegemônicas" (Downing, 2002, p. 21). O autor reflete que o termo "alternativo" se assemelha a um paradoxismo uma vez que "qualquer coisa, em algum ponto, é alternativa a alguma outra", por isso ele acrescenta o termo "radical" para denominar esse tipo de mídia — seja ela veiculada em qualquer tipo de meio — que é "relativamente independente da pauta dos poderes constituídos e, às vezes, se opõe a um ou mais elementos dessa pauta" (Downing, 2002, p. 39)

Downing ressalta que embora os movimentos sociais sejam importantes, a mídia radical alternativa não está circunscrita a eles e defende que:

> A cultura popular, as audiências, os movimentos sociais, a democracia, o poder de desenvolvimento, a hegemonia, a resistência, a obra de arte, a esfera pública e a mídia radical constituem perspectivas ora complementares, ora conflitantes; num outro nível, como cada uma delas capta uma parte da realidade social, são matrizes umas das outras. No estudo da mídia, ainda mais que no estudo da família, do Estado ou dos movimentos sociais, a busca por agentes únicos está fadada à fatalidade. (Downing, 2002, p. 147)

Federico Sager, num esforço de aproximar-se do conceito de Comunicação Alternativa também reflete sobre a produção teórica de autores como Armand Mattelart, Jesús Marin-Barbero, Antonio Pasquali, Paulo Freire e Franco Bifo Berardi. Sager (2011) busca definir alternatividade a partir dos trabalhos de Margarita Graziano e de Maximo Simpson Grinberg e pondera, a partir do resultado de sua análise, que:

> O debate sobre objetivo da Comunicação Alternativa segue sendo de primeira ordem para a nova geração, atravessada pelos enfoques que remarcam o uso instrumental e conteudista dos meios, como parte de estratégias totalizadoras de mudança social e aquelas que põem o acento nos aspectos relacionais e de gestão, como modos de potenciar a autonomia dos sujeitos e a criação de novas discursividades de resistência. (Sager, 2011)

Elementos como a vinculação orgânica com os movimentos sociais e políticos, as formas de gestão, a relação entre emissor e receptor, legalidade e ilegalidade, entre outros, aparecem no texto de Sager como tensões que cruzam o campo da comunicação alternativa, que ressalta que as definições e indefinições na busca deste conceito acompanham a dinâmica destas relações e suas contradições.

[115] Aqui compreendido como os veículos de comunicação nos vários suportes tecnológicos, radiofônicos, audiovisuais e impressos.

Estas tensões são apontadas pelo pesquisador Maximo Grinberg, considerado um dos pioneiros na pesquisa sobre comunicação alternativa, ainda na década de 1980. Ele buscava refletir sobre a autonomia e validade das correntes de pensamento dos movimentos populares como ponto de entrada na elaboração de uma conceituação sobre o tema e aponta que o termo comunicação alternativa era utilizado algumas vezes, para práticas em oposição (ou resposta) aos meios de massa, conferindo-lhe caráter artesanal e autogestionário, outras vezes para práticas que surgiam como opção ao discurso dominante, ação voltada à mudança ou de resistência cultural. Em seu entendimento a comunicação alternativa "constitui um fenômeno complexo cujo denominador comum radica, a nosso ver, no feito de constituir em todos os casos uma opção frente ao discurso de poder em seus diversos níveis" (Grinberg, 1984).

Uma das maiores expressões das pesquisas da área, Margarita Graziano diz que o alternativo está dado "por uma consciência das relações que regem a transmissão do sentido, mas também está dado por uma práxis que entre os polos possíveis de resolução opta pelo da transformação". A autora parte do princípio de que a questão não está centrada apenas na comunicação, mas nas relações de poder e defende que a participação e a horizontalidade são pré-requisitos de tudo que se possa querer alternativo. Para ela comunicação alternativa "são aquelas relações dialógicas de transmissão de imagens e signos que estejam inseridos numa práxis transformados da estrutura social como um todo" (Graziano, 1980)

As denominações legais

Diante de um ambiente de centralização da produção e circulação de informações latente na América Latina ainda nos anos 2000, novas políticas de comunicação foram discutidas e inauguradas em vários países, a exemplo de Venezuela, Argentina e Uruguai, para citar alguns casos, com o objetivo de pluralizar o acesso a palavra, democratizar o espectro e abrir acesso a novas tecnologias. Na Venezuela foi aprovada a Lei Orgânica de Telecomunicações em 2000 e a Lei de Responsabilidade Social em Rádio e Televisão, de 2005, reformada em 2010 para abranger também a internet. Na Bolívia foi aprovada a Lei Geral de Telecomunicações, Tecnologias de Informação e Comunicação, em 2011 (Pasti, 2015). Na Argentina, foi aprovada e promulgada a Lei de Serviços de Comunicação Audiovisual, em 2009.

De acordo com André Pasti (2015), que analisa os círculos ascendentes nessa nova política de comunicação, essas legislações buscam promover novas vozes e impedir a concentração econômica da comunicação. Analisamos seu artigo na perspectiva de identificar, em um primeiro movimento, os termos utilizados nas legislações de alguns países para determinar os meios não comerciais. Na Bolívia, segundo Pasti, o espectro está dividido entre comunicação estatal (33%), mídia comercial (33%), canais comunitários (17%), povos indígenas e campesinos (17%). No Equador, a reserva é feita entre comunicação comunitária (34%), estatal (33%) e comercial (33%)

Na Argentina, a lei determina que a comunicação pode ser prestada por meios de gestão estatal, de gestão privada com fins de lucro e de gestão privada sem fins de lucro. No caso da LSCA da Argentina, o capítulo de definições não aborda o termo "alternativo", tampouco especifica o que se entende por meios sem fins de lucro, desse modo os meios sem fins de lucro previstos na lei compreendem uma ampla gama de veículos, operando sob os mais diversos interesses incluindo grandes fundações e organizações assistenciais. De toda sorte

o texto da lei apresenta definição sobre emissoras comunitárias, evidenciando o debate sobre a diferenciação característica presente no debate sobre a instituição da lei.

> Emissoras comunitárias: São atores privados que têm uma finalidade social e se caracterizam por ser gestionadas por organizações sociais de diversos tipos sem fins de lucro. Sua característica fundamental é a participação da comunidade tanto na propriedade do meio, como na programação, administração, operação, financiamento e avaliação. Se trata de meios independentes e não governamentais. Em nenhum caso se entenderá como um serviço de cobertura geográfica restrita. (Argentina, 2009)

A compreensão legal acerca da definição sobre meios sem fins de lucro está baseada no arcabouço jurídico argentino, que compreende a Constituição Nacional[116], o Código Civil[117] e, mais especificamente, a Lei 19.836[118], que define o regime de funcionamento e controle das fundações admitidas no Código Civil, que explica em seu artigo 1º:

> As Fundações a que se refere o artigo 33 do Código Civil são pessoas jurídicas que se constituem com um objeto de bem comum, sem fins lucrativos, mediante contribuição de capital por uma ou mais pessoas, destinado a tornar possíveis suas finalidades. Para agir como tal devem requerer autorização nos termos do artigo 45 do Código. (Argentina,1972, tradução nossa)

Para efeito deste trabalho subsidiamos nossa compreensão sobre meios sem fins de lucro também nos estudos mais gerais sobre o tema. Projeto comparativo do setor, comandado pela Universidade Johns Hopkins (EUA), realizou um estudo sobre o alcance, a estrutura, a história, o marco legal e as competências do setor sem fins de lucros em um amplo espectro de países, incluindo Brasil e Argentina. A iniciativa estabelece cinco critérios para caracterizar as organizações como entidades sem fins de lucro, baseado nas definições de Salamon e Anheier (1992). As entidades devem ser estruturadas, ou seja, devem ter certo grau de formalização e tempo de existência; devem ser privadas ou formalmente separadas do Estado; devem ser autogovernadas, com capacidade de dirigir suas próprias atividades e eleger suas representações; e voluntárias, de livre filiação. Além disso, não podem distribuir benefícios ou lucro entre seus membros, ou seja, apresentar caráter associativo.
Para Natalia Vinelli (2010; 2013) o uso do termo 'meios sem fins de lucro' adotado pela legislação argentina traz prejuízos e discrepâncias aos meios alternativos populares e comunitários, uma vez que coloca sob o mesmo guarda-chuva experiências muito diferentes e até contraditórias. Defende que alternatividade sobrepassa a simples prática da comunicação e que é possível usar o termo alternativo sem despolitizá-lo, para descrever as práticas comunicativas que não são alheias a dinâmica social e aos conflitos que são gerados nela e que podem ser consideradas ferramentas para a transformação social. Entre as características que Vinelli considera consensual na definição de meios alternativos estão seu caráter teórico-prático, o surgimento como necessidade de expressão de grupos populares, produção de conteúdos contrainformativos, os objetivos de transformação social, além de modalidades democráticas de participação e nos tipos de propriedade.

---

[116] Artigos 14, 19, 42 e 43. Disponível em: http://www.casarosada.gob.ar/images/stories/constitucion-nacional-argentina.pdf . Acesso em 28/01/2016
[117] Artigos 33 e 46. Disponível em http://www.infoleg.gov.ar/infolegInternet/anexos/105000-109999/109481/texact.htm Acesso em 28/01/2016
[118] Disponível em http://www.infoleg.gob.ar/infolegInternet/anexos/65000-69999/65478/norma.htm Acesso em 28/01/2016

No Uruguai a Lei de Serviços de Comunicação Audiovisual N° 19.307, de 29 de dezembro de 2014, especifica a divisão do espectro entre os setores comunitário, público e comercial. A lei aponta em seu artigo 11, sobre Diversidade e Pluralismo no sistema de serviços de comunicação audiovisual, que o Estado tem o dever de garantir a diversidade e a pluralidade em todos os âmbitos, reconhecendo e promovendo "a existência de serviços de comunicação audiovisual comerciais, públicos e comunitários" (Uruguai, 2014). Importa destacar que a lei observa que a comunicação tem valores e significados que exigem que seja considerada para além do seu valor comercial.

> A lei estabelece um conjunto de direitos sobre amplos setores sociais, uma vez que agrega um marco diferencial para alguns segmentos populacionais, favorecendo a inclusão. Na mesma se estabelecem limitações precisas em relação com a variável concentração, ao momento que se assume a existência de três setores (público, comercial e comunitário), sobre os quais se estabelece uma reserva de espectro, sendo este de forte impacto em ambientes convergentes e com requerimentos de uso de espectro crescente. (Beltramelli, 2018, p. 334)

A definição conceitual adotada vem da Lei 18.232/2008, que define que se entenderá por serviço de radiodifusão comunitária o serviço de radiodifusão não estatal de interesse público, prestado por associações civis sem fins de lucro, com pessoa jurídica ou por aqueles grupos de pessoas organizadas que não persigam fins de lucro e orientado a satisfazer as necessidades de comunicação social e a habilitar o exercício do direito a informação e a liberdade de expressão dos habitantes da República. O texto especifica, ainda, que não há restrição com relação à cobertura geográfica e que os concessionários devem, preferencialmente, possuir programação própria e nacional, bem como valorizar produções independentes e realizadas no âmbito da sua comunidade.
A descrição do que se compreende como veículos comunitários se completa com a manifestação de finalidades e orientações sobre conduta e valores a serem observados:

> Sua finalidade será a promoção do desenvolvimento social, os direitos humanos, a diversidade cultural, a pluralidade de informações e opiniões, os valores democráticos, a satisfação das necessidades de comunicação social, a convivência pacífica e o fortalecimento dos vínculos que fazem a essência da identidade cultural e social do Uruguai. Não poderão realizar proselitismo político-partidário ou religioso, nem promover a discriminação de raça, etnia, gênero, orientação sexual, religião, idade ou de qualquer outro tipo constituindo a transgressão a estas disposições, causa para a suspensão ou revogação da permissão. (Uruguai, 2008)

No Brasil o texto legal da Constituição Federal de 1988 se refere a sistema privado, público e estatal, sem entrar em especificações ou conceituações, deixando subentendido que a comunicação alternativa se situa dentro do setor público. Sobre o setor comunitário a Lei 9.612, de fevereiro de 1998, que institui o serviço de Radiodifusão Comunitária e dá outras providências especifica em seu artigo 1º que

> Denomina-se Serviço de Radiodifusão Comunitária a radiodifusão sonora, em frequência modulada, operada em baixa potência e cobertura restrita, outorgada a fundações e associações comunitárias, sem fins lucrativos, com sede na localidade de prestação do serviço. § 1º Entende-se por baixa potência o serviço de radiodifusão prestado a comunidade, com potência limitada a um máximo de 25 watts ERP e altura do sistema irradiante não superior a trinta metros. § 2º Entende-se por cobertura restrita aquela destinada ao atendimento de determinada comunidade de um bairro e/ou vila. (Brasil, 1998)

Esta conceituação frequentemente cria problemas por estar amparada principalmente em critérios técnicos e se mostrar excessivamente excludente, não atendendo a requisitos que fazem parte da realidade das rádios comunitárias no país.

Um trabalho em curso

A discussão acerca de uma conceituação para comunicação alternativa, no sentido de compreender as características das múltiplas organizações que compõem esse ambiente podem ser muito úteis no sentido de compreender os fenômenos comuns na comunicação da América Latina, nos mais diversos graus de adequação normativa. A precisão conceitual é importante, especificamente, no que diz respeito aos textos legais e demais aparatos de política pública.

Das leituras realizadas é possível apreender que a comunicação alternativa se constitui como um campo multifacético cujo fenômeno tem características práticas que precisam ser lidas a partir do contexto no qual está inserido. Um campo complexo, pontuado por contradições e muitas discrepâncias analíticas que pode ser compreendido a partir dos conteúdos, da forma organizativa, da questão estética, do perfil técnico ou de uma postura política, entre outros referenciais.

A comunicação alternativa surge como resposta aos processos de comunicação inadequados, que não atendem às necessidades dos grupos sociais em suas mais diversas especificidades, seja nas experiências mais profundas onde as estratégias de comunicação são utilizadas para educar ou consolidar estratégias de transformação social, como nos relata Paulo Freire ou Mario Kaplún, seja nas recentes e pouco exploradas experiências dos *youtubers* brasileiros que surgem como fenômenos de audiência de entretenimento e marketing.

Embora este trabalho não tenha pretensão de apresentar um conceito definido, em linhas gerais e de forma primária, nos valemos de alguns princípios apresentados ao longo deste texto para ponderar que os meios alternativos se projetam como ferramenta de disputa de sentido e de construção de uma narrativa popular, com poder de visibilizar e viabilizar as identidades negadas pelas ideologias dominantes. Podem ser definidos como alternativos porque se constituem como outra opção aos meios comerciais ou com fins de lucros, e apontam para uma diversificação da pauta dos veículos tradicionais, a despeito de seus múltiplos interesses e posicionamentos. Deste modo, abrigam meios com características que poderiam classificá-las nas conceituações delineadas pelos autores já citados, como comunitários, radicais, populares, educativos, entre outros.

Compreendemos que o conceito de Mídia Alternativa está intrinsecamente ligado às transformações sociais, tecnológicas e a reorganização dos grupos na sociedade e não apresenta, necessariamente, um caráter associativo nem estruturas pequenas, precárias ou marginais. Deste modo uma aproximação conceitual precisa levar em consideração as características sociais e políticas em que se insere cada veículo.

Explorar conceitualmente as expressões relacionadas ao campo alternativo, sem querer limitar o fenômeno nessas definições, procurando implicações e características mútuas possíveis, pode constituir uma epistemologia que venha a contribuir com os debates teóricos da comunicação, tradicionalmente centrados no estudo dos meios hegemônicos, suas relações e seus desdobramentos. A partir do aprofundamento dos estudos nesse campo seria possível perceber com muitos benefícios para os estudos de comunicação que

— parafraseando Gabriel Kaplún —entre Estado e Mercado há estimulantes modos de construir sociedade, cidadania e cultura democrática.

Referências

Constituição da República Federativa do Brasil. (1998). Brasília. http://www.planalto.gov.br/CCIVIL_03/Constituicao/Constitui%C3%A7ao.htm

Abbagnano, N. (2007). *Dicionário de Filosofia*. 5ª ed. São Paulo: Martins Fontes.

Barraquero, A.; Baeza, C. S. (2010). *Comunicación Alternativa y comunicación para el cámbio social democrático: sujetos y objetos invisibles em la enseñanza de las teorias de la comunicación.* Congresso Internacional AE-IC.

Becerra, M; Mastrini, G. (2009*). Los dueños de la palabra: acceso, estructura y concentración de los medios en la América Latina del siglo XXI*. Buenos Aires: Prometeo.

Beltramelli, F. (2018). *Políticas públicas y convergencia infocomunicacional en Uruguay: regulaciones e institucionalidad en los gobiernos del Frente Amplio en Uruguay (2005-2014).* Tese de Doutorado. Universidad Nacional de La Plata. Facultad de Periodismo y Comunicación Social. Montevidéo, Uruguay.

Bolaño, C. R. S. (1998). *Mercado brasileiro de televisão* 1ª.ed. Aracaju: UFS.

Campetella, A.; Bombal, I.; Roitter, M. (2000). *Definiendo el sector sen fines de lucro en Argentina.* Buenos Aires: CEDES.

Cogo, D. (2000). *La pluralidade como desafio a la comunicación de los 'excluidos' em Brasil y Latinoamérica.* Revista Diálogos. Nº 58. Lima. FELAFACS. pp. 34

Dornelles, B. (2007). *Divergências conceituais em torno da comunicação popular e comunitária na América Latina*. Revista da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação – COMPÓS. Ago/2007. Disponível em: www.compos.org.br/e-compos

Fernandes, V. (2013). *Panorama da mídia alternativa no Brasil e na América Latina.* Encontro Nacional de História da Mídia. Ouro Preto, Minas Gerais.

Graziano, M. (1980). *Para uma definición alternativa de la comunicación*. Revista ININCO. Universidad Central de Venezuela.

Grinberg, M. S. (1984). *Comunicación alternativa y democracia entra "la Vanguardia" y la teoria de la dependência.* Nueva Sociedad, nº 71, marzo – abril 1984, pp. 31-42

Kaplún, G. (2007). *La Comunicación Comunitária em America Latina.* Anuário de Medios. pp 311-320. Disponível em: http://www.academia.edu/5235619/La_comunicaci%C3%B3n_comunitaria_en_Am%C3%A9rica_Latina

Kaplún, G. (2007). *La Comunicación Comunitária.* Tendencias'07. Medios de comunicación. El escenario ibero-americano. Ariel

Lei nº 26.522, de 10 de outubro de 2009. Argentina. Dispõe sobre serviços de comunicação audiovisual. Buenos Aires. 2009

Lei nº 18.232, de 09 de janeiro de 2008. Uruguai. Dispónense normas relativas a la radiodifusión; créase el Consejo Honorario Asesor de Radiodifusión Comunitaria y establécese su integración y cometidos.

Lima, V. A. (2011). *Regulação das Comunicações: História, Poder e Direitos*. São Paulo: PAULUS.

Lizondo, L.; Ortega, M. (2013). *Comunicación con identidade: entre la LSCA y la comunicación popular.* Companam – VI Encuentro Panamericano de Comunicación.

Moraes, D. (2013). *La Mirada desde América Latina*. In Barranchuk, M e USÉ, J. Ley 26.522: hacia un nuevo paradigma en comunicación audiovisual. AFSCA/Universidad Nacional Lomas de Zamorra. Buenos Aires. 2013. Disponível em: http://www.intervozes.org.br/direitoacomunicacao/?p=27384 Acesso: 31/01/2016

Pedersen, M. (2015). *Um recorrido em (re) construcción: reflexiones acerca d los médios alternativos.* ALAIC, 2015. VII Seminário Regional. Córdoba. Argentina.

Peruzzo, C. M. K. (2008). *Conceitos de Comunicação Popular, Alternativa e comunitária revisitados.* Reelaborações no setor. Palabra Clave, vol 11, num 2, diciembre, 2008, pp 367-379. Universidad de La Sabana, Colômbia. Disponível em: http://palabraclave.unisabana.edu.co/index.php/palabraclave/article/view/1503/1744

Peruzzo, C. M. K. (2006). *Revisitando os Conceitos de Comunicação Popular, Alternativa e Comunitária.* In Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 29º Intercom, 2006, Brasília.

Peruzzo, C. M. K. (2008a) *Aproximações entre comunicação popular e comunitária e a imprensa alternativa no Brasil na era do ciberespaço*. In: Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 31º, Natal, RN.

Pasti. A. (2015). *As novas políticas de comunicação na América Latina e os círculos ascendentes de informação*. XI Encontro Nacional da ANPEGE. ISSN 2175-8875 Disponível em www.enanpege,ggf,br/2015

Sager. F. (2011). *Una aproximación al concepto de Comunicación Alternativa*. Question: Revista Especializada en Periodismo y Comunicación. Publicación trimestral. ISSN 1669-6581. Disponível em http://perio.unlp.edu.ar/ojs/index.php/question/index

Torres, B. A. (2009). *O movimento de democratização do rádio no panorama latino-americano.* VII Encontro Nacional de História da Mídia. *Mídia alternativa e alternativas midiáticas*. 19 a 21 de agosto de 2009. Fortaleza/CE

Vinelli, N. (2013). *De la posibilidad de existencia a las condiciones de funcionamento aceptadas.* Las dificultades des encuadramiento de la alternatividad dentro de la categoria sin fines de lucro. Avatar de la comunicación y la cultura, nº 6, deciembre de 2013. ISSN 1853-5925

Vinelli, N. (2010). *La comunicacion alternativa desde uma perspectiva de transformación*. In Downing, John. Encyclpedia of social Movement Media. SAGE. USA. Julio de 2010

O discurso sobre o território do tabaco: os sentidos construídos a partir dos textos jornalísticos

The discourse on the territory of tobacco: the senses constructed from the journalistic texts

Vanessa Costa de Oliveira[119]

Resumo
O território do tabaco, localizado no sul do Brasil, se caracteriza pela produção de fumo em pequenas propriedades familiares, que vendem suas produções para grandes empresas beneficiadoras das folhas. O Brasil é o maior exportador de tabaco do mundo e o segundo maior produtor. Cerca de 98% dessa produção ocorre no que se está denominando aqui de território do tabaco. Diante disso, e da compreensão de que a mídia influencia a construção de sentidos da sociedade sobre os mais variados temas, propõe-se nesse artigo identificar os discursos jornalísticos acerca desse território. Os veículos selecionados constituem diferentes tipos de prática jornalística: A *Agência Pública*, com um jornalismo nacional que se apresenta como uma alternativa à mídia tradicional, e o jornal *Gazeta do Sul*, regional, caracterizado aqui como comercial e hegemônico na região onde atua, no Vale do Rio Pardo (RS), inserido no território do tabaco. A metodologia aplicada foi a análise de discurso e, a partir da identificação de formações discursivas, evidenciou-se que os veículos apresentam discursos antagônicos sobre o mesmo território, sobre a mesma produção de tabaco.

Palavras-chave: Território do tabaco, discurso, jornalismo, *Agência Pública*, *Gazeta do Sul*.

Introdução

A produção jornalística insere-se em um processo produtivo cultural, o que implica na interferência da cultura e das experiências sociais nas quais esse processo está inserido, assim como os jornalistas, as fontes e as próprias instituições de mídia. A cultura é entendida aqui, cabe destacar, a partir da proposição de Williams (1989), que conceitua a cultura como o modo de vida dos indivíduos, bem como os sentidos atribuídos a essa maneira de viver.
Martín Barbero (2003) chama a atenção para a natureza comunicativa da cultura. Ao discutir a centralidade da cultura, Hall (1997) se concentra em apresentar essa centralidade por meio da mídia e, assim, também expõe a centralidade do jornalismo e da difusão de informação possibilitada pelos meios de comunicação. “A expressão “centralidade da cultura” indica aqui a forma como a cultura penetra em cada recanto da vida social contemporânea [...] A cultura está presente nas vozes e imagens incorpóreas que nos interpelam das telas [...].” (Hall, 1997, p.5). Para o pesquisador, a mídia é a responsável por, dentro de um processo cultural, enredar as revoluções de cultura em nível global. Esse movimento impacta os modos de vida (as culturas) e, consequentemente o sentido que

[119] Doutoranda do Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento Regional da Universidade de Santa Cruz do Sul – Brasil. Email: nessa.costa.oliveira@gmail.com.

essas pessoas dão às suas vidas e ao mundo que as cerca. Portanto a mídia, e nela, principalmente, o jornalismo, influenciam na construção desse sentido.

Assim, a proposta desse artigo é identificar o discurso sobre o território do tabaco a partir de veículos de comunicação: a *Pública – Agência de Jornalismo Investigativo*[120] e o jornal *Gazeta do Sul*. O primeiro, um veículo de abrangência nacional, com sede em São Paulo, e que se apresenta como independente; o segundo, um jornal impresso regional, sediado em Santa Cruz do Sul, no vale do Rio Pardo, que se caracteriza como de tipo comercial e hegemônico em tal região[121].

Compreende-se por território do tabaco uma determinada porção territorial ao sul do Brasil, responsável por mais de 98% da produção de tabaco no Brasil, de acordo com dados da AFUBRA (2017). O Brasil, por sua vez, é o maior exportador de tabaco do mundo. Diante desses dados, e das relações culturais, políticas e econômicas que se relacionam à produção de tabaco, é que esse artigo propõem identificar os discursos jornalísticos sobre esse recorte territorial.

Inicialmente, o artigo apresenta o território do tabaco, com um destaque especial para a região do Vale do Rio Pardo, no estado do Rio Grande do Sul. Na safra de 2014/2015, três, dos cinco maiores municípios produtores de tabaco no estado, são do Vale do Rio Pardo: Venâncio Aires, Santa Cruz do Sul e Candelária (AFUBRA, 2017). Além disso, Santa Cruz do Sul concentra usinas de processamento de tabaco.

Na sequência, apresenta os veículos *Pública* e *Gazeta do Sul*, a partir de diferentes perspectivas institucionais, uma independente e alternativa ao modelo comercial, e o outro comercial e hegemônico, buscando localizar, historicamente, como esses modelos vão se constituindo no Brasil e no mundo.

Já a análise de discurso, metodologia utilizada para identificar os discursos jornalísticos dos veículos e feita ao final do artigo, a partir de duas reportagens selecionadas. *Sob a fumaça, a dependência*[122], da Pública, publicada no dia 26 de outubro de 2015, e *A hora de o tabaco mostrar a sua força*, do jornal *Gazeta do Sul*, publicada no dia 20 de julho de 2016.

O território do tabaco

O solo do Sul do Brasil recebe as primeiras plantações de tabaco no século XIX, com a chegada de famílias de imigrantes italianos e alemães, que colonizaram as regiões onde se instalaram, por meio da gradativa produção colonial de diversos cultivos, entre eles, o fumo.A planta passou a ter destaque na economia mercantil dessas áreas e, nas décadas seguintes, de acordo com Silveira (2013), possibilitou o desenvolvimento de empresas locais de processamento de tabaco e fabricação de cigarro, principalmente nos municípios gaúchos de Santa Cruz do Sul e Venâncio Aires. A produção de tabaco, que coloca o Brasil, na atualidade, em segundo lugar no ranking de produção mundial da planta, atrás apenas da China (Anuário Brasileiro do Tabaco, 2017), é realizada desde os primeiros colonizadores que trouxeram a cultura até a contemporaneidade, majoritariamente em pequenas propriedades familiares, sob o controle hegemônico do capital multinacional (Hoff, 2014).

[120] apublica.org

[121] Cabe destacar que a análise da reportagem da Agência Pública constitui parte da pesquisa de mestrado de uma das autoras.

[122] http://apublica.org/2015/10/sob-a-fumaca-a-dependencia/

O território do tabaco e, nele, suas práticas culturais, práticas essas compreendidas pelo modo de vida das pessoas, permite refletir sobre como a sociedade se organiza em torno das práticas nesse território, que carrega uma série de significados.
Como afirma Etges (2005),

> Um território só existe a partir da materialidade que lhe é dada pelo seu uso. Mais do que simples base física, um território traz a marca de gerações que ali viveram e trabalharam; é resultado dos embates políticos, econômicos e sociais que se travaram entre seus habitantes [...], acima de tudo, é resultante do tipo de organização social ali criada. (Etges, 2005, p.12)

Por território, portanto, compreende-se a apropriação de determinado espaço resultante das relações de poder e da ação social dos diferentes atores (Flores, 2006). Trata-se de um espaço de construção social, relacionado aos limites geográficos, mas não só, "é o resultado de uma ação social que, de forma concreta e abstrata, se apropria de um espaço (tanto física, como simbolicamente)" (Flores, 2006, p.4). Nesse sentido, Etges (2001) complementa ao dizer que o território é, também, um campo de contradições entre o Estado e o mercado e entre o uso econômico e o uso social dos recursos.
Já a territorialidade depende das normas e valores sociais e culturais vigentes no território (Pecqueur, 2005); é formada pelas relações sociais, tanto existenciais quanto de produção (Raffestin, 1993). A proposta aqui é dar luz à territorialidade do território do tabaco, visto que, como afirma Raffestin (1993), ela consiste naquilo que é vivido no território em todas as dimensões, o que leva às práticas desse território e, consequentemente, às suas relações culturais.
A territorialidade, como mostra o autor, se dá nas relações mantidas pelos indivíduos, sua maneira de pertencer àquela sociedade, por meio de mediadores ou instrumentos. Em outras palavras, territorialidade é:

> A multidimensionalidade do vivido territorial por meio de um conjunto de relações fomentadas pelo homem que pertence a uma sociedade, geradora de exclusividades, com relações exteriores promotoras de alteridades e mediadas através de instrumentos tais como língua, religião, cultura, trabalho, dentre outros. (Raffestin, 1993, p.161)

Toma-se, portanto, o território do tabaco como parte da região Sul do país, nos estados do Rio Grande do Sul, Santa Catarina e Paraná, mas o foco é voltado à região do Vale do Rio Pardo, no Rio Grande do Sul, sede do jornal *Gazeta do Sul* e palco das discussões públicas sobre o tema, dada sua representatividade produtiva e industrial.
Se a produção de tabaco no sul em pequenas propriedades familiares data meados do século XIX, é no final do século XX, por volta de 1970, que se intensifica na região do Vale do Rio Pardo, o processo de agroindustrialização. Esse processo se deu, de acordo com Silveira (2013), por meio da ampliação do cultivo, da modernização do processamento e do aumento da exportação do fumo em folha. Dutra e Hilsinger (2013) apontam que foi nesse período que a fumicultura passou a ter o predomínio do capital internacional, através da venda para empresas norte-americanas, alemãs e francesas, que passam a se instalar na região, fortalecendo o processo de agroindustrialização do tabaco.
O território do tabaco, portanto, vem sendo construído desde o século XIX e a sociedade vai se organizando em torno dessa prática que tem influência direta na territorialidade do lugar. "Nos últimos 15 anos, [...] a expansão da cultura do tabaco [...] revela permanências e mudanças no modo de produção de tabaco com importantes reflexos nas dinâmicas de

organização espacial, de relações socioeconômicas, e de usos do território" (Silveira, 2013, p.10).

Das 719.392 toneladas de tabaco produzidas no Brasil na safra 2016/17, 705.930 foram na região Sul, nos estados do Rio Grande do Sul, Santa Catarina e Paraná (Anuário Brasileiro do Tabaco, 2017), o que constitui mais de 97% da produção. Dado o destaque da produção no sul do país, se estabelece na região o que se chama nessa pesquisa de território do tabaco.

De acordo com Vargas (2013), em 2007 a cultura do fumo respondia por 66,4% do Valor Bruto da Produção de agricultura na região do VRP, onde se produz 20% do tabaco brasileiro, sendo, portanto, a cultura do fumo fonte importante para a geração de riqueza local e, a região, um importante elo na indústria fumageira no Brasil. A maioria dos 25 municípios da região "é substancialmente dependente das atividades associadas à cultura do fumo e à indústria fumageira" (Vargas, 2013, p.133).

Dutra e Hilsinger (2013) destacam que a expansão e a qualidade da produção de tabaco no Sul do país são acompanhadas de uma crescente subordinação econômica e dependência tecnológica dos produtores em relação às empresas multinacionais que dominam o mercado do tabaco mundial e controlam, de forma hegemônica, todo o processo de agroindustrialização do produto.Isso se dá devido à organização do mercado mundial de tabaco em folha, que é disposto sob o domínio hegemônico de um pequeno grupo de grandes multinacionais que controlam não apenas o fornecimento do tabaco, como também a sua comercialização para as indústrias de cigarro (Dornelles & Silveira, 2013).

Na articulação política e econômica no território, surgem entidades como o Sindicato das Indústrias do Tabaco (Sinditabaco) e a Associação dos Fumicultores do Brasil (Afubra), ambos com sede em Santa Cruz do Sul. Nas disputas do território, também surgem outras entidades representativas, que fazem um movimento na direção contrária, como o Centro de Apoio e Promoção da Agroecologia (CAPA) e o Movimento dos Pequenos Agricultores (MPA).

> Esses diferentes atores, com distintos interesses políticos e estratégias diferenciadas de ação ditadas pela sua posição política na disputa em relação à apropriação e à distribuição dos ganhos advindos com a cultura do tabaco, têm participado ativamente do processo de organização espacial e de usos do território na região. (Dornelles & Silveira, 2013)

As contradições existentes no território evidenciam a subordinação técnica e econômica dos pequenos produtores de tabaco a exploração do trabalho familiar pelo capital agroindustrial. "[...] As empresas multinacionais materializam uma dada organização espacial que lhes seja interessante [...] ao processo de reprodução do capital" (Dornelles & Silveira, 2013, p.35).

A existência dessas empresas no Vale do Rio Pardo reflete, inclusive, no modo de vida urbano dos municípios, como por exemplo, com a forte presença de estrangeiros, que residem na região em razão dos seus empregos nas multinacionais. Outro fator é o número de empregos urbanos, sejam diretos, indiretos, safristas, ou permanentes. De acordo com o Afubra (2017), no Brasil, na safra de 2016/2017, foram 697.158 empregos diretos nas lavouras de fumo e aproximadamente 1,5 milhão de empregos indiretos gerados pela cadeia produtiva do tabaco.

Para além das questões econômicas e empresariais, é preciso compreender quem é o produtor de tabaco. Como dito, as plantações de fumo iniciaram como produções familiares e assim se mantém. O tabaco é produzido pela agricultura familiar e, no sul do Brasil, em

99,2% dos casos, em propriedades de até 50 hectares, sendo que a maioria não possui mais de 10 hectares e 40 mil famílias nem possuem terras próprias, produzindo tabaco em trabalhos de parcerias (Afubra, 2017). De acordo com dados da Afubra (2017) o tamanho médio das propriedades é de 15,2 hectares por família.

Apesar do grande número de empregos e pela lucratividade na produção, Dutra e Hilsinger (2013) chamam a atenção para alguns dos problemas ocasionados pela fumicultura, como os de ordem ambiental e de saúde do produtor. No que diz respeito ao meio ambiente, os autores destacam a poluição da água, devido ao alto índice de agrotóxicos utilizados. Já com relação à saúde, destacam a intoxicação dos produtores pelo manuseio dos agrotóxicos e do contato direto com a planta, uma vez que a produção de tabaco é extremamente manual. Os autores mencionam ainda o trabalho infantil nas propriedades, como uma atividade degradante.

É interessante observar a construção da territorialidade. Se de um lado, se tem as lógicas territoriais promovidas pela indústria e todo o reflexo que isso gera no modo de viver dos indivíduos, de outro, a presença da indústria e, consequentemente do capital estrangeiro se dá em razão do que Silveira e Dornelles (2013) chamam de atributos territoriais, como as condições ambientais favoráveis ao cultivo do tabaco, o conhecimento dos agricultores e a elevada qualidade de produção versus o baixo custo da mão de obra familiar.As práticas territoriais interferem não apenas na economia e na articulação política dos municípios, mas nas relações culturais que se estabelecem, como por exemplo, o trabalho da imprensa, que reflete essas contradições.

Agência Pública *e* Gazeta do Sul*: dois modelos diferentes de jornalismo*

Desde o seu aparecimento, o jornal estava muito próximo ao desenvolvimento da economia de mercado, sendo um filho legítimo da Revolução Francesa (Marcondes Filho, 1989). E, após estabelecer seu poder na sociedade a imprensa se desenvolve lentamente dentro dos moldes capitalistas. Daí vem a competitividade entre a mídia na disputa de mercado, responsável pelo tipo de produção e conteúdo jornalístico que se tem hoje, ou seja, que prioriza o lucro em detrimento da informação de interesse público (Marcondes Filho, 2000), um modelo de jornalismo que, além de comercial, é o convencional, o hegemônico.

Diante dos interesses comerciais, os jornalistas ficam impedidos de exercer sua atividade como deveria ser. Marcondes Filho (1989) sintetiza essa relação:

> O jornalismo, via de regra, atua junto com grandes forças econômicas e sociais: um conglomerado jornalístico raramente fala sozinho. Ele é ao mesmo tempo a voz de outros conglomerados econômicos ou grupos políticos que querem dar às suas opiniões subjetivas e particularistas o foro da objetividade. (MARCONDES FILHO, 1989, p.11).

Esse formato de indústria da notícia, nesse modelo de concentração de veículos que irá se chamar aqui de comercial, se estabeleceu ao longo dos anos dentro de um processo histórico cultural. O que não é noticiado por esses grupos, não necessariamente se perde, mas certamente passa despercebido para boa parte das pessoas. Assim, é menos possível que um desses veículos hegemônicos de comunicação faça uma reportagem investigativa sobre empresas privadas, às vezes, inclusive, sobre o próprio poder público, e o assunto, que deveria ser de interesse da sociedade, fica longe dos holofotes da mídia.

Assim, o afastamento que ocorre entre o jornalismo e o debate público é causado, como se pode constatar, por uma pressão do mercado, algumas vezes inclusive global, responsável

por transformar o interesse público em interesse comercial, aproximando o discurso jornalístico de um discurso publicitário (Oliveira, 2009). O que se observa hoje, de acordo com Meyer (2007) é uma crise nos veículos de comunicação, o que também gera uma crise para a sociedade.

Observa-se, no entanto, em diferentes momentos da história recente, no final do século XX e início deste século XXI, observam-se iniciativas que buscam romper com esse tipo de fazer jornalismo. Esse modelo de jornalismo comercial deixa de responder às necessidades de determinados grupos na sociedade. Essas iniciativas mantêm algumas semelhanças com o jornalismo tradicional, mas traz, também, suas diferenças, inclusive entre si. Para Gadini (2014), um jornalismo que tenha sua produção condicionada pela perspectiva do interesse coletivo, gera melhores condições para o exercício da cidadania.

O jornal *Gazeta do Sul*, um jornal regional do Vale do Rio Pardo, no Rio Grande do Sul, com sede em Santa Cruz do Sul, e, portanto, inserido no território do tabaco, é tratado aqui como do tipo comercial e hegemônico. Fundado em janeiro de 1945, trata-se do jornal diário de maior circulação na região onde atua. O surgimento do veículo impresso nasce de uma inconformidade da população de Santa Cruz do Sul com a inexistência de um jornal no município. O jornal anterior havia, o Kolonie, foi extinto quatro anos antes, em 1941, por causa da Segunda Guerra Mundial. Cabe destacar que nessa época Santa Cruz do Sul vivia um florescimento socioeconômico.

De acordo com informações do próprio jornal, trata-se do único impresso com circulação diária no Vale do Rio Pardo, bem como o de maior circulação em Santa Cruz do Sul, ocupando, ainda, o quinto lugar em número de exemplares entre os jornais gaúchos (Portal Gaz, 2017, p.1). A circulação da *Gazeta do Sul*, em 2017, atinge 29 municípios, entre o Vale do Rio Pardo e também a região Centro-Serra, além de Porto Alegre, com uma média de 12 mil exemplares diários. De acordo com Schuster (2011), a política editorial da *Gazeta do Sul* cria e mantém um discurso homogeneizador da cultura de Santa Cruz do Sul, e também de seus atores e episódios. Complementa-se a afirmação da autora, a partir do perfil regional do jornal, de que se trata de um discurso homogeneizador da região.

A *Agência Pública*, por sua vez, teve sua fundação em junho de 2011, e se enquadra nesse rol de iniciativas jornalísticas que se colocam como alternativas ao jornalismo comercial e hegemônico. As jornalistas idealizadoras da agência, Natalia Viana, Marina Amaral e Tatiana Merlino[123], tiveram diferentes experiências em veículos da mídia comercial, e fazem um movimento que tem sido observado na área, nos últimos anos, de profissionais que buscam um jornalismo sem fins lucrativos e, ou, apartidário e empreendem novos projetos.

Com sede em São Paulo e no Rio de Janeiro[124], a agência se diz pioneira no Brasil[125] dentro de um modelo sem fins lucrativos, no intuito de manter a independência editorial. Em seu site, apresenta-se da seguinte maneira: "A *Pública* distingue-se por aliar preocupação social com jornalismo independente e de credibilidade. Nossa missão é produzir jornalismo investigativo e fomentar o jornalismo independente na América Latina" (Pública, 2017, p.1).

---

[123] A jornalista Tatiana Merlino deixou a equipe da *Pública* ainda em 2011.

[124] Inaugurada em março de 2016, a *Casa Pública*, no Rio de Janeiro, se apresenta como "o primeiro centro cultural de jornalismo no Brasil" (Pública, 2016d). Trata-se de um centro "para produção, fomento, discussão e apoio ao jornalismo independente e inovador no Brasil e na América Latina". Já em São Paulo, fica a redação da Pública.

[125] Identificou-se pelo menos duas iniciativas jornalísticas, anteriores a 2011, que também distribuem seu conteúdo de forma gratuita: a Ecoagência (2004) e a Agência das Favelas (2001).

As investigações da *Pública* têm como foco a administração pública, os impactos sociais e ambientais das empresas - incluindo suas práticas de corrupção e transparência -, o Poder Judiciário, e a violência contra vulneráveis na cidade e no campo.

O discurso sobre o território do tabaco: os sentidos construídos a partir dos textos jornalísticos

O recorte deste artigo, para a identificação do discurso acerca do território do tabaco, bem como os sentidos construídos a partir de textos jornalísticos, se dá em uma reportagem investigativa da *Agência Pública*, denominada *Sob a fumaça, a dependência*, publicada em 26 de outubro de 2015, e a edição de 20 de julho de 2015, do jornal *Gazeta do Sul*, que traz como manchete a chamada *Tabaco para ministro ver*. Nesta edição, selecionou-se uma espécie de editorial, publicado em uma sobrecapa, intitulado "Bem-vindo, ministro", e também a reportagem especial, sob o título "A hora de o tabaco mostrar a sua força", publicada nas páginas 12 e 13.

Cabe destacar que não se trata de uma análise comparativa, dada as diferenças de ambos os veículos enquanto instituições jornalísticas, assim como sua diferença em relação às pautas que costumam cobrir. Essa análise, em verdade, pretende justamente identificar e observar as diferenças entre os discursos de ambos os veículos, considerando suas peculiaridades e eixos de cobertura.

A análise desse artigo toma como método a análise de discurso (AD) filiada à Escola Francesa, que tem como base a interdisciplinaridade e uma articulação entre a linguística, o marxismo e a psicanálise. A AD francesa se caracteriza pelo assujeitamento do emissor, que se expressaria por meio da incorporação de discursos sociais, como o jornalístico (Manhães, 2006). Não se trata, porém, de um sistema de ideias, nem de uma totalidade estratificada, como lembra Maingueneau (2008), ou algo que se possa fragmentar de uma forma mecânica. Trata-se, sim, de um sistema de regras que define a especificidade de uma enunciação e a intenção do autor nas entrelinhas desses enunciados.

Nesse artigo, são identificadas as *formações discursivas* (FD) nos textos. Ela permite compreender como ocorre a produção dos sentidos e possibilita que o pesquisador estabeleça regularidades no funcionamento do discurso (Orlandi, 2003, p.43): "A formação discursiva se define como aquilo que numa formação ideológica dada [...] determina o que pode e deve ser dito". Benetti (2007) afirma que para a análise dos sentidos dos discursos jornalísticos, como se propõem nesse artigo, é a identificação das FDs, definida pela autora com uma região de sentidos. Cada formação discursiva é composta por sequências discursivas (SDs) que dão sentidos ao texto. A identificação das FDs se deu a partir de marcadores no texto acerca do território do tabaco e suas relações.

Revestido de credibilidade, o discurso jornalístico se constitui a partir de um modo de produção próprio e comum entre os diferentes veículos, que se dá, principalmente, por meio de critérios de noticiabilidade. Contudo, Felippi (2008) destaca que há também um modo particular em que esse discurso esse estabelece, qual seja, por meio da condição de produção de cada veículo: sua linha editorial, suas relações com anunciantes e até mesmo a composição da equipe jornalística. Esses aspectos, aliás, é que diferencia, substancialmente, a Agência Pública e o jornal Gazeta do Sul, como apresentado.

***O discurso da* Agência Pública**

A reportagem da Agência Pública, *Sob a fumaça, a dependência*[126], trata da produção de tabaco no sul do Brasil, e apresenta casos de municípios do Rio Grande do Sul e do Paraná, especialmente no que diz respeito à saúde das famílias produtoras de fumo e de como se dá a relação dessas com as empresas que beneficiam a planta. O texto também apresenta casos de produtores que buscam fazer a troca do tabaco por outras culturas.

Identificaram-se, na reportagem, as formações discursivas apresentadas na sequência, que foram numeradas e nomeadas indicando o seu sentido principal. No que diz respeito aos sentidos presentes na reportagem, foram dez as FDs, com inúmeras SDs em cada uma delas. Buscou-se observar FDs que apresentassem sentidos amplos, a fim de dar conta de todo o conteúdo da reportagem. Elas serão apresentadas na sequência, na ordem em que foram identificadas no texto e com o destaque de algumas SDs.

A primeira FD identificada é a *Diversificação de cultura* (FD1). Enquadrou-se aqui, discursos que de maneira explícita, ou não, buscaram mostrar a possibilidade não apenas de trocar a cultura do tabaco por outra, como também diversificar a cultura nas propriedades, como mostram algumas SDs a seguir. Utiliza-se o grifo em negrito para destacar as marcas que configuram a formação discursiva.

> Hoje, as terras dos Richter **não têm um só pé de fumo. Os jovens produzem morango, hortaliças, temperos**. Entregam em feiras e para iniciativas de compras públicas, como o Programa Nacional de Alimentação Escolar (Pnae). Na busca por diversificar receitas, também vendem a professores da Uergs. (SD4). (Peres & Silva Neto, 2015, p.1)

Foram observadas 10 sequências discursivas na FD1, que tratou sobre a diversificação de culturas no que toca a relação de agricultores do sul do Brasil com a produção de tabaco. A análise de discurso, quando se propõe identificar os sentidos do texto, pressupõe que as formações discursivas são decorrência de uma estrutura externa ao texto (Benetti, 2007).

A FD2 é sobre a *etnia germânica* preponderante na região do Vale do Rio Pardo, onde parte da pauta foi apurada, e região que integra o território do tabaco, que está diretamente relacionada aos primórdios da produção de tabaco na região. Ainda que a FD2 tenha apresentado menos SDs perante as outras, apenas 4, ela é trazida para o contexto de análise dada sua importância em determinadas discussões feitas no texto.

> A **ascendência é germânica**, algo que fica expresso no **sotaque**. Os antepassados chegaram ao Brasil durante o grande fluxo imigratório no século 19, caso da maioria das pessoas que mora na região do Vale do Rio Pardo, no interior do Rio Grande do Sul, especialmente nos municípios de Santa Cruz do Sul e Venâncio Aires. (SD1). (Peres & Silva Neto, 2015, p.1)

A *dependência produtiva* foi identificada como a FD3, com 11SDs. Nessa formação discursiva foram observadas marcas relacionadas à produção de tabaco e, mais especificamente, a dificuldade que as famílias de agricultores possuem em abandonar essa cultura, por inúmeros fatores. Consequentemente, evidencia a dependência econômica gerada pelo setor.

> "Qual é a cultura que tem garantia de compra? É o fumo. Por mais que seja ruim a relação, o agricultor plantou, sabe que vai vender." A fala de Paulo Perna resume o que pensam muitos agricultores, inclusive Lídia: **como escapar a essa cultura do fumo**? Quando se escapa, acaba-se expulso. (SD6). (Peres & Silva Neto, 2015, p.1)

[126] https://apublica.org/2015/10/sob-a-fumaca-a-dependencia/

Outra FD, a quarta, também abarca a questão da dependência, mas dessa vez a *dependência cultural*. De acordo com o discurso da reportagem, além das questões econômicas e dos contratos com as indústrias do tabaco, que acabam aprisionando o agricultor, existe ainda a questão cultural na produção. Ou, em outras palavras, o fato de a produção de tabaco ser característica da região e estar nas famílias por muitas gerações. Identificaram-se 9SDs na FD4.

> Talvez as propriedades antigas que guardam **lembranças dos avós e bisavós**, ou mesmo de **antepassados mais distantes** que **iniciaram as lavouras de tabaco** expliquem. Ali, o trabalho está **cravado em mentese corpos como parte da genealogia**. Idosos, jovens e crianças. Mulheres e homens. A **herança** faz com que **gerações sigam a espalhar o monocultivo das folhas de fumo por quilômetros de solo**. (SD3). (Peres & Silva Neto, 2015, p.1)

Uma das formações discursivas que teve mais sequências foi a FD5 *Suicídio*. Logo na apresentação da reportagem, Venâncio Aires, município do Vale do Rio Pardo, é apresentado como um dos líderes em suicídios no país. O assunto ganha, inclusive, um dos subtítulos da reportagem, o que denota a importância que a informação ganha no texto. Foram identificadas 16SDs, das quais algumas são destacadas abaixo.

> "[...] Pensei várias vezes em **acabar com a minha vida**, mas continuo aqui pelas minhas filhas". (SD15). (Peres & Silva Neto, 2015, p.1)

O *trabalho infantil* também foi uma formação discursiva com bastante evidência na reportagem, sendo identificado com a FD6, com 15SDs. A prática, apesar de ilegal hoje em dia, estava implícita nas falas dos entrevistados, fosse ao relembrar o passado dos adultos ou mesmo dos jovens.

> Além disso, **9% dos filhos abaixo de 12 anos contribuem na lavoura.** Outros estudos da Unisc indicam que **as crianças sofrem mais que os adultos com os agrotóxicos** e citam déficit de crescimento e de cognição, além de desnutrição, como **consequências do trabalho infantil nas plantações de fumo**. (SD14). (Peres & Silva Neto, 2015, p.1)

Uma das grandes motivações da reportagem, de acordo com Silva Neto (2015a), era relacionada à *saúde* das pessoas que trabalham nas lavouras de fumo. Não casualmente, por tanto, essa foi a FD7 encontrada, com 10SDs. A FD7 aparece na reportagem tanto associada a doenças causadas pela própria folha de tabaco, quanto pelos agrotóxicos utilizados na plantação e, também, diretamente ligado ao suicídio, uma formação discursiva já abordada.

> [...] Glacy **é quem sente mais**. E revela **os males que lhe atacam o corpo**. Ela não o faz, contudo, em tom de desabafo. Conta a situação quase como uma confissão de culpa. [...] **"Fico ruim se colher fumo molhado de sereno. Tenho ânsia de vômito, dor de cabeça, acabo de cama.** É a nicotina [liberada pela folha], acho, quando a folha do tabaco está verde." (SD8). (Peres & Silva Neto, 2015, p.1)

A reportagem da Pública reflete sobre a produção de tabaco pelo viés humano e, portanto, aborda o tema na perspectiva dessa preocupação com os sujeitos e suas condicionalidades. A FD8 constitui o principal aspecto do texto, *o desequilíbrio* entre produtores e indústrias, sendo observada em 22SDs.

> [...] Além de **acorrentados ao sistema integrado**, os pequenos agricultores são **reféns dos métodos das fumageiras no que se refere ao ritmo de mercado** e aos preços do fumo. E as empresas têm peso político. (SD16). (Peres & Silva Neto, 2015, p.1)

É possível observar pelos trechos destacados, que a abordagem do *desequilíbrio* feita pela reportagem, não é apenas no sentido econômico, mas também humano e de trabalho. A reportagem evidencia um sentido de poder total por parte da indústria fumageira, que retém a maior parte dos lucros e que, para isso, também coloca o produtor de tabaco dentro de um sistema do qual é difícil sair, como os próprios relataram. Para isso, o texto apresenta dados das principais entidades do setor, bem como entrevistas com pesquisadores e juristas que auxiliam a construir o sentido de que o território do tabaco é uma região dependente da produção de fumo e, consequentemente, da sua indústria, bem como possui sérios problemas de saúde em decorrência desse sistema.
A reportagem apresenta ainda mais duas formações discursivas: a FD9, com três longas sequências discursivas, mostra ao leitor como funciona o *processo de produção do tabaco*; e a FD10, com 5SDs traz informações sobre os *contratos* firmados entre empresas e agricultor.

> **O trabalho é todo manual**, delicado. Não há mecanização que possa assessorar o produtor. Geralmente **em maio, no caso gaúcho, inicia-se a feitura dos canteiros, o que dura até junho. De julho a setembro, milhares de mudas são plantadas**, uma a uma. Na sequência, vem o **ciclo de manutenção e a aplicação de agrotóxicos**. [...]. (FD9 – SD2). (Peres & Silva Neto, 2015, p.1)

> É assim que se constrói a cadeia que coloca os pequenos produtores na condição de empregados na própria terra, num esquema imposto pelas empresas. Tal lógica persegue, realmente, a previsibilidade e a segurança, mas não para o trabalhador do campo. **As garantias são voltadas para o cumprimento dos contratos de exportação de fumo em folha com o mercado internacional. [...] O ritual de assinatura dos contratos se repete todos os anos**. [...] (FD10 – SD4). (Peres & Silva Neto, 2015, p.1)

Identificar as formações discursivas na reportagem não diz apenas dos sentidos presentes nos textos e das informações que foram levadas ao leitor. A formações discursivas identificadas na reportagem investigativa da Pública levam ao leitor um discurso que informa a dependência econômica e cultural do território do tabaco em relação a produção de fumo, e também o desequilíbrio de forças e de poder existente entre produtores e empresas beneficiadoras. Mesmo que em algum momento, como se mostrou nos trechos destacados, a reportagem apresente os números em relação às exportações e lucros gerados pela produção de tabaco, de uma maneira geral, o que se observa, é uma coerência no que diz respeito à sua política editorial.

O discurso do jornal Gazeta do Sul

Diferente da reportagem da *Agência Pública*, a pauta do jornal *Gazeta do Sul* tinha como objetivo noticiar a visita do então ministro da agricultura, Blairo Maiggi a região do Vale do Rio Pardo (RS) e mostrar o que o ministro encontraria em termos de produção de tabaco e suas potencialidades.
Assim como feito com a reportagem da *Agência Pública*, identificou-se nos textos da edição de 20 de julho de 2016 do jornal *Gazeta do Sul* as formações discursivas e suas respectivas sequências discursivas, considerando os marcadores no texto acerca do território do tabaco. Por tratar-se de uma mesma pauta, as formações discursivas foram identificadas no

conjunto dos dois textos, e não de forma individual. Selecionou-se o editorial *Bem-vindo, ministro*, publicado na sobrecapa do jornal, e também a reportagem especial *A hora de o tabaco mostrar sua força*, nas páginas 12 e 13.
Foram identificadas sete formações discursivas. A primeira delas, e com o maior número de sequências discursivas, dando o principal sentido ao discurso proferido pela *Gazeta do Sul*, é o da *Prosperidade econômica e produtiva* (FD1), com 13 sequências discursivas. De acordo com o Anuário Brasileiro do Tabaco (2017), na safra 2016/2017, o ganho por pessoa na produção de tabaco foi de R$1.926,73. Destaca-se as SDs abaixo.

> [...] produto que **move a economia** e faz de Santa Cruz do Sul um dos municípios mais **pujantes** do Estado. (SD1)
>
> O tabaco é **um item importante do agronegócio nacional** e assim merece ser tratado. **Gera emprego, renda e riquezas para milhares de famílias no campo e na cidade.** (SD3)
>
> [...] **atividade pujante**, cujos efeitos, em todo o Sul do Brasil, se traduzem em **progresso**. (SD6)
>
> "Tem verdades que agora ele mesmo vai poder ver aqui, como **o que conseguimos produzir e a renda que arrecadamos** [...]. (SD10)
>
> Por ano, Klafke **planta cerca de 175 mil pés de tabaco em uma área de 11 hectares**. A estimativa de **renda bruta para esta safra é de R$260,7 mil**. (SD11)

Quando o discurso jornalístico da *Gazeta do Sul* menciona algum problema enfrentado no território do tabaco, ele menciona o *contrabando* de cigarros. A FD2, com duas SDs, dá conta disso, como no trecho a seguir.

> Maggi [...] virá conhecer a realidade da fumilcultura em um momento sensível para o setor, que vive a expectativa da COP7 e **vem sofrendo com a expansão do contrabando** [...]. (SD2)

Um outro sentido dado ao território do tabaco pelo jornal, foi o de *prosperidade social* (FD3), ainda que de maneira bastante sutil. Nas duas sequências discursivas encontradas sobre esse aspecto, no entanto, o social apareceu atrelado ao econômico, evidenciando, uma vez mais, o quanto a riqueza gerada pela produção de tabaco é um aspecto relevante nesse discurso.

> Há mais de 70 anos contamos a expansão e consolidação dessa atividade e acompanhamos seus **inegáveis feitos** e **méritos sociais, culturais, ambientais e econômicos**. (SD2)

A FD4, por sua vez, com duas sequências discursivas, evidencia a *globalização*, por meio de alguns marcadores. Cabe ressaltar que o Brasil é o maior exportador de tabaco do mundo e, em Santa Cruz do Sul, possui o maior complexo industrial de recebimento e processamento da folha de tabaco no Rio Grande do Sul, com empresas de capital internacional.

> [...] maior polo produtivo e industrial do tabaco no **mundo**. (SD1)
>
> [...] a **exportação** do produto para mais de uma centena de países. (SD2)

Dado o perfil de produção e beneficiamento do tabaco, é natural que se estabeleça uma relação comercial entre as empresas fumageiras e os pequenos produtores familiares. Nesse sentido, a FD5 traz duas sequências discursivas que tratam de uma *boa relação entre indústria e produtor.* A SD1 deixa isso bastante evidente.

> Para saber administrar o negócio, Roselene e Sanges realizaram cursos de segurança, organização, limpeza e manuseio de agrotóxicos, disponibilizados pela empresa a qual fornecem o produto final, a Souza Cruz. (SD2)

As *etapas da produção do tabaco* (FD6) apareceram em três sequências discursivas. Ainda o discurso jornalístico não especifique o passo a passo do cultivo do fume pelas famílias de agricultores no território do tabaco, observa-se um sentido de um trabalho que exige dedicação dos produtores.

> Conforme o fumilcultor, além de ouvir os produtores, o ministro aproveitará a oportunidade para conhecer todos os processos que envolvem a produção do tabaco, desde a variedade de sementes e quantidade de produtos químicos, até os canteiros, lavouras e estufas. (SD3)

Por fim, a última formação discursiva identificada, a FD7, é a de *diversificação da agricultura*, em duas sequências discursivas. Interessante observar, no entanto, que as duas vezes em que esse tópico aparece no discurso jornalístico da *Gazeta do Sul*, ele carrega consigo um tom negativo, diferente daquele encontrado na mesmo formação discursiva na reportagem da *Agência Pública*.

> "Se dependermos do milho, em uma pequena propriedade, teremos só 10% da renda que o tabaco nos dá". (SD1).

> A diversificação de culturas é apenas para consumo da família. "Plantamos de tudo. Aipim, feijão, batata-doce. Criamos vacas, porcos, galinhas, mas para subsistência. O único produto com fim comercial é o tabaco". (SD2).

A partir das sete formações discursivas identificadas no jornal *Gazeta do Sul*, que oferecem um sentido para o território do tabaco, observa-se um discurso jornalístico que se preocupa com as questões econômicas, como fica evidente pelo expressivo número de sequências discursivas sobre a prosperidade econômica em detrimento das demais. Por se tratar de um veículo que se constitui nos moldes de uma impressa comercial e hegemônica, trata-se, mais uma vez, um discurso condizente com o tipo de instituição jornalística a qual o jornal *Gazeta do Sul* se enquadra.

Considerações finais

O artigo buscou analisar o discurso jornalístico acerca do território do tabaco, no sul do Brasil, pela *Agência Pública* e pelo jornal *Gazeta do Sul,* por meio da identificação dos sentidos nas formações discursivas encontradas na reportagem "Sob a fumaça a dependência", publicado pela *Pública*, e na edição de 20 de julho de 2006 de *Gazeta do Sul*. Os sentidos que emergem dos textos mostram dois diferentes discursos sobre o território delimitado.Como exposto, os discursos de ambos veículos são condizentes com o tipo de jornalismo que se propõem praticar, bem como com as características das instituições em que estão inseridos.

Na reportagem da *Agência Pública* identificaram-se formações discursivas sobre a dependência que o produtor, e o território, possuem com a produção de fumo e a influência das relações trabalhistas estabelecidas entre produtor e indústrias de beneficiamento do fumo sob esse território. Relações essas, que ganham um sentido de desigualdade e total desequilíbrio.

Já nos textos da *Gazeta do Sul*, o discurso acerca do território do tabaco é outro. O sentido que ganha destaque é o da importância econômica da produção para aquele território, bem como a necessidade da manutenção da cultura fumicultora. Evidenciou-se, também, um discurso que valoriza a relação entre produtores e indústria, como um aspecto fundamental para essa manutenção.

Como dito, o objetivo desse artigo não é estabelecer comparações, visto as diferenças existentes entre os veículos selecionados. No entanto, é interessante observar que em dois discursos jornalísticos que, em tese, são comprometidos com o real, com a fidelidade aos fatos e com o bem informar seus leitores e traduzirem realidades, se tenha identificado sentidos tão distintos, para não dizer opostos, sobre um mesmo território.

A análise de discurso desconstrói essa ideia do discurso jornalístico enquanto retrato fiel da realidade, uma vez que ela expõe as tendências editoriais e os comprometimentos dos veículos. Cabe reforçar as diferenças existentes entre ambos no que diz respeito aos seus vínculos com distintas forças sociais por meio de suas opções editoriais e, portanto, condições de produção, o que também se evidencia nos sentidos identificados nos textos. Essas considerações dão margem para questionar, inclusive, se é possível conceituar o jornalismo e sua prática de maneira generalizadora, quando se encontram tantas diferenças na prática das instituições midiáticas.

Referências

Afubra – Associação de Fumicultores Brasileiros (2017). Disponível em: < afubra.com.br>. Acesso em: 12 jan. 2018.

Anuário Brasileiro Do Tabaco (2017). Santa Cruz do Sul: Editora Gazeta, 2017. Disponível em: < http://www.editoragazeta.com.br/produtos/categoria/agronegocios/>. Acesso em: 12 jan. 2018.

Benetti, M. (2007). *Análise do Discurso em jornalismo: estudo de vozes e sentidos*. In: Lago, C.; Benetti, M. (Orgs.). *Metodologia de pesquisa em jornalismo.* Petrópolis; Vozes, pp. 107-122.

Dornelles, M.; Silveira, R. L. L. da (2013). *A produção de tabaco no sul do Brasil: um olhar geográfico sobre a sua dinâmica produtiva e organização territorial*. In: Silveira, R. L. L. da (Org.). *Tabaco, sociedade e território*: relações e contradições no sul do Brasil. Santa Cruz do Sul: Edunisc.

Dutra, É. J.; Hilsinger, R. (2013). *A cadeia produtiva do tabaco na região sul do Brasil: aspectos quantitativos e qualitativos*. *Geografia, Ensino e Pesquisa*, Santa Maria, v.17, n.3, pp.17-33. Disponível em: <https://periodicos.ufsm.br/geografia/article/view File/12490/pdf>. Acesso em: 9 jan. 2018.

Etges, V. E. (2001). *A região no contexto da globalização: o caso do Vale do Rio Pardo*. In: Vogt, O. P.; Silveira, R. L. L. *Vale do Rio Pardo*: *(re) conhecendo a região*. Santa Cruz do Sul: Edunisc, pp. 351-365.

Etges, V. E. (2005). *Desenvolvimento Regional sustentável: o território como paradigma*. *Redes,* Santa Cruz do Sul, v.10, n.3, p.47-55, set/dez. 2005.

Felippi, Â. C. T. (2008). *Jornalismo e identidade cultural: construção da identidade gaúcha em Zero Hora*. Santa Cruz do Sul: Edunisc. Disponível em: http://www.unisc.br/portal/pt/editora/e-books/61/jornalismo-e-identidadecultural-construcaoda- identidade-gaucha-em-zero-hora.html. Acessado em: 05 jun. 2015.

Flores, M. (2006). *A identidade cultural do território como base de estratégias de desenvolvimento: Uma visão do estado da arte*. Disponível em: <http://indicadores.fecam.org.br/uploads/28/arquivos/4069_FLORES_M_Identidade_Territorial_como_Base_as_Estrategias_Desenvolvimento.pdf>. Acesso em: 10 jan. 2018.

Gadini, S. L. (2014). *Crise de modelos, adaptações tecnológicas e desafios do campo jornalístico*. *Contemporânea*, Salvador, v.12, n.01, jan-abr, 2014. Disponível em: < https://portalseer.ufba.br/index.php/contemporaneaposcom/article/view/9808>. Acesso em: 10 jun. 2016.

Gazeta do Sul, Santa Cruz do Sul, ed.151, 20 de julho de 2016.

Hall, S. (1997). *A centralidade da cultura: notas sobre as revoluções culturais do nosso tempo*. *Cultura, Mídia e Educação - Educação & Realidade*. Porto Alegre, v. 22, n 2, p 15-46, jul./dez.

Hoff, S. (2014). *As relações sociais no cultivo do fumo*. *Redes*, Santa Cruz do Sul, v.19, n.3, pp.31-50.

Maingueneau, D. (1993). *Novas tendências em análise do discurso.* Campinas: Pontes.

Manhães, E. (2006). *Análise do discurso*. In: Duarte, J.; Barros, A. (Orgs.). *Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação.* São Paulo: Atlas, pp. 305-315.

Marcondes Filho, C. (1989). *O capital da notícia*: *jornalismo como produção social da segunda natureza.* São Paulo: Ática.

Marcondes Filho, C. (2000). *Comunicação e jornalismo: a saga dos cães perdidos*. São Paulo: Kacker editores.

Martín Barbero, J. (2003). *Dos meios às mediações*. Rio de Janeiro: UFRJ.

Meyer, Ph. (2007). *Os jornais podem desaparecer? Como salvar o jornalismo na era da informação*. São Paulo: Contexto.

Oliveira, D. de (2009). *Jornalismo alternativo, o utopismo iconoclasta*. In: *SBPJor, Associação Brasileira de Pesquisadores em Jornalismo*, VII Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo, São Paulo.

Orlandi, E. P. (2003). *Análise de Discurso: princípios e procedimentos*. Campinas: Pontes.

Pecqueur, B. (2005). *O desenvolvimento territorial: uma nova abordagem dos processos de desenvolvimento para as economias do sul*. *Raízes*, Campina Grande, v. 24, n. 1-2, p.10-22, jan-dez 2005. Disponível em: <http://www.ufcg.edu.br/~raizes/artigos/Artigo_53.pdf>. Acesso em: 10 jan. 2018.

Peres, J.; Silva Neto, M. (2015). *Sob a fumaça, a dependência*. *Agência Pública*. Disponível em: <http://apublica.org/2015/10/sob-a-fumaca-a-dependencia/>. Acesso em: 26 out. 2015.

Pública (2018). *Quem somos*. Disponível em:<http://PUBLICA.org/quem-somos/#quem-somos>. Acesso em: 10 jan. 2018.

Raffestin, C. (1993). *Por uma geografia do poder*. São Paulo: Ática.

Schuster, P. R. (2011). *Braços cruzados: o discurso do jornal Gazeta do Sul sobre o movimento grevista da década de 1980*. Dissertação de mestrado. Santa Cruz do Sul.

Silveira, R. L. L. da (Org.) (2013). *Tabaco, sociedade e território*: *relações e contradições no sul do Brasil*. Santa Cruz do Sul: Edunisc.

Vargas, M. A. (2013). *Cultivo do tabaco, agricultura familiar e estratégias de diversificação no Brasil: uma análise comparativa em áreas de cultivo de tabaco no Vale do Rio Pardo*. In: Silveira, R. L. L. da (Org.). *Tabaco, sociedade e território*: *relações e contradições no sul do Brasil*. Santa Cruz do Sul: Edunisc.

Williams, R. (1989). *Culture is ordinary*. In: Williams, R. *Resources of hope:* Culture, Democracy, Socialism. London: Verso, pp. 3-14.

Comunicação Pública e Mobilização Social: narrativas, televisualidades e engajamento virtual na campanha em Defesa da Empresa Brasil de Comunicação.

Public Communication and Social Mobilization: narratives, televisualities and virtual engagement in the campaign of Defense of the Empresa Brasil de Comunicação.

Luiz Felipe Novais Falcão[127]

Resumo
O trabalho pretende estudar e analisar o processo de comunicação e a mobilização social na campanha "Frente em Defesa da Empresa Brasil de Comunicação (EBC) e da Comunicação Pública", criada em maio de 2016, na perspectiva da mobilização da sociedade para a defesa da comunicação pública e o canal "Eu apoio a EBC", no *Youtube*. Por meio de vídeos, a campanha encontrou na Internet o "suposto" espaço público comum para reunir os cidadãos em prol da manutenção da EBC e, consequentemente da TV Brasil. O que buscamos é entender, por meio da análise da materialidade audiovisual, as narrativas dos vídeos da campanha e identificar o potencial de mobilização e implicações dessa mobilização social a partir das redes digitais.

Palavras Clave: comunicação pública, mobilização social, EBC.

Tema central

A situação política e especialmente o debate sobre a instância governamental por que vem passando o Brasil desde as denúncias de corrupção a partir da operação Lava-Jato parecem ter convocado os cidadãos à cena de debate. Há uma espécie de imperativo por posicionar-se. A instabilidade política trazida à tona por uma sucessão de fatos desencadeada pela Polícia Federal abriu discussões, acirrou disputas. A polarização política foi acentuada e tornou-se ainda mais explícita na forma com que muitos veículos de comunicação conduziram e ainda conduzem o noticiário. A mobilização em torno do que foi noticiado, a crítica à cobertura jornalística, a vontade de participação de segmentos cada vez maiores da sociedade e ainda a busca por contrapontos, notadamente, tomou redes sociais, discursos acadêmicos, rodas informais de conversa ampliando o debate democrático.
Um dos desdobramentos pode ser observado na TV Pública, e nos debates acerca, sobretudo da TV Brasil, e seu jornalismo. A emissora pública brasileira constituída em 2007, no segundo governo Lula, voltou a atenção para tentar ser a voz que abriu espaço para as visões negligenciadas pelas TVs comerciais, atuando assim na perspectiva de complementariedade, tal como previsto no texto constitucional.
Em 12 de maio de 2016 ocorreu o afastamento da presidente da República Dilma Rousseff e, mesmo antes da decisão definitiva, as consequências chegaram aos veículos de comunicação pública.

[127] Luiz Felipe Novais Falcão, Mestrando na Universidade Federal de Juiz de Fora, Brasil. Email: luizfelipefalcao@gmail.com

Neste ponto, é fundamental voltarmos nossa análise para o afastamento do diretor-presidente da EBC, o jornalista Ricardo Mello, em 17 de maio. É que, contrariando a legislação vigente e toda a história para a construção desse modelo de comunicação Pública estabelecido à época no país, o então presidente em exercício, Michel Temer, exonerou Ricardo Melo e nomeou Laerte Rimoli para o cargo três dias depois. A primeira presidência de Rimoli, interina como a de Temer, durou duas semanas até que o ministro do Supremo Tribunal Federal (STF) José Antônio Dias Toffoli decidiu liminarmente pelo retorno de Melo à presidência.

Uma das reações à situação vivida pela EBC foi a criação de uma campanha em prol da manutenção da empresa nos moldes em que foi pensada e implantada (um modelo capaz de dar vez e voz a parcelas da população que não encontram tanto espaço nas emissoras comerciais). A campanha, intitulada "Frente em Defesa da EBC e da Comunicação Pública" busca, desde 2016, assegurar apoiadores da causa, mobilizar cidadãos capazes de defender um modelo de TV distinto da lógica e da influência do poder financeiro, ou ainda da lógica política governamental.

A mobilização da campanha acontece a partir de, e principalmente, nas redes sociais digitais; foi criada uma *fanpage* no *Facebook* e, por meio de peças audiovisuais, a ideia de levar ao cidadão o máximo de informação ganhou forma.

A campanha em defesa da EBC continuou depois do afastamento definitivo da presidente Dilma, em 31 de agosto de 2016. É que como um de seus primeiros atos o governo em exercício publicou no diário oficial da União, em dois de setembro, a MP 744, medida provisória que extinguiu o Conselho Curador, excluindo o espaço institucional de participação da sociedade civil. Além disso, permitiu a mudança do diretor-presidente da EBC, sem observância do final do mandato fixo (e independente da presidência da República); houve assim a concretização do afastamento de Ricardo Melo e a posse de Laerte Rimoli, agora sem os impedimentos da liminar, uma vez que a lei foi alterada. Rimoli, inclusive, já recebia como presidente desde o período de interinidade de Michel Temer. A MP 744 ainda alterou o Conselho de Administração incluindo representantes do executivo e exclui o artigo que garantia a autonomia da EBC em relação ao Governo Federal encerrando o caráter público inscrito na lei de criação da empresa.

O esvaziamento do caráter público e a tentativa de impor uma comunicação institucional partidária nunca foram tão intensos quanto no início de 2017. As mudanças seguem no sentido oposto ao direito irrestrito a comunicação. O contexto por que passa a Comunicação Pública no Brasil aponta para aspectos da campanha que podem impulsionar ou retardar o processo de mobilização necessária para impedir o retrocesso explicitado.

Objetivo

O Objetivo a ser alcançado com a pesquisa é investigar as narrativas, estratégias de comunicação e os mecanismos de mobilização social na Campanha "Frente em Defesa da EBC e da Comunicação Pública".

Por hora, neste trabalho, buscamos fazer o levantamento bibliográfico dos conceitos básicos para entendermos a comunicação e a mobilização social no processo de criação e desenvolvimento da campanha. Para isso, na continuidade da pesquisa, pretendemos analisar o conteúdo audiovisual produzido por colaboradores e apoiadores da campanha nas redes sociais digitais verificando quais são as narrativas em prol da mobilização e quais os enquadramentos propostos estão presentes nesse material.

Buscamos ainda identificar em que momentos as estratégias aplicadas na campanha provocaram rupturas, ruídos e reordenamentos da mobilização social via redes sociais digitais tentando compreender de que forma as narrativas construídas no interior da sociedade podem impulsionar ou retardar o processo de amadurecimento nas discussões sobre comunicação pública.

Caracterização do estudo e discussão teórica proposta

Comunicação pública e TV no Brasil

No Brasil, um dos principais meios de comunicação é, indiscutivelmente, a Televisão. Está presente em 97,2% dos lares brasileiros como apontou a última Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios, a PNAD[128]. Não é difícil imaginar, portanto, que em praticamente todos estes lares, os sinais de melhor qualidade e, consequentemente, os mais assistidos são os de canais comerciais.

Ângela Carrato (2005) afirma que a TV já nasce comercial no Brasil deixando-se de lado a discussão sobre os interesses econômicos que serviram de alavanca para a iniciativa. A atividade comercial não entenderia os telespectadores enquanto cidadãos e, sim, como consumidores.

O contraponto ao modelo comercial estaria, na visão de Carrato (2005), nas TVs Educativas que só surgiram no Brasil a partir de 1964, com a TV Educativa de Pernambuco e outras nove criadas até 1972 quando o Ministério da Educação lança o Programa Nacional de Teleducação. Ela afirma que se não fossem a constituição de 1988 e as discussões sobre a comunicação nesse período, o futuro das TVs Educativas estaria fadado à exibição de telecursos.

O que se esperava a partir daí seria uma expansão de modelos públicos de TV em que a participação do cidadão fosse mais efetiva. Mas o que se viu, a partir de 88, foram passos tímidos, distantes de considerar o interesse da maior parte da população no que se refere a conteúdo e programação, o que nas palavras de Carrato (2005) não representam "avanços significativos".

O modelo de TV comercial figurou (e ainda figura) hegemônico em detrimento dos modelos educativo e público por décadas, o peso forte da mão da censura e do Estado também estiveram presente nesse tempo (Jambeiro, 2008). O entendimento do uso da televisão recebeu influências alheias aos verdadeiros interesses da maior parte da população e, mesmo depois da democratização do país, o caráter comercial da TV Brasileira ainda representa entrave ao desenvolvimento pleno da TV Pública. Desde a sua implantação no país, a televisão esteve vinculada ao poder executivo (uma vez que é ele quem controla as concessões e controla a radiodifusão, competência da União) e na avaliação do autor nem mesmo a Constituição de 1988 foi capaz de alterar o cenário, já que a concessão dos canais passou a estar submetida ao Congresso Nacional e muitos parlamentares ou pessoas ligadas a eles receberam concessões e se beneficiam do uso.

Ainda nesse sentido, Murilo César Ramos, em seu artigo *Feitiço do tempo: o tímido legado de Lula e Dilma na comunicação*, destaca que nas duas ultimas décadas pouco se avançou nas discussões. Pontua que a história recente do Brasil, no que diz respeito à criação do

[128] Lucas Vettorazzo, Mais da Metade dos Brasileiros ainda tinha TV de tubo em 2013, disponível em: http://www1.folha.uol.com.br/mercado/2015/04/1622542-tv-esta-presente-em-972-dos-lares-do-pais-um-terco-desses-com-tv-digital.shtml acessado em 22/11/2015

Marco Regulatório da Radiodifusão, foi um caminho de omissão e deixou um legado tímido e reafirma a necessidade de debate político e normativo para um novo modelo institucional de televisão aberta, a comercial e a não comercial.

Discutir o modelo televisivo adequado para atender ao cidadão é algo inviável se não for levado em consideração o espaço público. O que se espera de uma TV pública é que ela seja instrumento para fomentar o debate, a manifestação cultural no interior da sociedade. Essa mesma sociedade é que precisa demandar as pautas, levantar os questionamentos a ser respondidos e interferir no processo.

O Brasil caminha muito distante da realidade de um TV Pública. Segundo a análise de Juliana de Souza Matos, até 2007 o mais próximo que o país tinha chegado da Comunicação Pública foi a TV Cultura de São Paulo. A emissora, concebida a partir de modelos como o britânico da BBC e o Norte americano da PBS, conseguiu o status de fundação de direito privado com autonomia do governo à partir da criação da Fundação Padre Anchieta.

Nesse mesmo ano surge em dezembro a TV Brasil, emissora criada por meio de medida provisória, sob a perspectiva de uma Televisão Pública. Gerida pela EBC, hoje, ela lidera as emissoras públicas do país associadas à ABEPEC, a Associação Brasileira de Emissoras Públicas Educativas e Culturais.

Mas embora criada para ser TV Pública, os problemas enfrentados pela TV Brasil vem amarrando o seu desenvolvimento. Alguns estão diretamente relacionados à tentativa ou à efetiva interferência do Poder Executivo no cotidiano da instituição.

Mais recentemente, o país acompanhou a crítica à cobertura jornalística das operações e manobras políticas que levaram ao impeachment da presidente Dilma. No veículo, buscou-se contrapontos o que, notadamente, tomou redes sociais, discursos acadêmicos, rodas informais de conversa ampliando o debate democrático conforme já tratamos. A crise política afetou o funcionamento da emissora que hoje vai ao ar sem o suporte de um conselho curador desfeito em 2016.

Diante deste momento de transformação é urgente ampliar uma discussão que seja capaz de adequar o veículo ao contexto de formação da sociedade e retomar a caminhada ao que acreditamos ser uma comunicação Pública. Quando a TV conseguir estabelecer conteúdo que atenda as necessidades da sociedade e alcance com ela um relacionamento horizontal entre emissoras e público participativo, finalmente, haverá o modelo de TV Pública no Brasil. (Coutinho, 2013).

Além da não vontade política em manter a TV pública, é ingênuo esperar que outras emissoras de TV apoiem significativamente a causa em torno da manutenção da EBC e consequentemente da TV Brasil. Por isso mesmo a campanha em redes sociais digitais na internet surgiu como alternativa na busca por mobilizar a sociedade.

Ao lançar mão das redes sociais, os idealizadores da campanha querem amplificar a mobilização da sociedade. O espaço virtual serve como lugar para convergir pensamento, reunir pessoas e abrir caminho para que ações sejam elaboradas. Nele o cidadão pode avaliar o conteúdo da emissora pública e reforçar o diálogo sobre aquilo que ele espera ver e, principalmente, continuar vendo na TV Brasil, o que garantiria sua adesão à campanha "Em defesa da EBC".

EBC e TV Brasil: estrutura e promessas de gênero

Quando falamos em televisão é preciso considerar que o que a configura enquanto mídia é o uso que se faz dela e a interação de produtores de conteúdo com quem assiste. A

compreensão da TV enquanto mídia, de acordo com François Jost (2007), ultrapassa a reunião de imagem, som e palavra. Ela estaria na "articulação cotidiana da efemeridade de um fluxo a regularidade do tempo social". O autor acredita que, para entendê-la, é fundamental "levar em conta seu contexto e o lugar particular ocupado pelo telespectador" (Jost, 2007, p.45). E a TV pública não foge a essa lógica.

As emissoras de TV pública precisam representar o contraponto à crítica de Martín Barbero e Germán Rey (2001) formulam acerca da TV, considerada por eles como "inculta, frívola e até imbecil". Nessa perspectiva o protagonismo da TV pública se estabelece na contramão das narrativas que levam os autores acima citados ao pensamento de TV enquanto desserviço.

Essa é a concepção que estrutura as narrativas analisadas, a ideia defendida na campanha a que nos referimos nesse texto, e que busca estabelecer a relevância da TV pública enquanto mídia, com poder de mobilização, e que, em seu fluxo, organiza narrativas que resgatam também a cidadania de cada espectador e estabelecem o empoderamento individual e coletivo diante do seu conteúdo.

O que se espera de uma narrativa televisiva é a chave para a audiência do público em relação às emissões televisivas. O telespectador precisa saber minimamente o que está diante de si, na tela dos aparelhos de TV. E o que estabelece essa conexão prévia é o que François Jost (2007) conceitua como "promessas dos gêneros".

> Gênero é uma interface entre produtores, difusores e telespectadores, via mediadores que são os jornalistas. Se ele possui uma função estratégica na comunicação televisual, isso se deve à virtude de um nome, de uma etiqueta, como os discursos produzidos no lançamento produzido no lançamento de um novo programa. (Jost, 2007, p.69)

É preciso previamente saber que tipo de emissão vai ser assistida e o que esperar do produto audiovisual. Frequentemente este apontamento se dá por anúncios institucionais, trabalho de divulgação durante a programação no que diz respeito ao lançamento, atrações e tipo de informação apresentada ao espectador.

Por levar em consideração a formação e a representatividade do telespectador é que a TV Pública tenta transformar o simples receptor de um fluxo narrativo em público. Destaque-se aqui o entendimento de público semelhante ao que propõe Jean-Pierre Esquenazi (2006). O autor defende que "para existir, um público deve manifestar-se, de forma concreta, no espaço público". Daniel Dayan também acredita na existência de uma camada de público não passiva:

> O público disperso na televisão não é necessariamente um ectoplasma no qual algumas fórmulas encantatórias conseguissem dar visibilidade. Não está condenado a ser diagnosticado da mesma forma como identificamos uma doença. Este público pode ser reflexivo, consciente da sua existência, capaz de desenhar outros públicos, ser por vezes defensivo quanto a eles: não está condenado ao silêncio. (Dayan, 2006, p.31)

Como falamos nesse trabalho de uma campanha de mobilização na internet, nos vídeos postados, as narrativas buscam reforçar as promessas de gênero já estabelecidas pela TV Brasil do que é a comunicação pública e reafirmam que tipo de programação as pessoas que apoiam a campanha esperam da emissora.

A comunicação em processos de mobilização social

Ao buscar entender a mobilização em processos de transformação social devemos procurar aqueles dispositivos que desencadeiam todo o processo e tentar relacioná-los com a dinâmica das ações adotadas por grupos de pessoas. A campanha de mobilização por meio das redes sociais digitais "Frente em Defesa da EBC e da comunicação pública", no momento da sua concepção, tinha o objetivo de tentar alterar um cenário de desconstrução da comunicação pública e evitar que a Empresa Brasil de Comunicação sofresse alterações na sua maneira de noticiar, planejar a comunicação e democratizar a informação.
Analisando o material audiovisual produzido por pessoas sensíveis à luta pela preservação do direito à comunicação pública e disponibilizado pelos idealizadores da campanha pretendemos observar como a comunicação pode proporcionar a circulação de informações na perspectiva de despertar interesse nas pessoas, transformá-las por meio de processos interpretativos, ressignificá-las e fazer com que cidadãos tomem empatia pela campanha e passem a interagir, agir e se tornar agente participativo no processo de mobilização social. São 89 vídeos postados na página da Campanha e também no canal criado para o movimento.

A comunicação como articuladora de movimentos sociais

Todo processo de mobilização ocorre entre pessoas capazes de definir e adotar medidas que defendam seus interesses. Concordamos com Luiz Martins da Silva (2016) que entende a mobilização social como uma aceleradora dos processos sociais, uma "tecnologia social". A comunicação por sua vez é parte fundamental nesses processos, na medida em que é um caminho para a interação entre cada uma das pessoas que são público alvo do objetivo foco da mobilização.
O compartilhamento das informações e ideias é uma das chaves a construção de imaginários coletivos. As informações nesse universo de troca entre as pessoas precisam fluir entre cada uma dos envolvidos na formação de um coletivo físico (na sua concepção inicial do espaço público) ou ainda em coletivos identificados em ambientes virtuais (facilitados pela tecnologia). É necessário que se estabeleça diálogo entre os idealizadores da campanha, o público das emissões televisivas e ainda as pessoas presentes em ambientes digitais e, na medida em que este diálogo se torna mais elaborado e complexo, cada um desses atores precisa se deslocar e assumir também os papéis dos outros amadurecendo o processo de mobilização social.
Exatamente por essa razão é que entendemos que não só caminho percorrido pela informação, em quaisquer que sejam os meios, mas também as potencialidades de narrativas audiovisuais comunicadas podem assumir papel bastante relevante na análise de um processo de mobilização social. Buscamos evidenciar neste trabalho os mecanismos de atuação daqueles que participam do processo na busca mudar a realidade. É importante pontuar que cada um dos telespectadores das emissoras públicas é um potencial cidadão a se vincular aos movimentos de mobilização social.

> Um dos pontos fortes da televisão é que ela pode penetrar no campo das ações públicas contemporâneas e imediatas – e, em alguns casos, no das ações privadas – de uma forma mais plena e poderosa do que qualquer outra tecnologia. (Willians, 2016, p.83)

Ao tratarmos de um movimento que busca a efetivação das políticas de comunicação pública no Brasil e da formação de uma sociedade crítica no que se refere aos conteúdos

televisivos que assistem não podemos nos distanciar também das relações entre mídia e cidadania.

Tal relação é descrita por Ana Carolina Temer e Simone Tuzzo como sendo dinâmica e de percepções mutantes a partir dos meios em que estão inseridas. Elas concordam que cidadania é também acesso à informação que por sua vez é caminho para formação de senso crítico e da opinião pública. Para as autoras a leitura crítica da mídia passa por analisar "aspectos humanos, como questões relativas a educação, à ética, à ideologia e também às relações de poder além dos aspectos ligados às normatizações" (Temer & Tuzzo, 2016, p.166). As pesquisadoras apontam que a relação entre comunicação e cidadania não pode ser observada sem atenção ao contexto que a determinou. É uma relação de interdependência e complexidade. Concordamos com o pensamento das autoras uma vez que parte significativa da formação de um cidadão se dá pelo acesso a informação e pelo diálogo com outras pessoas. O contato com as narrativas, inclusive as audiovisuais, inevitavelmente leva informações, provoca interpretações daquilo que se espera de um cidadão inserido e participativo.

Retomando a contribuição de Luiz Martins da Silva, ele aponta ainda que numa sociedade democrática em que se verificam estágios de conquista em função do desenvolvimento e de padrões de mudança elevados só são possíveis mediante a informação.

> A informação, especialmente a informação jornalística, sendo socialmente produzida é um bem a um serviço de todos, ganhando, portanto, a dimensão comunicativa, adquire o alcance de ser uma práxis, ou seja, uma ação transformadora. A informação socialmente partilhada passa a ser o insumo da conscientização e o fermento das advocacias sociais e das mobilizações sociais a serviço de novos horizontes éticos. (Martins da Silva, 2016, p.50)

À luz desse entendimento podemos apontar que o trabalho dos idealizadores da campanha "Frente em defesa da EBC e da comunicação pública" ao disponibilizar informação, principalmente por meio dos vídeos, e fazê-las circular permite a articulação entre indivíduos. Serve ainda na identificação de cada um desses indivíduos enquanto cidadãos e na criação de vínculos a partir de interesses convergentes. A vontade de transformação da sociedade, dependendo da predisposição e da afetação individual pode ganhar forma e assumir novas posições.

Num grupo de pessoas que buscam, em determinado momento e sobre determinado foco, atingir os mesmos objetivos, o compartilhamento desse desejo fortalece o grupo. Essa força é que pode se efetivar em ações concretas na tentativa de transformar a realidade.

O processo de mobilização: quando, como e porque acontece?

Os processos de mobilização de acordo com o que estabelecem Toro e Werneck (2004) surgem a partir de "imaginários" comuns. Imaginários, para os autores caminham no sentido de um repertório de cada pessoa e também repertórios e interpretações de mundo de um grupo de pessoas. As interpretações de mundo quando semelhantes entre os indivíduos serão acionadas na hora de ressignificar atitudes, elaborar raciocínios e estratégias num processo de mobilização.

Sentido que se completa ao tomarmos a definição estabelecida por Rodríguez e Toro (2011). Para os autores a mobilização social "é entendida como a convocação de vontades para atuar na busca de um propósito comum sob uma interpretação e sentido compartilhados." (Rodríguez & Toro, 2011, p.18).

Na visão de Suzana Kilpp (2010), quando a autora se refere aos ambientes de produção e enunciação televisivos, o imaginário passa pelo sentido identitário de quem assiste e de quem produz. O ethos pra ser comunicado é elaborado a partir dos imaginários, os mundos televisivos se atualizariam a partir dessa relação entre os mundos de conhecimento compartilhado. "os mundos em que elas (virtualidades[129]) têm existência e agem resultam de imaginários que são minimamente compartilhados com os que criam realidades de outros mundos imaginados" (Kilpp, 2010, p.16).

A pesquisadora vai além ao explicitar que os imaginários permitem compreender as enunciações culturais nos discursos, na arte, nos produtos culturais e elabora, a partir da rede simbólica em que esses imaginários são concebidos, um olhar sobre a realidade e o imaginário. Para Kilpp "o imaginário social é mais real do que o 'real', e cada sociedade constitui seu próprio real: ele seria condição de existência da sociedade como sociedade humana." (Kilpp, 2010, p.18).

São estes tipos de imaginários que proporcionam a criação do vínculo com as causas a serem defendidas. Na campanha, objeto de nosso estudo, o imaginário de uma comunicação pública, uma televisão pública capaz de promover cidadania, de buscar o máximo de independência na veiculação de informações podem ser identificadas nas promessas de gênero presentes na exibição do material audiovisual produzido pelos colaboradores e que alimentam as plataformas digitais criadas. São promessas de defesa do papel das emissoras públicas e do desejo de pluralismo por ela anunciado que permitem a articulação entre indivíduos.

> Como falamos de interpretações e sentidos também compartilhados, reconhecemos a mobilização social como um ato de comunicação. A mobilização não se confunde com propaganda ou divulgação, mas exige ações de comunicação no sentido amplo, enquanto processo e compartilhamento de discurso, visões e informações. (Toro e Werneck, 2004, p.14).

No processo, a participação livre do cidadão é peça chave para entender a mobilização social de um conjunto de pessoas, comunidades e sociedades. O que une cada um é o sentimento de ser parte integrante do movimento e a capacidade de elaborar uma reflexão sobre aquilo que mobiliza.

> Realizar o ato de apreensão não basta para se tornar membro de um público. É preciso que a isso se associe o da interpretação. Através desse segundo ato, o sujeito torna-se capaz de enunciar o interpretante escolhido, argumentar sobre ele, descrever a sua própria compreensão do discurso. (Esquenazi, 2006, p.92)

Essa preocupação implica num trabalho de lapidação de informações, de reformulação constante de linguagens e símbolos para despertar paixões e desejos (Rodríguez & Toro, 2011, p.19) Esses sentimentos se estabelecem por meio da comunicação diretamente ligada ao processo educativo (inclusive aquele que educa para assistir televisão – literacia midiática).

Ela é um dos caminhos para emancipar o indivíduo assim como surge entre as características apontadas como sendo também das TVs públicas. Parte da justificativa para a

[129] Parênteses inseridos pelo autor deste trabalho de modo à retomar a palavra a que o fragmento do texto faz referencia.

manutenção da TV Brasil está no que ela pode contribuir para a formação daquela pessoa que superou a ignorância e sabe definir o que é melhor para ela, para a coletividade.
As formas de se relacionar com os demais e estabelecer as identidades tão importantes na mobilização exige também alteração na maneira de se entender enquanto grupo. A TV precisa informar de uma maneira capaz de produzir reflexão e mudança. Márcio Simeone Henrique acredita que "é a complexidade da vida moderna que passará a exigir novas formas de convocação e de mobilização das pessoas e, com isso, alterará a própria noção de comunidade." (Henriques, 2005, p.2)
Mas não é só isso. Ao estabelecer diálogo num espaço público virtual e reivindicar o direito à informação, à comunicação pública e lutar por uma TV pública e pela EBC (no caso desse estudo), os cidadãos podem se organizar e fazer com que os grupos de interesse formados cresçam, partam para a ação e mobilizem outros tantos.
Cabral Filho (2008) explica que o processo interpretativo e de reelaboração de sentidos produzidos a partir de estímulos informativos é parte de um processo de construção de identidade.

> "A articulação entre pessoas, grupos e organizações pode leva-los a protagonizar processos de construção de identidade e de produção de sentido em conformidade com suas reivindicações – pela utilização dos recursos e procedimentos disponíveis ou a serem viabilizados". (Cabral Filho, 2008, p. 237)

O autor defende, portanto a adesão a movimentos como o que estudamos e o estímulo ao diálogo. Para ele a falta de informação é fator de impedimento ao engajamento de movimentos sociais na luta pela comunicação pública.

> A compreensão da comunicação como serviço, interesse e bem público, pressuposta na definição constitucional do que seria o sistema público de comunicação, necessita ser evidenciada neste cenário contemporâneo de digitalização das comunicações, de convergência e interpretatividade tecnológica a ser implementada e assimilada, mas também de interlocuções e compartilhamentos a serem forjados no cotidiano. (Cabral Filho, 2008, p.249)

Trazendo a discussão para o ambiente das mídias digitais e entendendo que a produção de conteúdo audiovisual se orienta na direção da divulgação de um imaginário comum, podemos seguir o raciocínio de Cabral filho quando ele aponta para a acessibilidade aos meios de produção e circulação do audiovisual. Em tempos de internet e redes sociais o ambiente digital se configuraria como um lugar importante para o trabalho de mobilização.

> A redução dos preços de equipamentos para a produção audiovisual, tornando-os acessíveis a novos movimentos e organizações diversas, permitiu que esses elaborassem narrativas midiáticas próprias no contexto da radiodifusão. (Cabral Filho, 2008, p.236)

Assim é possível compreender o porquê da adoção das mídias sociais para a efetivação do propósito da campanha de mobilizar cada vez mais cidadãos em defesa da EBC. Márcio Simeone Henriques defende também os meios digitais como ambiente facilitador do processo de mobilização a partir do momento em que permite a troca de informações entre indivíduos e a construção de grupos que se reconhecem e convivam virtualmente:

> É possível estabelecer, mesmo à distância, laços de identidade, e consequentemente de pertencimento que, em lugar de uma produção de sentido comum apenas na situação de co-presença, opera também como uma forma de convívio virtual. (Henriques, 2005, p.7)

Nesse aspecto a mobilização segue uma perspectiva de super conexão que não podemos ignorar. Retomamos aqui o pensamento de Barbero que ao lado de outro pesquisador, German Rey, traça a configuração do ambiente público.

> A mediação estratégica introduzida pelo fluxo televisivo remete, acima da experiência estética, aos novos "modos de estar junto" na cidade, às associabilidades cotidianas que o caos urbano suscita, uma vez que, ao mesmo tempo que desagrega a experiência coletiva, impossibilitando o encontro e dissolvendo o indivíduo no mais opaco dos anonimatos, introduz uma nova comunidade: a das redes e dos circuitos, a dos conectados. O paradigma do fluxo conecta hoje, os modos de organização do tráfego urbano com a estrutura do palimpsesto televisivo e do hipertexto, com as novas figuras da representação e, inclusive, com as novas abordagens teóricas do campo da comunicação e da cultura. (Barbero e Rey, 2001, p.36 e 37)

A relação que se estabelece entre a tecnologia e a circulação de informações capazes de gerar mobilização social precisa ser vista como algo instrumental. Não é ela efetivamente que coloca as pessoas estimuladas a adotarem ações de qualquer natureza. O que leva até a elaboração de pensamento e as ações é a promessa daquilo que desenha o imaginário de um grupo e a adoção de medidas em função desse imaginário realimenta o processo.

> A mobilização social ocorre em função de uma causa, mas, ao mesmo tempo, a própria afirmação pública de uma causa não pode prescindir de um processo de movimentação dos públicos em torno dela. Isso posto, é inapropriado considerar uma precedência da causa sobre a mobilização, como também ao contrário. (Henriques, 2012, p.11)

O pesquisador norte americano Clay Shirky (2008) destaca e defende que é a promessa o que leva alguém ao ingresso em grupos sociais ou mesmo a colaborar com ele. A ferramenta trazida pelas redes sociais é meio para atingir os fins desejados. Ele estabelece ainda o firmamento de um acordo para o trânsito dessas informações. O autor lembra que a interação entre promessa, ferramenta e acordo não pode ser estabelecida como algo inflexível. As interações entre os três componentes são complexas e os resultados dessa relação não são previsíveis na sua totalidade.

> As ferramentas sociais não criam ação coletiva – apenas removem os obstáculos ela. Esses obstáculos, contudo, eram tão consideráveis e onipresentes que, a medida que vêm sendo removidos, o mundo tem se tornado um lugar diferente. É por isso que muitas das mudanças significativas se baseiam não nos lançamentos mais recentes e sofisticados da tecnologia, mas em ferramentas simples e fáceis de usar como e-mail, os celulares e os sites de internet, porque essas são ferramentas a que a maior parte das pessoas tem acesso e, sobretudo, que podem ser usadas na vida cotidiana sem dificuldades. A revolução não acontece quando a sociedade adota novas tecnologias – acontece quando a sociedade adota novos comportamentos. (Shirky, 2008. p.137)

A associação em redes tem caráter um pouco distinto quanto à circulação das informações. A interatividade e o imaginário presente na anunciação das promessas, previstos pelo autor, determinam a replicabilidade das informações e os níveis de mobilização. Shirky apresenta o

conceito das redes contemporâneas com que trabalha e como se dá a dinâmica delas no universo web.
Ao descrever as redes de "mundos pequenos" o autor classifica a eficiência das redes digitais e apresenta um estudo de 1998 de Ducan Watts e Steve Strogatz. Na publicação é estabelecida a eficiência das redes baseadas em características de circulação entre grupos pequenos e densamente conectados. As grandes redes se estabelecem a partir de conexões com as redes de mundo pequeno.
Tais conexões dão destaque aquelas pessoas que fazem a ponte entre cada um dos mundos pequenos. Seriam as pessoas muito conectadas individualmente, mas com capacidade de influenciar outras. Dentro dessa lógica o autor estabelece a dificuldade de fazer circular a informação dependendo do interesse que ela desperta.

> Redes de mundo pequeno operam tanto como amplificadores quanto como filtros de informação. A informação no sistema é passada adiante por amigos de amigos (ou pelo menos contatos de contatos), então as pessoas tendem a obter informação que é de interesse também de seis amigos. Quanto mais amigos seus se importarem com determinada informação – sejam mexericos, vagas de emprego ou uma nova musica que eles gostem -, mais provável que você também ouça falar dela. O contrário também é verdadeiro: coisas que não despertam interesse em nenhum dos seus amigos ou nos amigos deles provavelmente não vão chegar a você. (Shirky, 2008. pp. 187-188)

Essa capacidade de aproximação ou distanciamento pode ter relação direta no sucesso ou insucesso da campanha em prol da EBC. Os níveis de envolvimento, o quantitativo de compartilhamentos, os diálogos estabelecidos a partir do imaginário que mobiliza cada um dos telespectadores cidadãos estão diretamente ligados à circulação da informação nas redes e a recirculação entre os que defendem qualquer causa, no nosso caso a comunicação pública efetiva.

> Tanto a formação como a movimentação de públicos dá-se por meio de intensas e constantes trocas comunicativas, no sentido de que os sujeitos necessitam por em comum suas percepções, opiniões, preferências, valores, crenças, conhecimentos e interesses e também por meio da geração de vínculos entre os sujeitos que resultam do defrontamento e do esforço despendido em compartilhar e gerar algo em comum. (Henriques, 2012, pp. 9-10)

Quem produz, quem se beneficia e quem legitima um processo de mobilização?

Estabelecer o grau de envolvimento nos movimentos de mobilização social é peça importante para ao estudarmos qualquer processo saibamos identificar a função de cada pessoa. Além do imaginário já caracterizado neste trabalho, destacamos a figura de quem cria as condições econômicas, institucionais, técnicas e profissionais para avançar com o processo de mobilização. É o que os autores, Toro e Werneck, tratam como *produtor social*. Esta pessoa ou o grupo delas conduz as negociações que vão conferir legitimidade política ao processo. Diante de interesses divergentes os organizadores da campanha em prol da EBC, a sociedade, os grupos de comunicação e ainda o poder público seriam os produtores sociais de núcleos de mobilização distintos pró ou contra nosso objeto de estudo.
Para este trabalho vamos focar no núcleo daqueles que produzem conteúdo narrativo para a campanha "Frente em defesa da EBC comunicação pública" e para os públicos que

interagem com ela e se deslocam nas categorias que continuaremos a descrever na sequência.

Definidos o imaginário e produtores sociais, chegamos a um terceiro dispositivo: o *reeditor social* que "designa uma pessoa que, por seu papel social, ocupação ou trabalho, tem a capacidade de readequar mensagens, segundo circunstâncias e propósitos, com credibilidade e legitimidade"(Toro & Werneck, 2004).

Num processo efetivo e maduro de mobilização social, todas as pessoas que partilham do mesmo imaginário deveriam estar aptas para atuar enquanto reeditores sociais. Seriam pessoas que conhecendo o assunto, suas peculiaridades e ainda de acordo com suas habilidades e experiências conseguiriam interpretar a realidade e assim empreender o projeto de mobilização. A eles caberia efetivar o diálogo entre os imaginários divergentes e o compartilhamento das ideias na rede digital.

A articulação das informações comunicadas pela campanha fica a cargo daquelas pessoas que, a partir da página da campanha no Facebook e do canal no Youtube foram afetados pelo movimento, se envolveram e passam a também produzir conteúdo. São designados *editores*.

É deles a tarefa de apresentar a informação e o conteúdo narrativo que, por vontade própria e também por crença no potencial de transformação os reeditores vão disponibilizar aos espaços de "mundo pequeno". É um papel de articulador, ligado diretamente ao produtor social.

Relacionando o que propõem Toro e Werneck (2004) à análise de Márcio Simeone Henriques (2004) entre públicos para a mobilização social e popular podemos estabelecer de que forma a vinculação das pessoas às causas comuns pode acontecer.

Na gradação, proposta por Márcio Henriques (2004), primeiro as pessoas, além do interesse comum, precisam estar próximas e em convergência de interesses. O autor sugere que o primeiro contato com o tema se dá pelos meios de comunicação, de conteúdo local, de interesse daqueles que habitam geograficamente o mesmo espaço. Em nossa perspectiva, e adotando o pensamento de que os espaços digitais se tornaram um campo de encontro virtual, consideramos as mídias sociais digitais também este ambiente de que trata o autor.

O contato com a informação é capaz de despertar o interesse e, tão logo esse contato se efetive, a informação passa a ser processada e trabalhada por cada indivíduo mediante as vivências e experiências anteriores. É a formação da opinião, a interpretação e julgamento do universo das questões ligadas ao foco de interesse. Ao fim desse caminho se configura, no entendimento do autor, o espaço composto pelos *beneficiados*. Os beneficiados de Márcio Simeone Henriques seriam aquelas pessoas categorizadas como os reeditores propostos por Toro e Werneck.

O segundo momento proposto por Márcio Henrique nos níveis de mobilização social, viria quando os envolvidos na mobilização social se tornam *legitimadores*. São aqueles que dialogam e repensam os campos de atuação dos produtores sociais. O que se espera aqui é que eles passem a demandar uma articulação mais sólida e coesa na cobrança de políticas públicas. Esse é o lugar onde a transformação do cidadão reeditor em editor se dá.

A ação contínua e coesa desses grupos mobilizados e a perspectiva de corresponsabilidade que cada cidadão estabelece conclui a caminhada ao último nível de mobilização proposto pelo autor, o de *geradores*.

Toda a transição entre cada uma dessas etapas e a caminhada das pessoas até a efetivação da própria cidadania pode e deve ser facilitada. O diálogo aparece como mecanismo capaz de articular pensamentos, contribuir para a aproximação de pessoas e leva-las a ações no

interior de um grupo. A “Frente em defesa da EBC e da comunicação pública” ao acionar diversas pessoas ligadas à cultura, a movimentos sociais, a instituições de ensino, a arte estimula que cada um desses atores crie, produza e coloque em circulação materiais audiovisuais. A campanha dessa maneira permite a construção de uma narrativa que alinhava um imaginário - ou vários imaginários - daquilo que deveria ser uma emissora pública e produz ressonância, depois de postada, entre os usuários da rede, entre os telespectadores usuários.
A partir do momento em que cidadãos são afetados emocionalmente, se vinculam à campanha e começam a influenciar novas pessoas o processo de mobilização acontece. Cada vídeo da campanha pode potencialmente acionar aspectos dos imaginários sobre as emissoras públicas capazes de disparar em níveis diferentes, a ação das pessoas.

Metodologia

Pesquisa bibliográfica

Ao longo da pesquisa tem sido feito levantamento e estudo bibliográfico teórico e conceitual em livros, artigos, teses, dissertações, entre outras fontes, a partir dos eixos temáticos: narrativas e TV pública; mobilização social, público e interação.
Na sequencia é importante destacar que há também pesquisa documental feita e que tem atualização em curso. Foi coletado material da “Fanpage” da campanha durante o período entre setembro de 2016 e setembro de 2017 e ao longo da pesquisa o monitoramento do engajamento de pessoas a partir dos comentários, compartilhamentos e curtidas além da produção de outros materiais audiovisuais. Estão previstas também entrevistas com os organizadores dessas plataformas e da campanha. Nelas abordaremos temas como o objetivo em montar a campanha, a logística na organização da campanha nas redes sociais, a articulação com os participantes da mobilização e os resultados e expectativas obtidos com a campanha.

Análise da materialidade audiovisual

A metodologia envolve ainda a análise da materialidade audiovisual para uma avaliação descritiva e outra interpretativa das postagens do material audiovisual da campanha com o objetivo de definir o fluxo narrativo, as promessas de gênero, os elementos paratextuais e quadros mobilizados.
O caminho a ser percorrido, vai observar não apenas o conteúdo da narração dos entrevistados, quando os vídeos forem testemunhais assim como a avaliação de edição dos demais vídeos.
Por misturar muitos elementos culturais e depositar sua interpretação no conhecimento de mundo daquele que assiste e estabelece participação, os produtos televisivos acabam por exigir novos conceitos para entender como a dinâmica da construção dos vídeos amarra todos estes elementos e trabalha para produção de um sentido. A metodologia de análise da materialidade audiovisual desenvolvida por Iluska Coutinho leva em consideração que são necessárias uma avaliação descritiva e uma avaliação interpretativa do audiovisual que se pretende estudar.
A ideia é poder definir um fluxo narrativo, por meio dos elementos paratextuais, promessas de gênero e enquadramentos ao longo de todo material empírico. Para tanto adotamos

uma leitura inicial para estabelecer eixos e itens de avaliação nomeados pela autora como "categorias de análise" (Coutinho, 2016).
A autora acredita que a análise de materiais audiovisuais não deve ser realizada em operações de decomposições que descaracterizariam a forma de produção de sentido. Assim apontaremos as categorias de análise: tempos de fala; assuntos tratados; presença ou não de engajamento político e conhecimento sobre comunicação pública; abordagem do tema; enquadramento proposto durante a exibição do material áudio visual; repercussão quali-quantitativa das postagens (compartilhamentos, curtidas e comentários)

Conclusão

A partir das relações estabelecidas entre o público e a TV é possível perceber que as experiências dos telespectadores fazem diferença na forma de perceber as emissões televisivas. Ao se expõe ao fluxo e vivenciar a anunciação das promessas de gênero, ele também se torna capaz de elaborar um repertório que permite a compreensão do universo televisivo.
No processo político de denúncias de corrupção em que o Brasil mergulhou esta competência permite que parte do público consciente mire em estratégias combativas de transformação e defesa de um modelo de comunicação pública. Os cidadãos vislumbram que mudanças podem adotar medidas e ações de mobilização e de adesão por meio de imaginários comuns. A confecção de vídeos e a interação nos meios sociais digitais são parte desse processo de construção.
Portanto, ao se deslocar das competências de recepção à mediação os públicos estabelecem um processo de mobilização social acionado a partir das redes do universo digital.
Entre as formas de comportamento vivenciadas no processo de construção de identidades e a lógica de produção das emissoras públicas percebemos a interferência da institucionalidade. É ela o foco principal da campanha. A mediação para transformar um universo de discurso televisivo e adaptação desse universo ao processo mobilizatório, nas redes sociais digitais, é a porção final na busca pela efetivação de um canal público no sentido mais fiel ao que está inscrito na constituição.
A comunicação alinhava toda estas narrativas audiovisuais permitindo entender quais são os elementos em disputa desde as emissões televisivas, sua compreensão e domínio da linguagem, a elaboração de raciocínio sobre a sociedade a partir dos emolduramentos criados em cada programa e na interação de todos eles no fluxo televisivo até a busca por modificar a lógica de produção.
A mudança vem a partir de mobilizações sociais e, para este estudo, o importante é perceber o diálogo entre os estudos de pesquisadores distintos que entendem a televisão e a mobilização como uma ferramenta orgânica no interior da sociedade e permitem questionamentos na lógica de produção e nas narrativas estabelecidas na sociedade. Esta relação é capaz de produzir mudanças.
Entender os mecanismos de interação e a efetividade da mobilização na sua forma mais ampla, sem desconsiderar a dinâmica das emissões televisivas, o comportamento do público, as possibilidades da tecnologia digital são formas de compreensão mais importantes que lidar com a frieza de levantamentos quantitativos e se contentar com um resultado categórico e dual entre o sim e o não, entre o fracasso e o sucesso em respostas que não levam em conta a complexidade das relações de troca entre produtores e receptores de informações e narrativas audiovisuais.

Referências

Abrantes, J. C.; Dayan, D. (2006). *Televisão: das audiências aos públicos*. Lisboa, Livros Horizonte.

Cabral, A. (2008). *As políticas públicas de comunicação em busca de novos sujeitos históricos*. In Coutinho, E. G. (org.), *Comunicação e contra hegemonia: processos culturais e comunicacionais de contestação, pressão e resistência*. Rio de Janeiro, Editora UFRJ.

Coutinho, I. (2016). *O telejornalismo narrado nas pesquisas e a busca por cientificidade: A análise da materialidade audiovisual como método possível*. In XXXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, São Paulo. Anais eletrônicos... São Paulo, USP, 2016. Disponível em < http://portalintercom.org.br/anais/nacional2016/resumos/R11-3118-1.pdf>. Acesso em: 12 set. 2017.

Coutinho, I.; Mourão, R. (2013). *"O Público na TV": discussões em rede nacional para afirmação do sistema público no Brasil*. In XXXVI *Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação - Manaus, AM*.

Dayan, D. (2006). *Televisão, o quase-público*. In Abrantes, JC; Dayan, D., *Televisão: das Audiências aos Públicos*. Lisboa: Livros Horizonte, pp. 29-49.

Esquenazi, J. P. (2006). *Percepção, Interpretação, Apropriação. Televisão: das audiências aos públicos*, v. 21, p. 85.

Falcão, L. F.; Coutinho, I. (2016). *Narrativas e Mobilização Social na campanha Frente em Defesa da EBC e da Comunicação Pública*. VI Encontro Nacional Uleppic, Brasília, 2016.

Henriques, M. S. (2005). *Visões de Futuro: responsabilidade compartilhada e mobilização social* (Vol. 3). Autentica Editora.

Henriques, M. S. (2012). *A comunicação e a condição pública dos processos de mobilização social*. *Ação Midiática–Estudos em Comunicação, Sociedade e Cultura. 1*(3).

Jost, F. (2004). *Seis lições sobre a televisão*. Porto Alegre, Sulina.

Kilpp, S. (2010). *A traição das imagens: espelhos, camêras e imagens especulares em reality shows*. Porto Alegre, Entremeios.

Martín Barbero, J.; Rey, G. (2001). *Os exercícios do ver: hegemonia audiovisual e ficção televisiva*. São Paulo, Senac.

Mateus, L. C. (2011). *Comunicação, Tempo, História: tecendo o cotidiano em fios jornalísticos.* Rio de Janeiro, Mauad X; Faperj.

Matos, J. de S. (2007). *Público X Privado: as responsabilidades da televisão em usufruir uma concessão pública*. *Vozes*, p. 03.

Shirky, C. (2012). *Lá vem todo mundo: o poder de organizar sem organizações*. Tradução de Maria Luiza X. de A. Borges. Rio de Janeiro, RJ: Zahar.

Toro, J. B.; Werneck, N. M. D. (2004). *Mobilização Social: Um modo de construir a democracia e a participação*. Belo Horizonte, Autêntica.

Williams, R. (2016). *Televisão: tecnologia e forma cultural*. Tradução de Marcio Serelle; Mário F. I. Viggiano. 1a ed. São Paulo, Boitempo; Belo Horizonte, PUCMinas.

Reflexões teóricas sobre movimentos sociais em rede, ciberfeminismo e gênero no esporte a partir do projeto *dibradoras*[130]

Theoretical reflections on social network movements, cyberfeminism and gender in sport from the dibradoras project

Carolina Bortoleto Firmino[131]

Resumo

A ocupação do campo esportivo pelas mulheres é um fenômeno social recente. Desde sua primeira participação nas Olimpíadas da era moderna, que aconteceu de maneira simbólica em 1900 e foi oficializada em 1919 na Bélgica, elas só foram competir em todas as modalidades a partir de 2012, na edição dos Jogos realizada em Londres. Dessa forma, as Olimpíadas de 2016, que aconteceram no Rio de Janeiro, foram determinantes para promover a reflexão sobre as conquistas até o momento e as diferenças que persistem. O maior evento esportivo do mundo ocorreu no país em uma conjuntura de efervescência de movimentos sociais, que tiveram suas pautas impulsionadas nas redes sociais digitais[132] desde 2013 como forma de legitimação de discursos e reivindicações. Nesse contexto, o debate sobre mulheres e sua representatividade no esporte repercutiu de maneira natural, inclusive com a possibilidade de produzir na Internet conteúdo alternativo ao dos grandes portais. Surge então o projeto *dibradoras*, blog que impulsionou uma contracobertura jornalística e pioneira dessa relação a partir da perspectiva de gênero e aponta as contradições existentes no campo esportivo. Neste artigo, pretendemos revisar parte do referencial teórico[133] que contempla essa contracobertura, passando brevemente por discussões sobre movimentos sociais em rede, ciberfeminismo e o gênero no esporte.

Palavras-chave: gênero, ciberfeminismo, esporte.

Tema central

A relação entre mulheres e esporte percorreu um percurso polêmico ao longo da história, com proibições e preconceitos presentes nas trajetórias de atletas que lutaram por espaço em um campo predominantemente masculino desde sua origem. Ainda que a prática esportiva já tenha sido de apropriação de ambos os sexos, discursos que deslegitimavam a participação feminina foram sustentados em diversos momentos. Este cenário, no entanto, não foi superado, mesmo que avanços reais tenham sido conquistados. Hoje, as mulheres

---

[130] Originalmente, este artigo correspondia à linha temática do Capítulo 4, mas, para os fins desta publicação, foi localizado no Capítulo 3.

[131] Doutoranda em Comunicação pela Universidade Estadual Paulista – UNESP. Email: carolina.bfirmino@gmail.com.

[132] Utilizaremos os termos redes sociais digitais e redes sociais da Internet como sinônimos.

[133] Este artigo contempla parte das discussões que estarão presentes na tese "Práticas ciberfeministas e o gênero no esporte – O projeto *dibradoras* como ressignificação da cobertura esportiva em tempos de empoderamento".

competem em todas as modalidades olímpicas e representaram 47,4% do total de atletas nas delegações[134] durante as Olimpíadas do Rio de Janeiro (2016).

A última edição do evento, que aconteceu no Brasil, provocou uma série de discussões de cunho social, como a questão do gênero no esporte, que abrange desde a necessidade de investimentos, a valorização da prática profissional, as premiações desiguais entre homens e mulheres, os estereótipos presentes em cada modalidade, à sexualização do corpo feminino e o próprio direito a ocupar o campo esportivo. O país, que vinha de um momento de ascensão dos movimentos sociais, somado ao advento de ferramentas sustentadas pelas tecnologias de informação e comunicação, capazes de impulsionar de maneira eficiente as pautas a favor de uma causa, serviu um panorama favorável à concretização desse debate.

Surgiram ressignificações para o termo ciberfeminismo, que se relaciona com a chamada terceira onda feminista, focada no reconhecimento de diversas identidades femininas, e foi utilizado pela primeira vez na publicação do *Manifesto Ciberfeminista,* de 1991, pelas artistas do grupo VNS Matrix e nos estudos da teórica cultural britânica Sadie Plant (1997), no texto *Zeros e uns: as mulheres e as novas tecnologias*. Esses dois momentos, associados às conferências ciberfeministas realizadas na Alemanha e Holanda pouco antes, iniciaram as discussões a respeito do ciberfeminismo e suas práticas que viriam a se espalhar pelo mundo e chegar ao Brasil – ainda que tardiamente, a considerar a também tardia e crescente inclusão feminina das brasileiras no ambiente tecnológico. Essas ressignificações trouxeram conteúdos desenvolvidos por mulheres, para mulheres e sobre mulheres em blogs e redes sociais digitais.

Desde 2015, o boom de blogs feministas – *AzMina, Não Me Kahlo, Lado M, Empodere Duas Mulheres, Think Olga, Blogueiras Feministas, Frida Diria e Capitolina* como algumas referências que despontaram naquele ano – revelou novas perspectivas e demandas de cobertura, que caminhavam no sentido contrário ao dos grandes portais femininos de notícias. Como representante do jornalismo esportivo, destacou-se o projeto *dibradoras*, que tem o objetivo de "driblar preconceitos e mostrar que mulheres podem gostar, entender e praticar esporte", com reivindicações da sociedade contemporânea, como a igualdade de direitos, o questionamento de padrões e o apoio à diversidade, sendo colocados em evidência.

Elas estão no *Twitter*, *Instagram* e *Facebook*, além de manterem um podcast semanal na plataforma Central 3. No *Facebook*, a página conta com 28 mil curtidas[135] – sendo que, na primeira semana do evento olímpico, houve um aumento de 24% nos acessos e 335% no número de fãs. Durante as duas semanas de Jogos Olímpicos, a hashtag #MaisQueMusas tomou as redes sociais digitais impulsionada pela cobertura do *dibradoras*, que diariamente apresentava aos espectadores quem eram as atletas que estavam competindo no evento, com foco em sua trajetória profissional e qualidades técnicas.

O fato de o maior evento olímpico do mundo ter acontecido no Brasil no momento em que as demandas dos movimentos sociais eram cada vez mais reforçadas e propagadas entre diversos grupos, aumentou a criticidade em relação ao conteúdo produzido pela imprensa. Dessa forma, com cada vez mais mulheres se posicionando e consumindo esporte, foi necessário que essas mídias encontrassem caminhos para se reformular e atender a esse público, como fez a consolidada rede de televisão *ESPN*. Nas versões em inglês e português,

---

[134] *Factsheet Women in the Olympic Movement*, Lausanne: Departament of International Cooperation/ IOC, 2016.

[135] Consulta feita no dia 2/5/2018; dados oficiais fornecidos pela página.

o portal *espnW* – que também está presente nas redes sociais – tenta cumprir um papel que há muito se esperava dos grandes meios: fornecer um conteúdo de qualidade desenvolvido por e para elas que se distancie dos padrões reforçados até então. Por outro lado, ainda que esteja à frente de uma grande campanha[136] que levanta números sobre as diferenças entre a representatividade feminina e masculina no campo esportivo, o *espnW* se aprofunda menos nas discussões de gênero, ainda que ofereça um espaço significativo e periódico para tratar de modalidades femininas. São abordadas questões como carreira, materninade, mães-solo, mas destacam-se as experiência de mulheres atletas, seja no âmbito profissional ou não, sem necessariamente levantar debates. No Facebook, a página está no ar desde 2016 e conta com pouco mais de 21 mil seguidores, um número próximo ao do blog *dibradoras* – seria o mesmo público? – que surgiu como mídia independente, desvinculada de qualquer grande portal, mas, desde março de 2018, passou a ter suas publicações em texto integradas à seção esportiva da *UOL Esporte* e compartilhadas nas redes sociais digitais do portal, ambos espaços de audiência predominantemente masculina.

Tal conjuntura de inclusão e necessidade de novas representações já vinha se desenhando com o crescente acesso às novas tecnologias, que obteve nas redes sociais mais possibildiades de discussão e disseminação de ideias. Em 2012, a rede criada por Mark Zuckerberg atingiu a marca de 1 bilhão de usuários ativos no mundo, o que significou 1 bilhão de pessoas conectadas entre si. Naquele mesmo ano, para além do trabalho dos profissionais da comunicação, assistimos a pessoas comuns – ainda que com menor alcance – documentando informalmente o maior evento esportivo do mundo, cuja edição estava acontecendo em Londres. Elas utilizavam seus dispositivos móveis para fotografar, filmar e compartilhar detalhes da competição e da rotina dos atletas em seus próprios perfis online.

Essa foi uma demonstração da mudança significativa no acesso às novas tecnologias em relação ao ciclo olímpico de Pequim (2008), que modificaram não só os hábitos de consumo de conteúdo, mas também de produção. Contudo, esse quadro resultou em dificuldades técnicas para o próprio Comitê Olimpico Internacional (COI) e para quem realizava a cobertura noticiosa dos Jogos. Alguns enfrentaram problemas de congestionamento das redes de conexão e tiveram suas transmissões prejudicadas, assim como o funcionamento de GPS, em função da quantidade elevada de envio e recebimento de dados.

No Brasil, aconteceu simultaneamente a consolidação do Facebook como a rede social digital mais popular no país – a exemplo futuro das mobilizações conhecidas como jornadas de junho de 2013, que começaram a se organizar nas redes sociais digitais e seguiram para as ruas. Grandes veículos de comunicação precisaram buscar alternativas para se reiventar, enquanto outros menores e que já vinham atuando de forma independente, encontraram nesse ambiente virtual espaço para se fortalecer midiaticamente e empoderar diferentes grupos.

> Nos últimos anos, a comunicação em ampla escala tem passado por profunda transformação tecnológica e organizacional, com a emergência do que denominei autocomunicação de massa, baseada em redes horizontais de comunicação multidirecional, interativa, na

[136] *Inequality Balls é* um projeto lançado em março de 2018, desenvolvido em parceria com as marcas Penalty e Netshoes, que usa bolas de modalidades como futebol, basquete, vôlei e outras para representar de maneira visual os problemas de desigualdade no esporte. Cada bola é pintada proporcionalmente em rosa e azul, justamente para mostrar as diferenças de remuneração em cada modalidade. A campanha, no entanto, peca por estereótipos constantemente combatidos entre os movimentos que discutem o gênero como imposição social: por que rosa e azul?

> Internet; e, mais ainda, nas redes de comunicação sem fio, atualmente a principal plataforma de comunicação em toda parte (Castells, 2012, p.128).

Segundo uma pesquisa[137] realizada pelo *Instituto Reuters*, vinculado à Universidade de Oxford, em 2016 o Brasil era o terceiro país que mais consumia notícias por meio do Facebook, e o primeiro no ranking de produção de conteúdo jornalístico online e interação dos usuários com o que é postado na rede. Diante desse cenário, para as Olimpíadas que aconteceriam no Rio de Janeiro, era preciso não só garantir uma infraestrutura que contemplasse as necessidades dos veículos de comunicação, mas promover modelos diferentes de cobertura que dessem conta da demanda tecnológica e social do momento. Surge então o que definimos como contracobertura no jornalismo esportivo: a apropriação das redes sociais como recurso para contrapor a invisbilidade da mulher nas coberturas, combater o sexismo e apresentar perspectivas diferentes daquelas que naturalizam o esporte como campo masculino.

> A horizontalidade das redes favorece a cooperação e a solidariedade, ao mesmo tempo que reduz a necessidade de liderança formal. Assim, o que parece ser ineficaz como forma de deliberação e tomada de decisão é de fato o alicerce necessário para gerar confiança, sem a qual nenhuma ação comum poderia ser empreendida contra ocenário de uma cultura politico caracterizada pela competição e pelo cinismo. O movimento produz seus próprios antidotos contra a disseminação dos valores sociais que deseja combater. Esse é o principio constante que surge dos debates de todos os movimentos: não apenas os fins não justificam os meios, mas os meios, de fato, encarnam os objetivos da transformação. (Castells, 2012, p. 132)

A possibilidade dessa contracobertura colocou em xeque o ciclo de abordagens normativas perpetuadas ao longo da história e trouxe desafios aos comunicadores. Passou-se a contemplar as vivências da mulher atleta, do público feminino consumidor de esporte que se reconheceu nesse conteúdo e das jornalistas inseridas em um contexto de ressignificação da prática esportiva para mulheres. Os temas publicados tinham a preocupação de levantar algumas questões presentes nessa relação repleta de estereótipos: por que elas ainda gostam e praticam menos que os homens? Podemos dar outro sentido para a expressão lute como uma menina? Como a menstruação e a gravidez podem ser transformadas em vantagem para as atletas? Por que a ginástica artística é só para mulheres?

A essa contracobertura também atribuímos a característica de ser uma leitura feminista, que se manifesta na defesa de pautas congruentes com o movimento – como direitos iguais, valorização da mulher no mercado de trabalho, maior representação feminina, entre outras – e ao assumir um posicionamento, fazendo com que o esporte também esteja incluído entre essas pautas.

Durante os Jogos no Rio de Janeiro (2016), os blogs que se propuseram a cumprir essa proposta foram *dibradoras, AzMina e Olga Esporte Clube,* sendo que apenas dois deles tratavam exclusivamente de esporte. Na época, todos foram integrados ao site da *UOL Esporte*, e desenvolveram, juntos, um especial de reportagens que se chama #QueroTreinarEmPaz e fala sobre as mais diversas dificuldades da mulher atleta no âmbito da prática esportiva. As atualizações de conteúdo continuaram até o final dos Jogos, compartilhados em suas respectivas páginas no Facebook, assim como na do *UOL Esporte*.

[137] Disponível em: https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/our-research/digital-news-report-2016. Acesso em 12 de maio de 2018.

Depois das Olimpíadas, o *Olga Esporte Clube* chegou ao fim e as publicações voltaram a ser feitas apenas pelo site da ONG *Think Olga*; no site *AzMina*, alguns textos ainda são publicados, mas é um recorte bem pequeno perto da quantidade de conteúdo compartilhada. Assim, o projeto *dibradoras* foi o único que sobreviveu com o mesmo propósito ao final do evento e deu continuidade à produção de seus conteúdos para o blog e suas redes sociais. Em 2018, porém, o *dibradoras* voltou a ter um espaço no *UOL Esporte* e passou a levar discussões sobre gênero e esporte para um público que é, em sua maioria, masculino, tanto no site, quanto no Facebook. Com essa mudança, o dibradoras passa a ser o primiero blog que trata da relação entre gênero e esporte a ser incluído em um grande portal de cobertura esportiva. No globoesporte.globo.com, temos o blog *Dona do Campinho*, em a jornalista Cintia Barlem conduz a proposta de noticiar o futebol feminino. No entanto, poucas publicações prestam o serviço de conduzir um debate, são reportagens mais objetivas, além de não haver uma frequência ou periodicidade nas atualizanões – em consulta realizada no dia 25/4, o último texto havia sido publicado há tres semanas.
Na descrição do blog dibradoras, lemos:

> Futebol não é coisa de mulher. Rugby? Vocês não têm força para jogar... Lugar de mulher é na cozinha, não no campo, na quadra, na arquibancada. Já ouviu isso muitas vezes, né?! Mas o dibradoras surgiu para provar justamente o contrário. Mulher pode gostar, entender e praticar o esporte que quiser. E quem achar que não, a gente dibra. (Dibradoras, 2018, online)

É esse o centro das discussões propostas pelas profissionais[138] à frente do projeto sobre o qual iremos debruçar nossos estudos. Pretendemos compreender a produção de um novo tipo de jornalismo esportivo, que tem como principal característica uma cobertura ativista a partir das questões de gênero. Neste artigo, não há a intenção de esgotar todo o aporte teórico que sustenta nosso objeto, mas sim iniciar as primeiras reflexões sobre o caminho que deveremos seguir.

Mobilização e movimentos sociais em rede

No contexto de apropriação da Internet e de seus recursos, selecionamos alguns conceitos convergentes para explicar, primeiro, o que são os movimentos sociais e, depois, suas relações com as redes sociais digitais na contemporaneidade. Castells (2012, p.18) caracteriza os movimentos sociais como "produtores de novos valores e objetivos em torno dos quais as instituições da sociedade se transformaram a fim de representar esses valores criando novas normas para organizar a vida social". Ou seja, um cenário em que atores sociais se articulam para defender mudanças em padrões, ideias ou comportamentos pré-estabelecidos e propagados como verdades únicas.

> Os atores da mudança social são capazes de exercer influência decisiva utilizando mecanismos de construção do poder que correspondem às formas e aos processos do poder na sociedade em rede. Envolvendo-se na produção de mensagens nos meios de comunicação de massa e desenvolvendo redes autônomas de comunicação horizontal, os cidadãos da era da informação tornam-se capazes de inventar novos programas para as suas vidas com as matérias-primas de seu sofrimento, suas lágrimas, seus sonhos suas esperanças. Elaboram seus projetos compartilhando sua experiência. Subvertem a prática da comunicação tal como

[138] O blog foi idealizado por duas jornalistas, uma publicitária e uma designer; uma corintiana, uma palmeirense e duas são-paulinas.

> usualmente se dá, ocupando o veículo e criando a mensagem. Superam a impotência de seu desespero solitário colocando em redes seu desejo. Lutam contra poderes constituídos identificando as redes que os constituem. (Castells, 2012, p.18)

Por sua vez, Gohn (2011) considera ações sociais coletivas de caráter sócio-político e cultural que permitem a diferentes grupos se organizarem a partir de suas demandas. Segundo a pesquisadora, os movimentos representam forças sociais organizadas, que "aglutinam as pessoas não como força-tarefa de ordem numérica, mas como campo de atividades e experimentação social, e essas atividades são fontes geradoras de criatividade e inovações socioculturais" (Gohn, 2011, p. 336). Necessariamente, os movimentos sociais possuem identidade e se articulam fundamentados em um projeto de vida e de sociedade, contribuindo nas esferas de conscientização, democracia, diversidade, representatividade e inclusão. Gohn (2011) considera uma ressignificação dos ideais clássicos de igualdade, fraternidade e liberdade:

> A igualdade é ressignificada com a tematização da justiça social; a fraternidade se retraduz em solidariedade; a liberdade associa-se ao princípio da autonomia – da constituição do sujeito, não individual, mas autonomia de inserção na sociedade, de inclusão social, de autodeterminação com soberania. (Gohn, 2011, p. 337)

A ideia de justiça social e liberdade como constituição de um sujeito autônomo e participativo na sociedade conversa com o que defende Castells (2012). O sociólogo estabelece que as raízes dos movimentos sociais estão na injustiça fundamental de todas as sociedades, que seguem sendo confrontadas pelas aspirações humanas de justiça, independentemente do contexto. São um conjunto de causas estruturais – ele cita algumas como Estados repressivos, racismo, xenofobia, violação de privacidade, sexismo, homofobia entre outras – ou motivações pessoais que se organizam contra qualquer tipo de dominação social, e ainda funcionam como fonte da mudança social.

A respeito dos movimentos sociais contemporâneos, podemos considerar as redes sociais da Internet como um novo espaço de interações, troca de informações, mobilização e resistência contra a dominação e o controle sociais de que falamos. Esse espaço surge como uma mídia emergente, que oferece a autonomia necessária aos movimentos sociais. Castells (2012, p.164) argumenta que, embora a base de qualquer movimento se dê no espaço público – com manifestações, ocupações, performances – sua existência também tem lugar no espaço livre da Internet. Nele, não há um centro determinado ou uma liderança formal, mas sim uma estrutura descentralizada, de organização horizontal e sem fronteiras, o que tende a aumentar a quantidade de indivíduos envolvidos e diminuir os alvos de repressão. No entanto, considera-se que ainda que esses movimentos contemporâneos se iniciem nas redes sociais da Internet, eles também são concretizados ao ocupar o espaço urbano, resultando em um terceiro espaço, definido por Castells como espaço da autonomia:

> Só se pode garantir autonomia pela capacidade de se organizar no espaço livre das redes de comunicação; mas, ao mesmo tempo, ela pode ser exercida como força transformadora, desafiando a ordem institucional disciplinar, ao reclamar o espaço da sociedade para seus cidadãos. Autonomia sem desafio torna-se retirada. Desafio sem uma base permanente para a autonomia no espaço dos fluxos equivale a um ativismo interrompido. O espaço da autonomia é a nova forma espacial dos movimentos sociais em rede. (Castells, 2012, p. 165)

No livro *Redes de Indignação e Esperança*, o sociólogo faz reflexões teóricas sobre o que seriam esses movimentos sociais em rede, a partir de suas pesquisas pautadas nas revoltas

e nos protestos em massa que eclodiram no mundo desde 2011. A Primavera Árabe, o *Occupy Wall Street* nos Estados Unidos, e as mobilizações no Brasil em junho de 2013 – esta última acrescentada na versão em português do livro como um pósfácio feito pelo autor – são alguns dos exemplos citados por Manuel Castells. No contexto de nossa pesquisa – a considerar o movimento feminista no centro das discussões que faremos a respeito do ciberfeminismo e da questão do gênero no esporte – também encontramos ações que começaram a se articular nas redes sociais digitais e se legitimaram no espaço urbano.

A Marcha das Vadias é uma das primeiras mobilizações que se espalharam a partir das redes sociais da Internet. A manifestação, que ocorreu pela primeira vez em Toronto, no Canadá, em 2011, foi uma reação à fala de um policial quando questionado sobre os abusos sexuais contra mulheres na York University. Ele respondeu que os casos de violência acabariam quando as mulheres deixassem de se vestir como "vadias", *sluts* em inglês. Com essa fala publicada na Internet, universitárias de Toronto se reuniram e organizaram a Marcha das Vadias (*SlutWalks*), com o objetivo de lutar contra a culpabilização das vítimas de estupro e criminalização da sexualidade feminina, além de apoiar a liberdade das mulheres escolherem como se vestir, a fim de descontruir todo o condicionamento sociocultural em relação ao seu corpo. Na ocasião, alunos e alunas saíram às ruas pelo movimento que ganhou força em outros lugares do mundo por meio das redes sociais digitais.

No endereço eletrônico[139] da *SlutWalk* Toronto, constam informações sobre as marchas, que não têm uma sede, nem se associam a qualquer organização não-governamental, além de esclarecer que não são necessárias autorizações para que elas aconteçam – o que demonstra uma estrutura descentralizada e horizontal. Em junho de 2011, os responsáveis pela *SlutWalk* de Toronto publicaram no Facebook uma espécie de manual para motivar outras marchas pelo mundo. A publicação acabou propagada espontaneamente, consolidando um espaço de construção de identidade e mobilização.

As redes sociais da Internet funcionaram não só como ferramenta de divulgação das marchas, mas também promoveram debates, reações e diálogos entre mulheres de realidades distintas. No contexto de apropriação de novos canais de comunicação, permitiu-se uma difusão maior e mais rápida dos ideais defendidos pelo movimento que ocupa o espaço de autonomia conceituado por Castells (2012), acontecendo nas ruas – com as manifestações públicas – mas mantendo uma interação contínua nas redes. No Brasil[140], a primeira Marcha das Vadias aconteceu em junho de 2011, na cidade de São Paulo, e depois se espalhou por outros lugares do país, sendo realizadas todos os anos desde então.

Ciberfeminismo e possibilidades

Estabelecer uma única definição para o conceito de feminismo não é uma tarefa fácil, visto que ele se constrói no dia a dia, nas superação das barreiras estruturais erguidas ao longo da história e nas ações cotidianas, se mantendo em um constante processo de transformação. De cunho social e político, o movimento feminista defende a emancipação da mulher e sua autonomia, seja sobre decisões relacionadas ao seu próprio corpo, como

[139] http://www.slutwalktoronto.com/about/faqs/

[140] Segundo matéria publicada pelo jornal Folha de São Paulo, disponível no link: http://www1.folha.uol.com.br/cotidiano/925522-marcha-das-vadias-leva-300-pessoas-para-a-av-paulista.shtml

engravidar ou não, escolher que roupas utilizar ou interromper uma gestação; sobre sua profissão e atuação no mercado de trabalho; e sobre priorizar a vida familiar e a criação dos filhos. Outro ponto é o combate à rivalidade entre mulheres e o incentivo na ocupação de lugares ditos masculinos, transformando-os em lugares para todos. Diferente das críticas que acusam o feminismo de pregar a superioridade feminina, o movimento tem o objetivo de lutar pela equidade entre os gêneros[141] – o que não significa que os homens não precisarão abandonar comportamentos que reforçam os problemas estruturais dessa relação, o que eles confundem com perda de direitos ou submissão. Outras críticas estão relacionadas à construção homogênea do movimento, que, na verdade, agrupa mulheres diferentes, com interesses diferentes, mas, muitas vezes, não reflete todas essas diferenças. Destacamos movimento negro, o movimento trans, o movimento interseccional, o movimento radical, entre outros.

Pensar nas origens do movimento feminista remete à sua expressão como sujeito político das mulheres, momento em que a Revolução Francesa derrubou a monarquia absolutista e desencadeou um novo sistema de funcionamento à sociedade, o que permitiu à mulher o contato com alguns espaços ainda não visitados. Mais tarde, em 1790, surgiriam os primeiros indícios do que viria a se tornar de fato um movimento, com a publicação do livro livro *A Vindication Of The Rights of Woman* (Uma Defesa dos Direitos da Mulher, em tradução para o português), da escritora britânica Mary Wollstonecraft, uma das pioneiras no pensamento em defesa da igualdade entre os gêneros. E ainda que não possamos apontar uma única data que determine o nascimento dos ideais feministas, temos o ano de 1848 como marco: na época, foi realizada a Convenção dos Direitos das Mulheres realizada em Nova York, resultando na Primeira Onda Feminista, que tinha pautas de cunho político e a favor da equidade de direitos econômicos e políticos entre homens e mulheres. A Segunda Onda Feminista surge entre 1960 e 1970, com a reivindicação de ocupação de mais papéis sociais, impulsionada por avanços relacionados à ciência, tecnologia e mercado de trabalho, culminando ainda na libertação sexual da mulher, com o advento da pílula anticoncepcional, além de acolher o debate sobre demandas diferentes. A terceira onda feminista traz discussões a respeito da mulher na sociedade, ao relacionar questões biológicas e sociais para compreender a construção de padrões e comportamentos; e acompanha pautas diversas até a contemporaneidade, incluindo a relação com com a comunicação em meio ao desenvolvimento das novas tecnologias.

Depois de uma breve explicação sobre o movimento feminista e suas origens, faremos apontamentos sobre o termo ciberfeminismo, que surge no contexto da Terceira Onda Feminista e avança pela chamada quarta onda feminista, sobre a qual algumas acadêmicas defendem ser "novas propostas teóricas, a partir de uma renovada ênfase em fronteiras interseccionais, transversais e transdisciplinares entre gênero, raça, sexualidade, classe e geração (no mínimo)", (Matos, 2014, p. 4).

> (...) Essa combinação de discursos e de práticas mobilizadoras (a um só tempo: históricas, políticas e sociais) que reconhecem a interseccionalidade das diferenças como dado inescapável e como força politizadora das lutas sociais é que tem sido a tônica de movimentos feministas no Brasil e na América Latina e de elementos muito significativos das forças transformadoras atuais das nossas sociedades (Matos, 2014, p.4)

[141] Optamos por discorrer sobre a construção social do gênero a partir da abordagem feminista, que considera papéis estabelecidos pelos gêneros binários – masculino e feminino.

Não pretendemos esgotar neste artigo o estudo teórico sobre o termo ciberfeminismo ou sua relação com as Terceira e Quarta Onda Feminista, o que será contemplado no desenvolvimento da tese. O objetivo é fazer reflexões e identificar pontos congruentes com a temática de gênero e esporte, que são os pilares desa pesquisa em andamento.

Para compreender as raizes do significado de ciberfeminismo, voltaremos primeiro a Haraway (2009), que afirma em seu *Manifesto Ciborgue: Ciência, Tecnologia e Feminismo-socialista* que esse ser – ciborgue – seria um organismo cibernético híbrido, máquina e organismo, uma criatura ligada não só ao social e político, mas também à ficção. A partir da ideia do ciborgue, a bióloga e ativista propõe uma nova estratégia política feminista, que se relaciona com ciência e tecnologia. Recorrente na ficção científica contemporânea, esse personagem é utilizado como metáfora para criticar aquilo que foi estabelecido socialmente como experiência feminina no século 20, é uma reivindicação a favor das diferenças.

"O ciborgue é uma imagem condensada tanto da imaginação quanto da realidade material: esses dois centros, conjugados, estruturam qualquer possibilidade de transformação histórica" (Haraway, Kunzru & Tadeu, 2000, p.16). Assim, o manifesto utiliza-se das transformações sociais e políticas ocidentais dos anos 1980 para definir a imagem do ciborgue, permitindo refletir sobre os desafios trazidos pelos avanços da ciência e tecnologia, assim como as novas percepções de mundo, de nós mesmos e das relações sociais.

A identidade feminina é, antes de tudo, uma identidade imposta a mulheres que são diferentes entre si, sendo que, desde suas primeiras manifestações, o movimento feminista buscou justamente contestar as definições tradicionais do ser mulher – o que implicaria em um processo de des-identificação, em busca de novas e múltiplas identidades, em um efeito libertador (Miguel, 2002).

No quadro a seguir, é possível compreender de que maneira se dá a configuração dos espaços público e privados na modernidade, o que reflete diretamente no âmbito dos direitos civis, políticos e sociais das mulheres, assim como na construção da identidade feminina – submetida à lógica da dominação masculina.

Esfera pública	Esfera privada
Masculino	Feminino
Universalidade, neutralidade	Particularidade, parcialidade
Cultura, ciência, técnica	Natureza
Liberdade	Necessidade
Mente, produção de ideias	Corpo, produção de corpos
Razão, entendimento	Paixão, sentimento
Ética da justiça	Ética do cuidado
Competitividade	Caridade, beneficência
Fazer	Ser
Produtividade, trabalho assalariado	Improdutividade no trabalho
"Os iguais": indivíduos, cidadãos	As idênticas: mães, esposas

Quadro 1: A configuração dos espaços públicos e privados na modernidade. Miguel, p.6, 2002, tradução nossa.

De acordo com Miguel (2002) o quadro acima define a esfera privada como condição necessária para a existência da esfera pública, tanto material como simbolicamente, portanto é lógico considerar que a inclusão das mulheres no espaço público não supõe somente estender a ela os direitos civis, políticos e sociais, mas sim questionar essas relações entre público e privado.

Apesar de criticado – por defender certa homogeneidade do movimento feminista e não considerar questões de raça e identidade trans, por exemplo – o princípio proposto por Haraway (1985) abriu portas para a apropriação tecnológica com fins de ativismo, em defesa da linguagem e da mensagem através desses meios como um mecanismo essencial de luta. Passamos a considerar o ciberfeminismo como um ciberativismo de mulheres que se apoiam nas potencialidades das novas tecnologias, como a descentralização e disseminação de informações, para incentivar novos canais de fala e representação para elas, inclusive em campos que são essencialmente reféns de estereótipos, como é o caso do esporte, do micro – simples incentivo à prática esportiva – ao macro – no ambiente olímpico atuando como profissional.

Por mais que consideremos as visões otimistas que colocam a internet como lugar de inúmeras possibilidades, principalmente às minorias, que se dividem em movimentos sociais e lutam por mais representatividade, dominação semelhante acontece ao observarmos o quadro de inclusão de mulheres na cultura de digital e universalização do acesso à internet. Seria esse "somente um novo mercado para comprar, impor conceitos tradicionais de beleza e manter o sistema?" (Nathanson, Brunet & Paz, 2011, p. 4). Segundo Maria Fernandez e Faith Wilding (2002) é preciso separar o velho e o novo ciberfeminismo, sendo que este último não surge apenas como alternativa para solucionar a dominação e o controle masculino, mas sim para desafiar as práticas na internet e fazer uma crítica ao período anterior, quando ciborgue de Haraway era entendido como única solução. Nathanson, Brunet e Paz (2011) consideram a necessidade de estudos que observem mais atentamente a relação entre mulheres e tecnologia, ou seja, dimensões diferentes dos estudos de representação social, que se posicionem a favor de uma luta contra a chamada "tecnofobia" – que afasta a mulher do universo tecnológico – e coloque mulheres produzindo conteúdo para mulheres, não apenas acessando páginas, para que seja efetiva, de fato, a chamada democratização das novas mídias.

Com o objetivo de reconstruir identidades e impulsionando veículos independentes de comunicação feminista, o ciberfeminismo deu palco às pautas que discutem empoderamento, representatividade ou contestam estereótipos, sendo cada vez mais segmentados – como podemos ver na atuação em prol da valorização da mulher no contexto da prática esportiva –, estimulando a heterogeneidade feminina e tentando atender às suas necessidades igualmente heterogêneas.

Relações de gênero no esporte

No campo do esporte, um fenômeno cuja dimensão social abrange valores culturais de diferentes grupos, a relação do meio com a mulher vai muito além da sua conquista por espaço: quando se trata de representá-la, grande parte da mídia se aproxima da sexualização do corpo, de suas emoções ou de qualquer outro sinalizador em detrimento da técnica esportiva e de sua valorização como atleta profissional, resultado de uma violência estrutural e simbólica promovida pela dominação masculina. Depois de uma extensiva e internacional pesquisa em coberturas de grandes eventos esportivos, Wensing e Bruce

(2003) apontam que, historicamente, até o momento da pesquisa, a mídia utilizava cinco técnicas ou recortes para representar a mulher-atleta, considerando os ideais de feminilidade, que são marcação de gênero, heterossexualidade compulsória, feminilidade apropriada, infantilização e minimização do esporte (tradução nossa). De acordo com os autores, essas categorias são explicadas da seguinte forma: a marcação de gênero considera a divisão entre eventos ou esportes de homens e eventos ou esportes de mulher; a heterossexualidade compulsória descreve mulheres como objetos sexuais ou nos papéis de esposas ou mães; os ideais de feminilidade enfatizam os estereótipos a partir de características femininas como fraqueza física ou emocional, lágrimas e preocupação com os outros; a infantilização contempla os termos utilizados para falar sobre mulheres atletas (garotas) e homens atletas (homens); por fim, a minimização se dá quando o foco está em qualquer outro assunto – visual, relacionamentos amorosos, orientação sexual – de forma a diminuir sua identificação com o esporte (Wensing & Bruce, 2003)[142].

Esses retratos refletem o efeito de dominação que, segundo Bourdieu (2002) acontece de forma inconsciente e invisível, fazendo com que tudo seja incorporado do ponto de vista do homem e determinado, então, como lei natural. Influenciado por interesses, preconceitos e opiniões externas, o indivíduo acredita ser capaz de delinear suas próprias ideias, quando isso, na verdade, é dificultado por um ambiente que se rege por leis pré-determinadas.

Por outro lado, não apenas na representação da mulher atleta se concentram os problemas do feminino no esporte: apesar de serem maioria nas redações de jornalismo, a quantidade de homens nas editorias de esporte ainda é maior, assim como o tempo dedicado às modalidades femininas nas coberturas diárias, e há preferência por fontes masculinas. A pesquisa *International Sports Press Survey*[143], divulgada em 2011 pelos acadêmicos alemães Jörg-Uwe Nieland, da German Sport University, e Thomas Horky, da Macromedia University for Media e Communication, em parceria com o Ministério da Cultura da Dinamarca, revelou um panorama desigual entre homens e mulheres inseridos na mídia esportiva. O estudo analisou 18.340 matérias de 81 jornais publicados em 23 países, entre eles o Brasil. Os resultados apontaram que, no mundo, apenas 11% do conteúdo analisado foram escritos por mulheres, assim como 85% das matérias focaram nos homens atletas. No Brasil, esses números ficam ainda menores: apenas 8% do conteúdo foi assinado por uma mulher e 74% do total é sobre futebol, assim, conteúdos relacionados economia, política e transparência dentro do esporte são negligenciados. A pesquisa ainda não foi atualizada, mas ainda que esforços estejam sendo feitos a fim de mudar essas estatísticas, a relação entre mulheres e esporte está longe de acontecer guiada pela equidade entre os gêneros.

Seja no exercício de sua profissão como atleta, jornalista esportiva, treinadora, árbitra, dirigente em clube ou no papel de torcedora, o machismo e o sexismo continuam presentes. No Brasil, o mês de março de 2018 ficou marcado pela campanha #DeixaElaTrabalhar, que começou nas redes sociais e se expandiu para outras mídias. Problematizou-se o assédio às jornalistas esportivas durantes as coberturas e no dia a dia das redações, assim como a falta de estrutura na área de imprensa dos estádios – alguns, por exemplo, não possuem banheiro feminino. Com um manifesto de cerca de 50 profissionais brasileiras e ações nas

[142] Tradução nossa.

[143] Disponível em: http://www.playthegame.org/fileadmin/image/PtG2013/Presentations/30_October_Wednesday/Horky-Nieland_PTG_2013_11.30.pdf; https://apublica.org/2012/10/jornalismo-esportivo-nem-mulheres-nem-fontes/

redes sociais, a campanha ganhou proporções mundiais, com casos sendo denunciados em diversos contextos.

Outro grupo que avança não só em pautas discutidas nas redes sociais, mas presencialmente pelo Brasil, é o movimento Mulheres de Arquibancada, que defende a resistência o empoderamento de torcedoras que acompanham o esporte no Brasil, em especial o futebol. Coletivos feministas têm reunido mulheres que reconhecem a necessidade de abordar a questão do gênero no campo esportivo, promover campanhas que incentivem a ida ao estádio, debater a imagem que os clubes têm de suas torcedoras, incluir mulheres como profissionais nas diversas áreas – médicas, fisioterapeutas, auxiliares técnicas, treinadoras – que o esporte possibilita, e promover a identificação com o público feminino.

As relações de gênero no esporte acontecem de forma estruturalmente e culturalmente masculina. O resultado dessa conjuntura reflete em todos os problemas de discriminação, condições precárias de treinamento, objetificação da mulher, falta de reconhecimento e investimento, entre outros. Nesse contexto, os Jogos Olímpicos são uma oportunidade de mudar a maneira como mulheres são tratadas no esporte, já que atraem todas as atenções como o maior evento esportivo do mundo. As duas últimas edições foram significativas para o movimento que defende o empoderamento feminino no esporte, a considerar a quantidade de mulheres participantes, a inclusão em modalidades antes não permitidas e a contracobertura impulsionada pelas redes sociais que considerou outro recorte noticioso, além do compromisso firmado pelo Comitê Olímpico Internacional, no começo dos anos 2000, de aumentar a representatividade feminina dentro das diversas esferas relacionadas ao evento. Para 2020, o objetivo é que elas disputem todos os mesmos esportes que os homens, com a chegada do baseball, karatê, skate, escalada e surf.

Considerações finais

Este artigo não teve o objetivo de sanar todas reflexões teóricas sobre o tema apresentado, mas sim trazer elementos que fomentem o debate e sustentem as hipóteses a respeito da inclusão feminina no campo esportivo, a considerar o projeto *dibradoras* como protagonista de um novo tipo de cobertura jornalística. Na tríade de observação proposta, com discussões sobre movimentos sociais em rede, ciberfeminismo e o gênero no esporte, tentamos apresentar uma pequena parte da base teórica com a qual trabalharemos nossa tese. Depois de expor o contexto e a relevância do assunto, abordamos as características dos movimentos em rede no Brasil, com destaque para as articulações do movimento feminista, sob influência de novas possibilidades de troca de ideias, informações e mobilização. Passamos pelos conceitos de feminismo e ciberfeminismo, atividade considerada recente e cujas definições são construídas a partir de vivências diferentes. Por fim, falamos sobre a representação e os direitos de mulheres na relação com o esporte, que surge como mais um ambiente em que a mulher luta por representatividade.

Percebemos a necessidade de discutir um tema que se mantém atual e precisa acompanhar as demandas da sociedade, a considerar o esporte como campo de expressão social, política e cidadã. Não defendemos uma disputa entre homens e mulheres, mas sim a conquista de um espaço que seria garantido pela igualdade de investimentos, crescimento e oportunidades. E no momento em que a internet e as redes sociais surgem como lugar democrático para expressão e defesa de ideias, usá-las como ferramenta dessa luta torna-se

mais um caminho para desconstruir preconceitos, regras e padrões absorvidos como convenções sociais ao longo da História.

Referências bibliográficas

Bourdieu, P. *A dominação masculina*. (2002). Rio de Janeiro: Bertrand Brasil.

Castells, M. (2012). *Redes de indignação e esperança. Movimentos sociais na era da internet.* Rio de Janeiro: Editora Zahar.

De Miguel, A. e Boix, M. (s.d) *Los géneros de la red: los ciberfeminismos.* Disponível em: http://www.mujeresenred.net/IMG/pdf/ciberfeminismo-demiguel-boix.pdf. Acesso em 21 de mai.

Fernandez, M. Wilding, F. (2002) *Situating Cyberfeminisms.* In: Fernandez, Maria (Org). *Domain Errors!: Cyberfeminist Practices*. Autonomedia.

Haraway, D. (1985). *Manifesto ciborgue - Ciência, tecnologia e feminismo-socialista no final do século XX.* In: Haraway, D.; Kunzru, H.; Tadeu, T. *Antropologia do ciborgue: as vertigens do pós-humano*. (p. 33-118). Belo Horizonte: Autêntica.

Natansohn, G.; Brunet, K.; Paz, M. (2011). *Mulheres na cultura digital: perspectivas e desafios.* In: Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação. XIII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste – Maceió – AL.

Gohn, M. G. (2011). *Movimentos Sociais na contemporaneidade.* Revista Brasileira de Educação, 47, 333-362.

Matos, M. (2014). *A Quarta onda feminista e o Campo crítico-emancipatório das diferenças no Brasil: entre a destradicionalização social e o neoconservadorismo político.* 38º Encontro Anual da ANPOCS, Caxambu – MG.

Wensing, E. H., & Bruce, T. (2003). *Bending the rules: Media representations of gender during an international sporting event.* International Review for the Sociology of Sport, 38, 387-396.

Reflexões sobre jovens *nerds* e representações em dispositivos de *podcasts*

Reflections on young nerds and representations in podcast devices

Rute Dâmaris da Silva Freitas[144]

Resumo
O presente trabalho é parte da pesquisa que vem sendo desenvolvida no mestrado acadêmico em comunicação com a temática "representações sociais sobre jovens partilhadas no programa NerdCast". No qual tem o objetivo de analisar quais as concepções de jovens presentes nos discursos do programa de *podcast* voltado para o público *nerd*. Nesse artigo é feita uma revisão teórica das discussões psicossociais acerca do conceito de representações sociais e representação cotidiana, uma reflexão bibliográfica sobre a concepção de jovens nos estudos sociológicos e por fim, o que constitui nosso principal objetivo, descrever os dispositivos de *podcasts* como um modelo de comunicação móvel característico da cibercultura e a sua apropriação pelo site Jovem Nerd para atrair o público e representar modelos de jovens. Aqui usamos autores como Bourdieu (2003), Debert (2010) e outros, também apresentamos os dispositivos de *podcast* em Carvalho (2013) Luiz e Assis (2011), entre outros, e falamos sobre representações em Goffman (1985) e Moscovici (1978; 2013).

Palavras Chave: Jovens, Representações, Podcast.

Tema central

Em uma sociedade que valoriza cada vez mais o uso da tecnologia se faz necessário se dedicar aos estudos de forma a entender como se constitui as relações mediadas por dispositivos tecnológicos entre os indivíduos. Antes de tudo as informações que são transmitidas nesses meios revelam olhares individuais e sociais que circulam no cotidiano. Essas visões são também construções de realidade e de mundo que os indivíduos tanto reproduzem como adquirem, são as representações que eles agregam para si e que estão presentes na sociedade em que eles se situam.
No Brasil, são pessoas com idade entre 18 a 24 anos que mais acessam internet, 85% dos brasileiros nessa faixa etária usam a rede mundial de computadores[145]. Seja nas redes sociais ou em sites de notícias, o conteúdo que circula nesses locais é feito para atrair esse público, além do modo como o conteúdo é uma apropriação de outras mídias como a televisão (na internet web TVs) e o rádio (com a webrádio e os *podcasts*), dentre outros.

---

[144] Mestranda do Programa de Pós-graduação em Comunicação da Universidade Federal do Piauí (UFPI), vinculada à linha Mídia e Produção de Subjetividades. Jornalista. Graduada em Comunicação Social com Habilitação em Jornalismo pela Universidade Federal do Piauí. Teresina, Piauí, Brasil. Email: rute.damaris@hotmail.com

[145]https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-noticias/2013-agencia-de-noticias/releases/20073-pnad-continua-tic-2016-94-2-das-pessoas-que-utilizaram-a-internet-o-fizeram-para-trocar-mensagens.html

Os *podcasts* são exemplos de como um conteúdo de uma mídia tradicional pode se adaptar a ponto de se caracterizar como uma mídia de um novo nicho, utilizando da linguagem radiofônica e de aspectos da cibercultura, os podcasts mantém um público fidelizado, mesmo com a recente valorização das imagens e do vídeo na internet.
Um dos grupos que investiu nesses dispositivos é o "jovem nerd", que apesar de contar com um site e vários canais de vídeos na internet, tem como carro-chefe seu canal de *podcast*, o NerdCast. Nos discursos dos *podcasters*[146] estão as representações que eles fazem de si, da realidade e do mundo social ao seu redor, de forma a se aproximar do ouvinte e construir um processo de identificação. Como principais consumidores, os jovens são sujeitos mais próximos a se identificar nas representações presentes nos discursos dessas mídias.

Objetivos

Em nossa pesquisa de mestrado temos como objetivo principal analisar as representações sociais nos discursos do programa NerdCast sobre jovens. Entendendo como esses jovens inseridos na cultura nerd consomem esse programa e o como se identificam com essas representações.
No presente artigo o objetivo principal é descrever como o site Jovem Nerd utiliza o seu canal de *podcast* para atrair e representar modelos de jovens inseridos na cultura *nerd* através da utilização de uma mídia que se utiliza de uma comunicação unidirecional característico da cibercultura. Para isso, é preciso refletir sobre as discussões teóricas em relação representações sociais e representação cotidiana e a concepção de jovens como construção social.

Representações como processo de construção sociológica

Começamos a falar sobre representações para entender como ela faz parte da construção social da realidade, sua circulação no cotidiano e nos meios de comunicação e seu impacto em indivíduos específicos.
O conceito de representação tem sido estudado por várias vertentes interdisciplinares, com estudos que procuram entender esse processo através da língua, das operações individuais e das interações sociológicas. Vamos abordar algumas dessas vertentes levando em conta as questões de comunicação.
Comecemos por Goffman (1985) que tem seu estudo voltado para as interações sociais em pequenos detalhes da vida cotidiana. O princípio dessa interação é a informação que o indivíduo pretende passar sobre si mesmo. "(...) Quando uma pessoa chega a presença de outras, existe, em geral, alguma razão que a leva a atuar de forma a transmitir a impressão que lhe interessa transmitir" (Goffman, 1985, pp. 13,14). A representação que o indivíduo faz de si mesmo é o princípio para pensar as representações que ele faz dos outros e do mundo. Quando o indivíduo se representa perante os outros, espera que esses o reconheçam de acordo com suas representações.

> A expressividade do indivíduo (e, portanto, sua capacidade de dar impressão) parece envolver duas espécies radicalmente diferentes de atividade significativa: a expressão que ele transmite e a expressão que emite. A primeira abrange os símbolos verbais, ou seus substitutos, que ele usa propositadamente e tão só para veicular a informação que ele e os

[146] Produtores de *podcasts.*

> outros sabem estar ligada a esses símbolos. (...) A segunda inclui uma ampla gama de ações que os outros podem considerar sintomáticas do ator, deduzindo-se que a ação foi levada a efeito por outras razões diferentes da informação assim transmitida. (Goffman, 1985, p.12)

No fim, o indivíduo está sempre rodeado de informações falsas, seja a que ele emite intencionalmente ou que os indivíduos acreditam que está ligada a ele. Esse público que recebe essas informações é levado a acreditar que a informação que ele recebe do outro é verdadeira.

Goffman (1985) tem uma concepção de representação baseada nessa ideia de que o indivíduo propõe informações diante de um grupo de observadores, ele usa o termo representação para se referir as ações individuais diante de um grupo particular de observadores e que sobre estes tem alguma influência.

> Será conveniente denominar fachada à parte do desempenho do indivíduo que funciona regularmente de forma geral e fixa com o fim de definir a situação para os que observam a representação. Fachada, portanto, é o equipamento expressivo de tipo padronizado intencional ou inconscientemente empregado pelo indivíduo durante sua representação. (Goffman, 1985, p.29)

Mesmo que o estudo de Goffman (1985) seja em relação as representações individuais na vida cotidiana, essas práticas se amplificam para um nível social amplo. Ele lembra que uma fachada social específica "tende a se tornar institucionalizada em termos das expectativas estereotipadas abstratas às quais dá lugar e tende a receber um sentido e uma estabilidade à parte das tarefas específicas que no momento são realizadas em seu nome" (Goffman, 1985, p.34). Essas representações se tornam então representações coletivas. Quando o indivíduo se apresenta mais do que se representar, ele estará incorporando e representando aspectos e valores presentes na sociedade.

> Uma condição, uma posição ou um lugar social não são coisas materiais que são possuídas e, em seguida, exibidas; são um modelo de conduta apropriada, coerente, adequada e bem articulada. Representando com facilidade ou falta de jeito, com consciência ou não, com malícia ou boa-fé, nem por isso deixa de ser algo que deva ser encenado e retratado e precise ser realizado. (Goffman, 1985, p.74)

O interesse do autor é mostrar aspectos cotidianos nas representações individuais como parte de representações sociais mais amplas. Isso é claro, está ligado a muitos aspectos da interação do indivíduo na sociedade, do uso social e a apropriação individual da linguagem, o que se situa entre o cognitivo e o social.

Fazendo um paralelo com o trabalho de Moscovici (1978; 2013), ele vê a representação entre essas duas abordagens (cognitivo e social), para isso ele inaugura a Teoria das Representações Sociais que entende as representações como modos pelos quais os indivíduos conhecem a realidade e por onde se comunicam e interagem nos grupos sociais. É através de representações que os indivíduos elaboram pensamentos sobre o objeto e fixam suas posições em relação ao que é representado.

> (...) A representação social é um corpus organizado de conhecimentos e uma das atividades psíquicas graças ás quais os homens tornam inteligíveis a realidade física e social, inserem-se num grupo ou numa ligação cotidiana de trocas, e liberam os poderes de sua imaginação. (Moscovici, 2013, p. 28)

Uma representação não é fidedigna ao objeto que representa. Por isso, a representação tem duas faces: a face figurativa e a face simbólica, em que a representação é responsável por fazer compreender a "toda figura um sentido e a todo sentido uma figura" (Moscovici, 1978, p.65). Essa representação é realizada através de dois mecanismos que se baseia na memória e em experiências do indivíduo.

O primeiro desses mecanismos é a ancoragem a familiarização do estranho. Essa ideia está ligada a conceituação e categorização dos objetos e dos indivíduos. Para nossa pesquisa, se trata em categorizar indivíduos como jovens por meio de faixa etária ou comportamentos ditos comuns a esses sujeitos, como comportamentos biológicos de mudança do corpo ou uma rebeldia social, e outros.

O segundo mecanismo de elaboração das representações é a objetivação, ou seja, "transferir o que está na mente em algo que exista no mundo físico" (Moscovici, 2013, p.61). É a materialização do que está somente na mente, é colocar em imagem ou palavras um conceito mental. Em nosso caso, representação de jovens nos discursos midiáticos, outro exemplo interessante são as imagens dos jovens nos discursos das famílias.

Sá (1995) diz que objetivação é o processo de naturalização do objeto, enquanto a ancoragem é o processo de interpretação do mesmo. E a mídia está no meio desse processo responsável principalmente transferência ou transformação dos conhecimentos (representações).

> Um importante papel é desempenhado, nesse processo de transferência e transformação dos conhecimentos pelos divulgadores científicos de todos os tipos – jornalistas, cientistas amadores, professores, animadores culturais, pessoal de marketing – e pela crescente ampliação e sofisticação dos meios de comunicação de massa. (Sá, 1995, p.30)

Entendemos até aqui que as representações se encontram dentro do nosso processo diário, para conhecer a realidade, o mundo. Fazemos representações do que nós entendemos pelo "eu" e que no processo de interação tanto compartilhamos essas representações como adquirimos novas. É interessante está pensando no processo de representação social desde seu princípio, o pensamento de cada sujeito.

Jovens e a concepção contemporânea

Representando desde objetos a pessoas, para conhecer o que o rodeia, os indivíduos categorizam e nomeiam os sujeitos, assim são nas faixas etárias sociais, crianças, jovens e adultos. Cada categoria carrega consigo um estigma de comportamento e cultura "própria". Os jovens, objetos desse estudo, passaram por várias representações de acordo com cada época histórica, na sociedade em que vivemos entretanto, a categoria vivencia uma crise, jovens com comportamentos de adultos e adultos com comportamentos de jovens. É interessante refletirmos aqui sobre o as concepções e discussão sobre os jovens.

De forma básica, aprendemos pelo senso comum que jovens são grupos de indivíduos que estão passando por uma transição na vida, entre o que é ser adolescente ou criança e o que é ser adulto, quando os sujeitos adquirem responsabilidades sociais maiores como uma fixação no mercado de trabalho e outros.

Para Bourdieu (2003) a juventude é só uma palavra, os limites entre o que é jovem e o que é velho, trata-se de um jogo de luta. Os jovens são, portanto, indivíduos representados socialmente.

> É-se sempre velho ou jovem para alguém. É por isso que os cortes em classe de idade, ou em gerações, são tão variáveis e são uma parada em jogo de manipulações. (...) O que quero lembrar é muito simplesmente que a juventude e a velhice não são dadas, mas construídas socialmente, na luta entre os jovens e os velhos. (Bourdieu, 2003, p.152)

Os jovens são uma categoria incluída dentro de uma construção social e que faz parte de uma luta social entre essas categorias. Essa construção social muda de acordo com cada sociedade e tempo histórico e também de acordo com cada campo:

> (...) para sabermos como se recortam aí as gerações, precisamos conhecer as leis específicas do campo, as paradas em jogo de lutas e as divisões que esta luta opera ("nova vaga", novo romance", "novos filósofos", "novos magistrados", etc.). Nada há aqui que não seja muito banal, mas que faz ver que a idade é um dado biológico socialmente manipulado e manipulável; e que o facto de se falar dos jovens como de uma unidade social, de um grupo constituído, dotado de interesses comuns, e de se referir esses interesses a uma idade definida biologicamente, constitui já uma evidente manipulação. (Bourdieu, 2003, p.153)

Na sociedade contemporânea, os jovens passam por um movimento de pêndulo, de ida e volta, eles não se fixam, por exemplo, em uma só moradia, em um trabalho ou com um parceiro, mas passam por um movimento de vai e volta. “São esses movimentos oscilatórios e reversíveis que o recurso á metáfora do ioiô ajuda a expressar. Como se os jovens fizessem das suas vidas um céu onde exercitassem a sua capacidade de pássaros migratórios” (Pais, 2006, pp. 8-9).

Os jovens tomaram características valorizadas na sociedade contemporânea, ser jovem é ser criativo, dinâmico, ativo. Os jovens não são mais aqueles sujeitos que fazem parte de uma faixa etária específica, mas um valor que alvo de conquista.

> Por um lado, a juventude perde conexão com um grupo etário específico e passa a significar um valor que deve ser conquistado e mantido em qualquer idade através da adoção de formas de consumo de bens e serviços apropriados. Por outro lado, a velhice perde conexão com uma faixa etária específica e passa a ser um modo de expressar uma atitude de negligência com o corpo, de falta motivação para a vida, uma espécie de doença autoinflingida, como são vistos hoje, por exemplo, o fumo, as bebidas alcoólicas e as drogas. (Debert, 2010, p.51)

O mercado acompanha esses indivíduos, atento a essas mudanças, também dar importância a esses indivíduos e mira seus produtos em um público que se reconhece como jovem. Grande parte do mercado informatizado, por exemplo, está focado com que não haja diferenças de idade. Para o autor Debert (2010) o jovem é tratado e representado na cultura jovem como alguém está entre um estilo de vida adulto e infantil. São sujeitos que ainda vivem sob responsabilidades dos pais, mesmo quando “adquirem” um amadurecimento mais cedo, são representados como adultos que precisam de controle. Os jovens representados na mídia procuram ascender socialmente, sejam por meios profissionais, ingressando em uma profissão, seja por constituir uma família, mas enquanto isso, são rebeldes, inseguros e com a vida incerta.

As novas tecnologias também trouxeram novas formas de pensar o jovem. Segundo Weigelt (2017) as houve uma mudança na formação contemporânea de jovens. Essa mudança é visível nos meios de comunicação “o contexto já desenhado de desenvolvimento tecnológico e convergência poder ser considerado um fator que influencia na cultura jovem atual e no que representa ser jovem nesta sociedade”. (Weigelt, 2017, p.45)

Dentre dessa reflexão sobre jovens, existe um grupo específico estudado nessa pesquisa, os *nerds.* Mesmo que não podemos admitir que todos os *nerds* são jovens, podemos dizer que a cultura *nerd* propõe um estilo de vida baseado nos jovens.

> Está claro que o nerd, como percebemos hoje, é um estilo de vida juvenil, não só por se tratar de um nicho de mercado baseado em objetos ligados à infância e adolescência, mas por que esse tipo de consumo carrega uma forte tendência de juvenilização na cultura contemporânea, o que se insere na valorização da juventude como um valor a se manter em qualquer idade. A cultura nerd também se mostra um objeto rico para compreender como, na culturas juvenis de uma maneira geral, o consumo atua de forma a construir identidades e gerar identificação. (Santos, 2014, p. 48)

A cultura *nerd*, por causa do mercado, é caracterizada por um público jovem e por aspectos representam os adultos que estão nela inseridos desviantes do seu lugar, ou seja, adultos que não são adultos. Santos (2014) afirma que a cultura *nerd* inserida em uma sociedade que estende a concepção de jovens.

> O consumo nerd, composto majoritariamente por memorabilia e objetos ligados de alguma forma à infância e adolescência, se mostra como um sintoma de um ideal de consumo e juventude. A cultura *nerd* (...) estaria em ascensão devido, entre outros fatores, à elasticidade da idade considerada jovem e a expansão (e, em certa medida, imposição) da juventude como valor, através da supervalorização de hábitos de consumo identificados como "jovens". Indivíduos que se mostram incapazes de "aproveitar a vida ao máximo" através de um estado manufaturado de juventude são vistos como incapazes de adotar os hábitos de consumo adequados. (Santos, 2014, p. 106)

Entendemos também que a concepção do que é *nerd* se modificou ao longo dos anos, de um indivíduo fissurado nos estudos, antissocial e com problemas de relacionamento e aceitação a um sujeito bem sucedido financeiramente, especialistas em determinados assuntos tecnológicos e da cultura pop. Isso se deve em grande parte a um processo vivido em meio a uma sociedade que valoriza a tecnologia e os sujeitos que a dominam. Parte dessa mudança também acontece que indivíduos autodeclarados *nerds* e que tornaram bem sucedidos, como Bill Gates, criador da Microsoft, e Mark Zuckerberg, criador do Facebook.

> Paralelamente a isso, o crescimento da ideologia neoliberal, a expansão de narrativas de auto-realização e uma crescente cultura da flexibilidade fez com que emergisse a figura do jovem gênio da tecnologia que fabricava seus próprios computadores pessoais e se transformou em empresário de sucesso como Jobs, Gates, Woz e muitos outros. Eles se tornaram milionários por meio da mesma manipulação tecnológica que os havia marcado como *geeks*. Não é à toa que se tornou comum se referir ao sucesso profissional desses jovens como "a vingança dos *nerds*". (Santos, 2014, p. 33)

Dentro da mídia, o discurso sobre o *nerd* também passou por essa reviravolta, de um sujeito que era excluído socialmente para o ideal a ser seguido:

> (...) hoje a figura do *nerd* aparece, no discurso midiático, como símbolo de juventude ideal, profissional bem sucedido, consumidor astuto capaz de fazer as melhores escolhas e máquinas pensantes especialistas em tecnologia tão necessárias nos dias atuais. O que antes era fonte de problemas para crianças e adolescentes, passou a ser defendido como estilo de vida por alguns jovens e celebrado pela mídia, dando origem a um nicho de mercado, com lojas especializadas e serviços voltados para esse público. (Santos, 2014, p. 39)

O discurso da mídia, realizando representações, desencadeia na sociedade um processo de identificação. Se a mídia fala aos jovens sobre um ideal de ser jovem, pode contribuir para uma relação de identificação desses indivíduos.

> Os discursos midiáticos exercem papel fundamental na criação e divulgação das formas e normas a partir das quais esses jovens irão compor sua identidade e, por isso, as pretensas decifrações midiáticas do fenômeno nerd devem ser encaradas como tentativas, no campo simbólico, de definir padrões de comportamento e consumo. O discurso dos próprios jovens sobre si mesmos sofrem influência de tais representações mas também apresentam aspectos conflituosos e que sugerem que as identidades *nerds* se encontram em processo de (re)construção e disputa. (Santos, 2014, p. 105)

Por isso, entendemos nessa pesquisa, que o jovem, na contemporaneidade, está representado de forma diluída, hora dentro de uma faixa etária, hora como símbolo para o consumo no mercado através de um discurso que padroniza o comportamento, as culturas e o consumo jovem.

O que é podcast[147]*?*

Neste item, pretendemos conhecer os dispositivos de *podcasts* e a sua escolha para a pesquisa. Basicamente, *podcast* é uma mídia que está disponível na internet para ser ouvida ou vista e no qual também se pode realizar *download*. No Brasil, o produto mais conhecido como *podcast é o* áudio, mas esse dispositivo não está limitado somente a isso, o processo a que ele se apropria são usados vídeos também.

Para lembrar de podcast podemos remeter a uma rádio *online* (apesar de alguns autores contestarem isso, como Medeiros (2006)) ou de serviços de áudio em *streaming* (lembremos da *Netlfix* por exemplo, que faz isso com o vídeo). Em nosso caso, tratamos o áudio como produto do *podcast*.

Mas não confundimos *podcast* e *podcasting,* enquanto o primeiro se trata do produto, o segundo se refere ao processo de transmissão. *Podcasting* é uma forma de transmissão de mídia via Feed RSS (*Real Symple Syndication)*[148]. A mídia transmitida dessa forma é conhecida como *Podcast*. (Assis, 2011, p.45).

O processo para que o programa seja ouvido pode ser resumido da seguinte forma:

> O internauta se cadastra em um endereço eletrônico, instala programas agregadores e de leitura de arquivos digitais de áudio (que podem ser baixados gratuitamente via internet), buscar podcasts de sua preferência e, a partir daí, receber os programas (também chamados "episódios") em seu computador. No *podcasting*, diferentemente da radiodifusão convencional, a recepção é assincrônica, cada indivíduo decide quando e onde vai ouvir o conteúdo assinado. (Herschmann; Kischinhevsky, 2008, p.3)

Ou seja, esse processo só pode ser realizado quando o ouvinte instala um aplicativo que vai receber o áudio direto no celular ou avisar quando o site atualiza com a nova mídia. As

---

[147] Em 2004, o ex-VJ da MTV Americana, Alan Cury decidiu tornar deus programas de rádio *online* disponível para que qualquer pessoa pudesse realizar *download* e criou o *podcasts*.

[148] RSS (Really Simple Syndication) é uma tecnologia que permite que o software agregador possa ser "avisado" quando o conteúdo for atualizado, através dos *feeds* (alimentadores) que permitem que seja realizado o *download* do conteúdo automaticamente. (Carvalho, 2013) basicamente, é o que atualiza os dispositivos móveis quando há um novo conteúdo nos sites.

características que ele carrega dessa cultura são: a forma de distribuição (transmissão assíncrona), facilidade de produção, os tipos de arquivo, disponibilidade e acessibilidade (Carvalho, 2013).
Os *podcasts* também procuram separar os grupos sociais em nichos: "são *podcasts* que surgem a partir de iniciativas pessoais e muitas vezes voltados para nichos não valorizados pela "mídia de massa" (Carvalho, 2013, p.16). Isso acontece em grande parte porque os *podcasts* também se assemelham a blogs, porque se apropria de características desses, tais como: praticidade, a informalidade, a espontaneidade e a interatividade.
Quando refletimos isso no público a que se destina o podcasts, podemos entender de como se dá a sua produção a qual público é voltado.

> (...) A PodPesquisa 2009 mostra que praticamente 70% dos ouvintes estão fazendo ou concluíram o ensino universitário ou pós-graduação. O The Podcast Consumer mostra um número muito próximo, de 69% dos usuários de podcast que possuem alguma formação superior. Podemos concluir, então, que ouvintes de podcasts em média possuem uma boa formação escolar ou acadêmica. (Luiz & Assis, 2010)

Sendo assim, entendemos o *podcasts* inserido dentro de algo mais amplo, e carregando características desse lugar onde ele está a internet, e maior do que isso, dentro de uma cultura caracterizada pela tecnologia, "o *podcast* pode ser entendido como um produto da *cibercultura* concernente à fase marcada pela mobilidade das tecnologias *wireless"* (Carvalho, 2013, p.6).
O podcast escolhido para essa pesquisa também tem uma característica diferenciada, o "NerdCast" possui publicidade paga e uma loja com produtos voltados ao seu público e regularização como empresa atingindo em sua maioria jovens de 18 a 35 anos, segundo Luiz e Assis (2010). Além de ser um dos pioneiros no Brasil, o estilo do NerdCast inspirou muitos outros canais, como a informalidade e a utilização de humor.

Enfoque e metodologia de abordagem

O NerdCast é um programa de podcast do site *Jovem Nerd*[149], o grupo de mídia conta (além do site e do *podcast*) com canais de vídeos no *YouTube* e com uma loja de produtos especializados, todos voltados ao público nerd. Segundo o Mídia Kit[150] da empresa a dupla dona do negócio, Alexandre Ottoni (chamado de "Jovem *Nerd*") e Deive Passos (conhecido como Azaghal) estão entre as cinco personalidades mais influentes da internet. O que chama a atenção é o universo de conteúdo midiático que os dois vêm criando na internet e que conta com um público fixo.
Ainda segundo dados da própria empresa, os dois apresentadores estão entre os 100 brasileiros mais influentes em ranking da revista *Época*. Números da empresa também apresentam o público que mais consome os conteúdos com faixa etária de 18 a 25 anos (58%) sendo que em segundo estão pessoas com idade entre 26 e 35 anos (27%) seguido de

[149] O site nasceu como um blog em 2002 escrito por Alexandre Ottoni (que passou a se chamar Jovem Nerd em referência ao episódio do desenho "Os Simpsons" em que uma das personagens lê um jornal intitulado "O Jovem Cético"), o blog era usado como rival do amigo, Deve Passos, o Azaghal. Os dois se juntaram e decidiram criar um site com o mesmo conteúdo (Santos, 2014).

[150] https://jovemnerd.com.br/wp-content/themes/jovemnerd/assets/other/Jovem-Nerd_MK.pdf

um público menor de 13 anos (17%). O que pode nos ajuda a entender como essa mídia se estrutura para um público nessa idade.

Escolhemos o *podcast* porque é um dos principais produtos da empresa, além disso é o maior *podcast* do país, o programa teve mais de um milhão de downloads em 2016 e se mantém a mais de 10 anos crescendo com publicidade própria se estendendo para outros dispositivos e ganhando publicidade com isso.

Como exemplo da força do NerdCast aconteceu em 2007, como descreve Santos (2014), quando o escritor Eduardo Spohr publicou o livro *A Batalha do Apocalipse*, o autor também é amigo dos criadores do *Jovem Nerd*, e eles fizeram um episódio de *podcast* para falar sobre o livro e ajudar na divulgação, o resultado foi a venda de vários exemplares do livro em pouco tempo.

> Além de discutir questões históricas, sociais e referências literárias acerca do apocalipse, fornecendo informação para os ouvintes, o podcast também contém dramatizações de trechos do livro de Spohr, deixando claro a todo momento que se trata de um "jabá" (nas palavras dos próprios narradores). O episódio foi extremamente bem aceito entre os ouvintes e foram vendidos 70 livros em 4 horas. Após o episódio a dupla afirma ter recebido cerca de 8 mil pedidos de ouvintes e tiveram que fazer novas tiragens, que também venderam em tempo recorde. Posteriormente, Spohr conseguiu um contrato com o selo Verus da editora Record e o livro rapidamente entrou para a lista dos mais vendidos. (Santos, 2014, p. 84)

A escolha pelo público nerd nos faz adentrar a um universo em evidência na era da cibercultura, o universo dos fãs. O público do Jovem Nerd é um público que procura análise e indicações de filmes e séries, assim como as últimas notícias sobre as produções preferidas, mas também é um público que gosta de games e RPG e que aprendeu a se identificar e se sentirem íntimos dos integrantes dos programas.

O conteúdo do *Jovem Nerd* por si só é uma aposta para o público jovem, especialmente para os que estão inseridos na cultura *nerd*. O grupo "se mostra como um caso exemplar das práticas cotidianas dessa cultura juvenil em ascensão, seus valores, objetos de identificação e discursos de distinção, além de funcionar como forte elemento de coesão e ponto de encontro da cultura nerd no Brasil" (Santos, 2014, p.17).

Em nossa pesquisa ainda nos resta analisar o conteúdo, onde vamos utilizar a Análise de Discurso Crítica (ADC) isso porque acreditamos que o discurso é um lugar onde ocorre trocas simbólicas e representações do que é ser jovem e do que é ser *nerd*.

> Os discursos, valores, modos de estar no mundo e trocas simbólicas presentes no site correspondem àqueles reproduzidos por jovens que se auto intitulam *nerds* em outros espaços. Mesmo aqueles que possuem outras fontes de informação e identificação parecem adotar hábitos parecidos e o Jovem Nerd foi escolhido por reunir, em um só lugar, a maior quantidade de gostos e comportamentos considerados *nerds*, além de seu claro posicionamento como representante dessa cultura – algo que poucos veículos conseguiram reproduzir e nenhum com tamanho sucesso. (Santos, 2014, p.103)

Como está tratando de um duplo movimento, achamos interessante também aplicar um questionários e saber dos ouvintes do programa sobre seus atos de consumo e a identificação com o discurso do programa, pois por mais que entendemos que a categorias jovens é uma construção social, entendemos também que para fins práticos de pesquisa precisamos delimitar um limite etário de conceber os jovens, de acordo com a Organização

Mundial de Saúde, jovens são pessoas que tem entre 15 e 24 anos[151], em nossa pesquisa vamos aplicar um questionário com 30 pessoas com idade entre 18 e 24 anos.
O questionário nos servirá para entender melhor como os discursos sobre os jovens afetam ou mudam de alguma forma a vida desses jovens consumidores. Se os jovens que estão inseridos na cultura nerd são representados como pessoas sem estabilidade financeira e que ainda revivem uma infância, por exemplo, se essas jovens se reconhecem e se representam como tal.

Reflexões e conclusões

Como se trata de uma pesquisa em construção, caminhamos para a fase de análise e questionários, onde podemos obter resultados mais concretos. De qualquer forma, nesse caso, tentamos refletir sobre o referencial teórico da pesquisa, sobre estudos em representações e a concepção de jovens, descrever o podcast como um dispositivo que propõe um modelo de comunicação característico da cibercultura, mas sem se separar de aspectos de uma mídia tradicional e a apropriação que o site *Jovem Nerd* faz desse dispositivo utilizando um discurso para atrair o público e representar modelos de jovens, nesse caso, jovens *nerds*.
Percebemos que os jovens são os principais consumidores de conteúdo na internet, e também do NerdCast, que ao mostrar o público delimitado a partir de uma faixa etária, se oferece como um lugar onde os jovens são o público-alvo. Além disso, pensamos nos jovens não só como ouvintes desses programas, mas também como fãs, eles mantêm uma relação de fidelidade com os produtores que podem ter grande influência sobre suas vidas.
Com essa relação de fidelidade os produtores estão aptos a realizar representações que evocam e mostram um conceito de mundo para eles, inclusive uma representação de quem eles são. Os estudos de Goffman nos mostraram que as representações diárias que nós fazemos de nós mesmos nos mostram as representações em nível mais amplo, um nível macrossociológico.
Os produtores não se consideram jovens, como já afirmaram em alguns episódios do NerdCast. Mas por outro lado, os discursos sobre si mesmo e a representações sobre os jovens que eles foram e que de certa forma ainda é levado adiante, propõe uma identificação desse discurso.
Nesse caso, vamos perceber esse movimento de representação pelas interações que são realizadas entre os produtores, através da análise de discurso. Percebemos também em Goffman (1985) que ele defende a linguagem como um lugar de interação e que a interação é uma linguagem onde se trocam promessas, verificações, julgamentos e legitimações, a linguagem é um dos lugares onde podemos verificar as representações que estão sendo objetivadas no movimento de interação.
Os *podcasts* se tornam um bom lugar de identificar essa representação porque é uma mídia que está entre a valorização do texto e da imagem, o podcast foi considerado ultrapassado na era dos vídeos e das imagens em movimento, mas é um meio que continua sendo adotado para a produção de conteúdo e consumido por jovens, e feito de acordo com essa cultura dita jovem.
No caso do NerdCast, é considerado o carro-chefe da empresa *Jovem Nerd*, além de ser um dos principais lugares onde eles evocam um modelo de jovens *nerds* e bem sucedidos,

151 http://www.searo.who.int/entity/child_adolescent/topics/adolescent_health/en/

jovens *nerds* que colocam o seu talento para funcionar e que tem orgulho de serem *nerds*. Além disso, é um local onde eles, representam um ideal de si, e se colocam como um dos exemplos de jovens que são *nerds*.

Referências

Bourdieu, P. (1983). *A "juventude" é só uma palavra*. In Bourdieu, P. *Questões de sociologia.* Rio de Janeiro, Marco Zero.

Carvalho, P. M. de (2013). *Procedimentos de Construção de Podcasts: o caso NerdCast*. Dissertação em Mestrado em Comunicação e Semiótica. Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo.

Debert, G. G. (2010). *A dissolução da vida adulta e a juventude como valor.* Horizontes Antropológicos, vol.16, n.34, pp. 49-70.

Goffman, E. (1985). *A representação do eu na vida cotidiana*. Petrópolis, Vozes.

Herschmann, M.; Kischinhevsky, M. (2008). *A geração "podcasting" e os novos usos do rádio na sociedade do espetáculo e do entretenimento*. In: Revista Famecos. Porto alegre, n.37. Disponível em: <http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/article/view/4806> Acesso em: 19 nov. 2017.

Assis, P. de; Luiz, L. (2010). *O Podcast no Brasil e no Mundo: um caminho para a distribuição de mídias*. Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Caxias do Sul, RS, 33. Disponível em: < http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2010/resumos/R5-0302-1.pdf> Acesso em> 15 de jun. 2018.

Medeiros, M. S. de (2006). *Um antípoda Radiofônico*. Congresso de Ciências da Comunicação, Brasília, DF, Brasil, 29. Disponível em: <http://www.portcom.intercom.org.br/pdfs/109425410741320594702700363707183744831.pdf>. Acesso em: 20 nov.17

Moscovici, S. (1978). *A Representação Social da psicanálise*. 1 ed. Rio de Janeiro, Zahar.

Moscovici, S. (2013). *Representações sociais: investigações em psicologia social.* 10 ed. Petrópolis, Rio de Janeiro, Vozes.

Pais, J. M. (2006). *Prefácio. Buscas de si: expressividades e identidades juvenis.* In Almeida, M. I. M. de; Eugenio, F. (orgs.), *Culturas jovens: novos mapas do afeto*. Rio de Janeiro, Jorge Zahar.

Sá, C. P. de (1995). *Representações Sociais: o conceito e o estado natural da teoria*. In Spink, M. J. P. (org.), *O conhecimento no cotidiano: as representações sociais na perspectiva da psicologia social*. São Paulo, Brasiliense.

Santos, P. M. dos (2014). *O Nerd Virou Cool: consumo, estilo de vida e identidade em uma cultura juvenil em ascensão*. Dissertação em Mestrado em Comunicação Social. Universidade Federal Fluminense, Niterói, RJ.

Weigelt. D. (2017). *Como os jovens ouvem rádio? uma cultura lusófona de consumo radiofônico*. Florianópolis, Insular.

Capítulo 4.

Discursos y teorías de la comunicación y los medios

El discurso periodístico y la baja en la edad de imputabilidad. El diario *Clarín* y el caso "el crimen de Brian"

The journalistic discourse and the decline in the age of imputability. The Clarín *newspaper and the case "the crime of Brian"*

Rocío Baquero[152]

Resumen
Desde los lineamientos generales de la escuela francesa y las nuevas tendencias en análisis del discurso y comunicacional el trabajo presenta resultados parciales[153] sobre la construcción discursiva de los jóvenes en conflicto con la ley penal en la cobertura del diario *Clarín* en el caso "el crimen de Brian" que reactualizó el debate público sobre la baja en la edad de imputabilidad. El objetivo es relevar e identificar las modalidades enunciativas y estrategias retóricas mediante las que se elaboran representaciones fundantes de legitimidad acerca de la niñez y adolescencia en relación con el delito. El corpus de trabajo está constituido por contenido publicado por el diario en su edición digital durante fines de diciembre de 2016, enero y febrero de 2017. En términos de marco enunciativo (Maingueneau, 2003), se trata de estudiar una misma escena englobante (el discurso informativo) en dos escenas genéricas distintas (la crónica policial y la nota de opinión). El estudio de la construcción del caso como acontecimiento policial –por tanto, también político– permite identificar que la baja de imputabilidad como tópico del discurso aparece legitimada por el diario.

Palabras clave: jóvenes; delito; medios.

Introducción

El discurso se entiende en este trabajo desde una perspectiva de los discursos sociales, como hecho social e histórico (Angenot, 2010), y desde una concepción dialógica de los enunciados en la cadena de la comunicación discursiva (Bajtín (1979)). Atendiendo a la discursividad como proceso continuo de producción, circulación y reconocimiento (Verón, 1985) procuramos focalizar en las gramáticas de producción y describir las huellas de las condiciones productivas del discurso. La propuesta es rastrear las marcas de subjetividad en el lenguaje: apelativos, modalidades y subjetivemas; los recursos retóricos y las formas de polifonía en tanto propiedades significantes que remiten a las condiciones de producción.
La relevancia del diario *Clarín* está dada por ser uno de los principales medios de la prensa gráfica de referencia en Argentina. Los medios de comunicación se erigen en la actualidad

[152] Universidad de Buenos Aires. Facultad de Ciencias Sociales. Instituto de Investigaciones Gino Germani. Becaria doctoral UBACyT. Directora: Stella Martini. Email: rociobaquero@hotmail.com.

[153] Por razones de extensión queda fuera de este avance el análisis de la configuración de víctimas y victimarios y del rol del Estado en el discurso del diario.

como actores que ejercen influencia en la implementación de políticas públicas, territorio de debates que disputan poder y sentido en el espacio público, donde se deciden los modos de explicar la sociedad y construir el sentido de la realidad (Arancibia, 2009). Esto implica considerar la producción de consenso y legitimidad como uno de los aspectos clave de los efectos ideológicos de los medios (Hall 1981; Gramsci, 1949 y 1984). La cuestión de los jóvenes vinculados al delito se constituye en objeto de discurso (Charadeau & Maingueneau, 2005) y ancla en preconstruidos culturales propios del dominio al cual convoca el objeto, que da lugar a cadenas de expectativas que pueden afianzarse o modificarse (cfr. Arnoux, 2006). Esto supone atender a la interdiscursividad como lugar en el que se constituyen los objetos del discurso y las articulaciones entre estos (Courtine, 1981).

En el campo de la comunicación pública, una multiplicidad de discursos legales, políticos, institucionales y mediáticos versan, con interferencias, sobre la "problemática" de los jóvenes en relación con el delito constituyéndola en una arena de lucha simbólica en donde se disputan diversos sentidos (Voloshinov, 1929) que exigen ser interpretados en el marco de las nociones más amplias de ciudadanía y derechos humanos.

En las primeras décadas del siglo XX, diversos discursos y políticas sociales condujeron a la creación de dispositivos legales que construyeron el "sujeto menor" (Zapiola, 2008) en lo que fue un proceso de minorización de un amplio sector de la niñez, víctima de operaciones de estigmatización y judicialización (Daroqui & Guemureman, 1999 y 2001). La ley de Defensa Social de 1910 introdujo por primera vez el término "menor" con una carga negativa, dedicada especialmente a los hijos pobres de activistas obreros, anarquistas y extranjeros; y la Ley de Patronato, también llamada "ley agote" por quien la propulsara, en 1919, inició en Sudamérica el sistema de patronato del Estado sobre niños y jóvenes de menos de 18 años considerados "material o moralmente abandonados o en peligro moral". Así, los "menores" irrumpieron en el campo político- legislativo y social como el nuevo "problema" de Estado, y los sentidos dominantes de la época permanecen todavía vigentes en los debates parlamentarios más recientes (Contursi, Brescia & Costanzo, 2009 y 2010).

Desde la Convención de los Derechos del Niño (1989) el cambio de paradigma en la concepción del menor como objeto de tutelaje a otra de la infancia y adolescencia como sujeto pleno de derechos manifiesta tensiones y contradicciones diversas. La sanción en 2005 de la Ley de Protección Integral de los Derechos de Niñas, Niños y Adolescentes (26.061) que concibe a este sector como sujetos plenos de derechos convive con el Régimen Penal de Minoridad establecido por decreto en la última dictadura militar. Desde que la Convención de los Derechos del Niño fue incorporada a la Constitución Nacional, en 1994, la adecuación normativa de las leyes a sus prerrogativas se tornó imperante. Desde entonces proliferaron proyectos de ley presentados en el Congreso nacional, centrados tanto en la protección y promoción de derechos, como en la regulación y responsabilización penal. El proyecto de Régimen Penal Juvenil propuesto por los representantes del Frente para la Victoria en 2009, aprobado casi unánimemente en la Cámara de Senadores, cristalizó el posicionamiento mayoritario (tanto del oficialismo como de la oposición) anclado en "la defensa de los Derechos del Niño" para sostener la necesidad de bajar la edad de imputabilidad, "de modo de llenar un 'vacío legal' que, si bien es cierto que existe en cuanto a los menores que son puestos a disposición de los jueces sin mayores garantías ni respeto por sus derechos o por los de sus familias, no resuelve de fondo el problema (…) con la baja

de edad propuesta se termina convalidando el paradigma del patronato que altisonantemente venía a destronar el nuevo régimen penal" (Contursi *et al*.,2012).
Los discursos sociales cargados de prejuicios y estereotipos negativos sobre niños y adolescentes en relación con el delito obturan la consideración de estos como sujetos plenos de derechos; arraigados en prácticas y patrones institucionales se reproducen en los medios de comunicación diariamente. La Convención sobre los Derechos del Niño, el Fondo de Naciones Unidas para la Infancia (Unicef), entre otros organismos, y la ley de Protección Integral (26.061) establecen un marco normativo nacional e internacional con elevados estándares de protección de derechos de los niños niñas y adolescentes en relación a cómo deben ser tratados por los medios masivos de comunicación. Un informe presentado por la Defensoría del Público de Servicios de Comunicación Audiovisual a la Comisión Interamericana de Derechos Humanos en el marco de la audiencia sobre Derechos de la Niñez y Medios de Comunicación en América (2015), muestra que los niños, niñas y adolescentes se debaten entre la invisibilidad informativa, la estigmatización atemorizante y la inexistencia de discursos que atiendan a éstos, en tanto actores sociales relevantes que poseen y ejercen sus derechos, al tiempo que es frecuente en los medios la vulneración de sus derechos personalísimos. Como señalan, entre otros, informes del Observatorio de Jóvenes Comunicación y Medios de la Universidad Nacional de La Plata (2012), los temas de violencia en relación con niños y adolescentes carecen de una adecuada contextualización, evidencian el uso de términos peyorativos y aluden escasamente a la legislación. Asimismo, cuando se reedita la discusión en torno a la baja de imputabilidad aparece con mayor vehemencia el entrecruzamiento entre juventud y pobreza en donde la punición se exhibe como la principal moneda de cambio para los sectores de bajos recursos.

El caso del crimen de Brian en el diario Clarín*: la noticia policial*

El 24 de diciembre de 2016, un joven llamado Brian Aguinaco fue herido durante un asalto en el barrio de Flores y murió dos días después. La gravedad operó como criterio de noticiabilidad y la producción de información en serie, que incluyó en forma reiterada la vinculación de un adolescente presuntamente involucrado en el homicidio, configuró el acontecimiento en un caso paradigmático sobre el que se respaldaron reclamos sociales y políticos por la baja en la edad de imputabilidad de los 16 a los 14 años. El caso ocupa el lugar de la discusión pública, lo que supone la simplificación, personalización y narrativización que oculta o elude problemáticas estructurales y está conectado con discursos didácticos y moralizantes (Ford, 1994; 1999). Como respuesta a los sucesos mediatizados (la muerte del joven; la toma de una comisaría y otras manifestaciones públicas), el gobierno nacional se mostró decidido a implementar la baja en la edad de imputabilidad, lo que provocó reacciones opositoras desde sectores políticos y sociales diversos, suscitando un intenso debate público sobre la reforma del Sistema penal juvenil, que se diluyó al cabo de dos meses. A pesar de que el gobierno no consiguió consensos, siguió adelante en la elaboración de un proyecto para bajar la edad en delitos graves como homicidio y violación. La agenda mediática presionó sobre la agenda política y el caso policial se constituyó en un acontecimiento político.

La crónica de la indignación vecinal

El acontecimiento se hace noticiable y se jerarquiza en la crónica policial, adjetivado como un asalto *trágico* y *violento episodio*. Las primeras crónicas señalan a los agentes del crimen como "motochorros":

> **Intentó defender a una vecina de un robo, le dispararon y balearon a su nieto de 14 años**
>
> Fue en Flores, horas antes de Nochebuena. Motochorros asaltaron a una joven y un hombre de 69 años los cruzó con su coche. Los tiros de los ladrones hirieron al adolescente, que anoche luchaba por su vida. Vecinos protestaron frente a la comisaría (…) El trágico asalto conmocionó a los vecinos de Flores, en la previa de la Nochebuena. "Los chicos quedaron con mucho miedo. Mi hija no quiso salir a la calle para festejar después de la medianoche. Prefirió quedarse en el patio", contó Celeste, una de las vecinas que se reunió esta tarde, a partir de las 18, en la esquina de Asamblea y Rivera Indarte. Una hora más tarde se movilizaron hacia la comisaría 38°, en Bonorino y Alberdi. Allí se vivieron algunos momentos de tensión cuando, tras la promesa de un encuentro con jefes policiales, varias personas intentaron ingresar por la fuerza a la seccional. Luego esperaron la reunión en la puerta, bajo el grito de "que se vayan todos".
> El objetivo de la marcha vecinal fue, una vez más, reclamar seguridad. Los testimonios coinciden en que nadie se salva de los robos. Denuncian que grandes y chicos son asaltados a cualquier hora, y que las motos en la que se movilizan los ladrones son "siempre son las mismas".
> La seguridad había centralizado la agenda del barrio tras el crimen de Pascual Mollo, cometido a siete cuadras del lugar en el que balearon a Brian".[154] (26/12/2017)

Los tiempos verbales narrativos[155] estructuran el relato; el uso del pretérito indefinido (*le dispararon y balearon a su nieto*), el pluscuamperfecto (*luchaba por su vida*), se utilizan tanto para describir el hecho delictivo como las posteriores acciones de los vecinos de la víctima (*se movilizaron/intentaron ingresar/esperaron en la puerta*) y sitúan el episodio en una cronología de casos más amplia (*La seguridad había centralizado la agenda del barrio*). El uso de estos tiempos verbales es una marca predominante de la crónica policial que, mediante el borramiento de las huellas de enunciación, produce el efecto de que los hechos hablan por sí solos. Alternativamente, el uso del tiempo presente (*los testimonios coinciden/denuncian*) y de verbos marcados subjetivamente (*conmocionó a los vecinos)* funcionan como comentario que argumenta sobre la omnipresencia del delito *(una vez más reclamar seguridad/que nadie se salva de los robos/a cualquier hora.)* Las marcas de localización espacial y temporal refuerzan lo narrado (*tras el crimen Pascual Mollo/a siete cuadras del lugar en el que balearon a Brian)* y configuran el barrio de Flores como territorio amenazante.

Luego de que se conociera la muerte de Brian los acontecimientos surgidos a partir de la toma de la comisaría 38 de Flores y la represión policial allí ocurrida son descritas en las

[154]https://www.clarin.com/policiales/intento-defender-vecina-robo-dispararon-balearon-nieto-14-anos_0_S1BCTRT4l.html

[155] Weinreich (1975) señala a los tiempos verbales indefinido, imperfecto, pluscuamperfecto, pretérito anterior y condicional, como *tiempos narrativos* (destinados a provocar en el alocutorio reacciones inmediatas), a diferencia de otros como el tiempo presente, el pretérito perfecto y el futuro que son *tiempos comentativos* (como fragmento de acción, modifican la situación de los interlocutores y los compromete mutuamente).

noticias como "*incidentes*" "*momentos de tensión*" y "*empujones con policías que resistían con sus escudos".*

> **Incidentes en la comisaría de Flores tras el crimen de un adolescente**
>
> La manifestación comenzó cerca de las 19 en Asamblea y Rivera Indarte. Desde allí, **unas 200 personas se trasladaron a la seccional** -ubicada en Bonorino y Alberdi. **Cerca de las 21 se vivieron los momentos de mayor tensión**. El grupo más violento, entre los que había varios hombres con camisetas de fútbol, protagonizaron empujones con policías que resistían con sus escudos. **También hubo insultos al jefe de Gobierno Porteño, Horacio Rodríguez Larreta, y a la ministra de Seguridad de la Nación, Patricia Bullrich**, a quienes le reclamaban la presencia en el lugar (…) **varios de los manifestantes se mostraron en desacuerdo con la violencia:** "Venimos pidiendo seguridad y así no la vamos a conseguir", le decían a Clarín. ¿Cuál era el principal reclamo? Más presencia policial, operativos de prevención y controles a las motos. "El pueblo se está manifestando. ¿Qué esperan? ¿Otra muerte?", se quejaba uno de los vecinos" (las negritas son siempre del diario)[156]. (26/12/2017).

La represión se niega por la pasividad otorgada al agente policial y se relativiza en la oposición *el grupo más violento/manifestantes en desacuerdo con la violencia*; la descripción permite inferir que la violencia es ejercida por miembros de barras de fútbol y rechazada por los vecinos que piden seguridad. La asociación entre violencia y vecinos es poco probable en estas crónicas dado el lugar que ocupa el vecino como categoría en el discurso de *Clarín* específicamente en la tematización de la inseguridad, como se podrá ver más adelante.

> La bronca de la gente de **Flores, que denuncia que diariamente es víctima de los robos,** llegó al pico máximo tras los dos crímenes de este mes: el sábado 10, Pascual José Mollo (69) salía a despedir a los invitados del cumpleaños de su hija cuando fue asesinado por ladrones que intentaron meterse en su casa. El sábado pasado, Enrique Aguinaco (69) volvía de la peluquería con su nieto Brian (14) en su coche. Un motochorro que había asaltado a una vecina disparó dos tiros contra el auto. Un balazo le dio al adolescente. **Murió, luego de agonizar durante tres días.[157] (26/12/2016)**

Los adjetivos y adverbios subjetivos (Kerbrat-Obrecchioni, 1981)[158] *bronca/diariamente* que remiten a un juicio sobre el sujeto del enunciado "la gente" *víctima* por definición, sumada a la enumeración de crímenes describen la indignación vecinal frente al delito. El discurso argumenta apelando a citas de autoridad que producen un efecto de legitimidad sobre los testimonios de los vecinos y las evaluaciones de los hechos:

> La preocupación por los hechos violentos no es nueva y se refleja en los números oficiales. El último informe de la Unidad de Derechos Humanos, Género, Trata de personas y Narcotráfico del Consejo de la Magistratura de la Nación posicionó a Flores como **el barrio con más homicidios de la Capital Federal**, con 40 de los 175 crímenes registrados durante

[156] https://www.clarin.com/policiales/incidentes-comisaria-flores-crimen-adolescente_0_rJVVVQyrx.html

[157] https://www.clarin.com/policiales/incidentes-comisaria-flores-crimen-adolescente_0_rJVVVQyrx.html

[158] Kerbrat-Obrecchioni señala que verbos y adverbios apreciativos pueden funcionar como subjetivemas, elementos mediante los que el enunciador produce un juicio de valor sobre el enunciado.

> 2015. La mayoría de los casos ocurrieron en la villa 1-11-14, donde hubo 28 homicidios[159]. (26/12/2017)
>
> **Los números se reflejaron ayer en las historias de los manifestantes.** Mario Zumbo fue a la marcha, pero se quedó del lado más pacífico. Vivía al lado de la casa de Brian y, desde que supo de su muerte, **no dejó de pensar en sus hijos de 16 y 13 años**. "Hoy por un celular te meten un balazo. Dos chicos de 15 años me dijeron que me iban a pegar un tiro en la pierna a la vuelta de casa", recordó[160]. (26/12/2017)

Los datos estadísticos ligados al dramatismo del relato de los vecinos construyen el barrio de Flores como territorio del máximo peligro-*el barrio con más homicidios de la Capital Federal*- y circunscriben el epicentro del delito en la villa 1-11-14. En la serie de notas que despliega el caso desde el inicio la mayoría de estas aparecen agrupadas bajo los cintillos "Inseguridad" o "Inseguridad en Capital" lo que en este momento del discurso refuerza la asociación de etiquetamiento entre el delito y las demandas de mayor seguridad ciudadana más adelante se restringirá al delito cometido por *menores de edad*.

La construcción del "menor delincuente"

El caso de análisis muestra la particularidad de que tanto el joven fallecido como aquel que se identifica como sospechoso de cometer el homicidio comparten el mismo nombre de pila. Este queda reservado en las noticias para mencionar a la víctima y funciona como elemento referencial en la serialización, "el crimen de Brian". Los apelativos (Perret, 1970)[161] utilizados para designar al presunto victimario en las primeras crónicas del caso son los términos "asesino" y "menor":

> **Cayó el asesino de Brian: tiene 15 años y sus padres lo habían ayudado a escapar**
>
> Se llama igual que el adolescente al que mató el sábado en Flores. Vivía en la villa 1-11-14, pero gracias a Facebook se descubrió que su madre lo mandó a Chile. Allí lo ocultó su papá[162].(30/12/2016)

La construcción narrativa pone en escena un encadenamiento discursivo de tipo entimemático, es decir, aquel que está compuesto de enunciados lacunarios que ponen en relación lo particular y lo universal y que supone una coherencia relacional del universo del discurso (Angenot, 1982). En los enunciados de testimonios de los familiares de la víctima, especialmente, aparece como una implicación lógica que los menores son conscientes de sus actos por lo tanto adultos, y tienen que ser condenados como tales. La edad no funciona como atenuante sino como aquello que habilita a seguir cometiendo crímenes.

---

[159]https://www.clarin.com/policiales/intento-defender-vecina-robo-dispararon-balearon-nieto-14-anos_0_S1BCTRT4l.html

[160] https://www.clarin.com/policiales/incidentes-comisaria-flores-crimen-adolescente_0_rJVVVQyrx.html

[161] Perret define los apelativos como elementos del léxico utilizados en el discurso para nombrar a una persona o conjunto de personas. Los apelativos permiten identificar un referente, efectuar una predicación sobre él y manifiestan relaciones sociales.

[162] https://www.clarin.com/policiales/cayo-asesino-brian-15-anos-padres-ayudado-escapar_0_rkCb-X7re.html

> "Todos son concientes con 14, 15 años, de las cosas que hacen. Sabés que si agarrás un arma y apretás el gatillo podés matar a alguien. Sabés que si agarrás un cuchillo y se lo clavás a alguien podés matar. Y si son concientes y se mandaron un problema grande, que sean condenados como tiene que ser. No porque tenga 15 años es un nene, una criatura".[163] (8/1/2017)
>
> Otro de los que habló fue un tío de Brian, Maxi, y al igual que Eduardo se mostró conforme con la investigación pero también bregó: "**Un menor no puede matar y salir como si nada, porque vuelve a matar**"[164]. (2/1/2017)

Los enunciados referidos son marca predominante en la reconstrucción de los hechos que hace la crónica policial, los testimonios de los vecinos son retomados como fuente de fidelidad absoluta; "relatan" "cuentan" *a Clarín* "la realidad que viven" y su palabra ocupa en el discurso un lugar de autoridad.

Como señala Tufró (2017), los vecinos ejercen en el discurso de *Clarín* un privilegio epistémico y deóntico, este último "coloca al colectivo como detentador de una voluntad única y posiciona a los vecinos como aquellos cuya opinión debe ser decisiva en cuestiones de políticas públicas: hay que escuchar a *los vecinos*, hay que hacer lo que piden o exigen *los vecinos*" (p.130).

En el fragmento que sigue, el enunciador periodístico les asigna a los vecinos un rol de organización y vigilancia sobre el avance del caso y las reformas legislativas en relación a la baja de edad de imputabilidad:

> Pero no sólo la inseguridad preocupa a los vecinos del barrio Fonavi. También están atentos a la investigación del crimen de Brian y a lo que puede pasar con la causa. Están inquietos ante la posibilidad de que liberen al chico de 15 años detenido por el homicidio. Por eso están organizando más marchas (la próxima sería de noche y con velas) y pidiendo asesoramiento para sugerirle a los legisladores la baja en la edad de imputabilidad, un debate que se instaló en estos días luego de que se conociera la idea del Gobierno de una reforma. (5/1/2017)

La organización vecinal para sugerir la baja en la edad de imputabilidad tiene su correlato en enunciados tipificantes (Bruxelles & De Chanay, 1998) en los cuales los vecinos caracterizan a los jóvenes vinculados al delito como sujetos inescrupulosos incapaces de modificar su conducta al punto que son sus propios padres los que piden que acaben con sus vidas porque *no los pueden controlar*.

> "Acá llegué a ver a pibes robando el Día del Niño: le quitaban los juguetes que habían comprado los papás para sus hijos", resume. (…) Jorge recuerda que en rol de Estado que a veces desarrollan los vecinos también les tocó ir a las casas de estos ladrones, para hablar con sus padres. "Casi todos nos decían lo mismo: '**por mí, matalo, no lo puedo controlar**. Acá también nos robó y nos pega. Ya no sabemos qué hacer con él'[165]. (2/1/2017)

---

[163] https://www.clarin.com/policiales/queremos-muerte-brian-sirva_0_BkGMU8g8x.html

[164] https://www.clarin.com/policiales/padres-brian-encabezaron-emotiva-marcha-silencio_0_HyMrA8OHg.html

[165] https://www.clarin.com/policiales/banda-mato-brian-roba-propios-vecinos-villa-11-14_0_S1gdEUure.html

La falta de escrúpulos y ausencia de códigos de la jerga delictiva socialmente compartidos (*roban hasta a sus propios vecinos*) da dimensión de la peligrosidad que se asocia directamente a la condición de menor:

> **La banda que mató a Brian les roba hasta sus propios vecinos en la villa 1-11-14**
>
> Son cerca de 30 ladrones. Atacan a las víctimas cuando entran y salen del barrio para ir a trabajar. Dos fueron detenidos por el crimen del adolescente de 14 años en Flores.
> Los señalados tienen las particularidades de los detenidos por el crimen de Brian: **son jóvenes (muchos son menores), se mueven en motos, y serían, en promedio, unos treinta**. Desde el homicidio del adolescente -por el que cayó un chico de 15 años y un joven de 26, ambos de la 1-11-14- hay una banda del barrio que dejó de verse[166].(2/1/2017)

La suma de inferencias sobre los jóvenes y su relación con el delito permite identificar en el fragmento siguiente la constitución de un *topos* específico gradual: "cuanto más jóvenes más peligrosos".

> **Los ladrones grandes del barrio también les tienen "respeto" a los que hoy son los "dueños del lugar"**. No solo dejaron de comprometerse en la conducta de los más jóvenes. Ni bien pudieron, siempre a partir de sus robos, compraron casas en otros barrios (de clase media y hasta en countries) y se mudaron. "Cada tanto vuelven para saludar a sus familias en autos carísimos", aclara Jorge. Y agrega: "Pero se van rápido, por estos pibes. Es que ellos andan enfierrados y no le ven sentido a tener que tirotearse por uno de los pibes que roban en el barrio. Pueden perder el respeto que les guarda el resto; se exponen. Es gente que roba mucha plata y sería una paradoja que caigan presos por tirotearse con uno de estos ladroncitos"[167]. (2/1/2017)

Lo que se omite a través de este encadenamiento de lugares comunes que pone en circulación el discurso informativo *(los jóvenes delincuentes son cada vez más peligrosos; roban y matan porque saben que no van presos)* son las transformaciones sociales estructurales y correlativamente del crimen organizado entre aquel tiempo pasado y el presente; las explicaciones del delito se fijan en la naturaleza intrínseca de los sujetos y en una maldad inherente a esta. La incapacidad de los padres para "controlar" a sus hijos y la ligazón de la acción vecinal con el rol que supuestamente debería cumplir el Estado, esto es, "hablar con los padres", reactivan las matrices discursivas propias del paradigma del Patronato y dejan a la sombra las concepciones sobre los niños y adolescentes como sujetos de derechos y la frecuente vulneración de los mismos.

Metadiscursos: jóvenes y delito en las notas de opinión

La nota de opinión como género interpretativo funciona en la prensa como lugar de argumentatividad y plataforma para la propuesta política. Desde un enfoque dialogal de la

[166] https://www.clarin.com/policiales/banda-mato-brian-roba-propios-vecinos-villa-11-14_0_S1gdEUure.html

[167]https://www.clarin.com/policiales/banda-mato-brian-roba-propios-vecinos-villa-11-14_0_S1gdEUure.html

argumentación, Plantin (1998) afirma que una cuestión argumentativa surge a partir de la confrontación de puntos de vista en contradicción-discurso y contradiscurso-en respuesta a una misma pregunta que organiza un conflicto discursivo. Si bien las notas de opinión en el diario aparecen firmadas por sus autores dando cuenta de su pertenencia a un lugar institucional específico entendemos que, además, todo sujeto está atravesado por representaciones colectivas que subyacen a su discurso, lugar de emergencia de preconstruidos culturales que exige atender tanto a lo que se dice expresamente como a lo que se niega en los silenciamientos. La pregunta que organiza el conflicto en la coyuntura política y social dada podría ser qué hacer frente al problema de los jóvenes en relación con el delito. Esto supone tener en cuenta que el discurso dominante del momento es el que fija la agenda del gobierno, es decir, la propuesta de bajar la edad de imputabilidad de 16 a 14 años. En este sentido las voces convocadas como "expertas" cuyo discurso tiene como garante a la Ley comparten espacio con otras posturas que elaboran en parte la opinión corriente, la doxa, en esta línea se inscribe la nota de opinión del editor del diario.

En algunos casos, el discurso presenta un componente polémico (Reale & Vitale, 1995) acentuado mediante enunciados destinados a falsificar o refutar el discurso de un adversario claramente definido. En esta orientación se afirman las posturas que abordan un tratamiento jurídico del problema representadas en actores provenientes de la esfera judicial. En la nota *Sobre la imputabilidad de los menores*[168], el discurso de endurecimiento penal reclama imperativamente estrechar el control social y profundizar el encierro para los jóvenes que cometen delito. Desde una posición que responde cabalmente al paradigma del Patronato en la argentina -la concepción de "menor abandonado o en riesgo"- pero que también reactualiza elementos del realismo de la derecha criminológica, el adversario se define como el "progresismo o garantismo judicial". El discurso parte de una premisa que no demuestra-el aumento de la criminalidad juvenil-el joven se vincula al delito por el ingreso a la droga y la falta de control de grupo familiar. El componente prescriptivo asigna al Estado el deber de implementar programas antidrogas, "el menor en riesgo debe ser rescatado por el Estado y llevado a hogares sustitutos con verdaderas familias con antecedentes chequeadas":

> ¿Por qué ha aumentado la criminalidad de menores? El ingreso a la droga a temprana edad, y la falta de control del grupo familiar. (…) Como en todo fenómeno delictual, primero entonces se debe desincentivar el ingreso del menor al delito. Para ello se debe contar con una fuerte presencia estatal en la calle y escuelas con programas antidrogas y equipos especializados en detectar menores abandonados o en riesgo.
>
> El "progresismo o garantismo judicial" mira para otro lado cuando ve a los menores en calle, pidiendo en los semáforos, drogándose o prostituyéndose, o sea en riesgo. Se espera a que sean delincuentes, y luego, como según esta "escuela" la sociedad causó esta situación, ergo no se los penaliza, y se los envía al mismo circulo delincuencial del que salió. Los países seguros hacen todo lo contrario: el menor en riesgo (no delincuente) debe ser rescatado por el Estado y llevado a hogares sustitutos, con verdaderas familias con antecedentes chequeados.

[168] https://www.clarin.com/opinion/imputabilidad-menores_0_BJPoZncHg.html

La distinción entre *menores en riesgo* y *menores delincuentes* que "deben ir presos" a cárceles especializadas en menores, constituye un contradiscurso del "progresismo o garantismo judicial" que "mira para otro lado cuando ve menores en la calle":

> Una vez que **el menor delincuente** es declarado **imputable** de un crimen, **debe ir preso**. A una cárcel especializada en menores, en la que se reeduque lejos de los vicios que lo pusieron en el mal camino. Centros de protección de menores que no tenemos, pero que debemos construir con tanta urgencia como el retoque al límite cronológico de imputabilidad.

La refutación de las tesis adversas mediante la argumentación ad hominem o descalificación del adversario intenta persuadir de que la *única y verdadera* solución al problema es el endurecimiento penal como hacen "los países seguros". En contraposición, en la nota *No es bajar la edad de imputabilidad sino cambiar el sistema penal*[169], toma lugar otra voz que aparece preocupada por una concepción más democrática aunque comparte un mismo adversario, es decir las posturas más progresistas sobre el tema:

> Con una estrategia que ha garantizado el inmovilismo, grupos que se autoperciben como progresistas, generalmente nostálgicos de la "década ganada", han etiquetado y denunciado como "baja de edad de la imputabilidad" cualquier intento serio de aprobar un verdadero régimen penal juvenil. (...) Los elementos para la construcción de un Frankenstein penal juvenil es lo único que se filtra como trascendido de las nebulosas propuestas del Ejecutivo conocidas hasta este momento. Una vuelta a la vieja teoría del discernimiento, dejando en profesionales no jurídicos la decisión de la imputabilidad o la utilización selectiva de algunos tipos penales para declararlos imputables, sin renunciar a la privación de libertad sin debido proceso como forma de "protección" para los "inimputables".

El discurso se posiciona frente a los sectores "garantistas" que se *autoperciben* como progresistas y al mismo tiempo frente a la propuesta proveniente del gobierno nacional. Constituido como saber de experto se explica y argumenta encajando el debate en los términos del funcionamiento del sistema penal juvenil actual. La argumentación se elabora desde la estrategia de desplazamiento del problema para demostrar que la cuestión que merece ser atendida es "la privación de libertad sin debido proceso":

> (...) Paradójicamente, el debate fuerte lo provocan los "inimputables" menores de 16 años que, a pesar de que normativamente no pueden ser procesados como los adultos, en los hechos y selectivamente son tratados mucho peor. Al fin de cuentas, resultan el único colectivo de seres humanos privados de libertad sin imputación y sin debido proceso en la República Argentina. Un número vago pero que gira en torno a los 400 se encuentra hoy efectivamente privado de libertad y cada vez más vergonzantemente escondidos por las autoridades responsables.
>
> Si en los mayores de 16 años el problema real se encuentra en la barbarie de las penas que nos han llevado a ser el país más atrasado y más brutal en toda América latina, en los menores de 16 el problema es la privación de libertad sin debido proceso. Es por estas razones que necesitamos un sistema penal juvenil entre los 14 y 18 años. Un sistema con las

[169] https://www.clarin.com/opinion/bajar-edad-imputabilidad-cambiar-sistema-penal_0_Hyaz9DEnl.amp.html

> garantías del debido proceso tal como lo dispone la Convención Internacional de los Derechos del Niño.

El nosotros inclusivo interpela a la ciudadanía en su conjunto: "necesitamos un sistema penal juvenil entre los 14 y 18 años", pero la implementación del mismo se prescribe que debe quedar en manos de profesionales jurídicos. La legitimación viene dada en el discurso por la propia posición en el campo social y en la apelación a lo que puede entenderse como un discurso constituyente (Maingueneau & Cossutta, 1995) en la materia, esto es, la Convención Internacional de los Derechos del Niño. La argumentación se centra en el garantismo penal, el niño sigue siendo el "menor", en una posición que margina elementos de un "garantismo integral" lo jurídico normativo es el elemento dominante.
Además de las voces que responden a *qué hacer en materia legal* hay otras que focalizan en las instituciones sociales como "salida" al problema de la relación de los jóvenes con el delito. En la nota *¿Estudiar o comprarse zapatillas?*[170] se argumenta sobre la necesidad de mejorar la calidad de la escuela secundaria. Los argumentos revitalizan el discurso de la escuela como normalizadora de diferencias sociales.

> Maxi me dice que piensa dejar la escuela. Tiene 15 años y quiere un par de zapatillas, de esas muy caras. Maxi camina inseguro en la escuela. Se lleva materias, como la inmensa mayoría de los estudiantes secundarios. Su madre es empleada doméstica y esas zapatillas, como tantas otras cosas, están fuera de su alcance. El hizo la cuenta; si se pone a repartir pizzas en seis meses ahorra lo suficiente para comprar las zapatillas, pero para eso tendrá que dejar la escuela vespertina de Villa Pueyrredón a la que va (…).

El relato de un caso particular funciona como respaldo del argumento de que la deserción escolar tiene su causa en la imposibilidad de acceder a determinados bienes y la narración tiende a movilizar afectos y sentimientos de piedad.

> ¿Qué hemos hecho con nuestras escuelas? ¿Por qué no logran ser un lugar de sentido, de pertenencia o al menos de conveniencia? "La amargura, la aspereza, la melancolía de profesores mediocres es uno de los grandes crímenes de nuestra sociedad", dirá George Steiner. Un crimen que es contra la profesión docente porque es contra la enseñanza, el saber y el amor a ambos (…) Estamos diciéndoles a los jóvenes algo así como que gozan del derecho a estar obligados a ir cada vez más tiempo a escuelas cada vez más irrelevantes.

La modalidad interrogativa compromete al mundo adulto: "Qué hemos hecho con nuestras escuelas". El nosotros inclusivo interpela al lector y reparte la responsabilidad socialmente: "Estamos diciéndoles a los jóvenes (...)". La inclusión de la cita de Steiner marca la pertenencia cultural y legitima el texto. La escuela secundaria se define como la "única política efectiva de inclusión social" que tal como funciona en la actualidad, se infiere, vale menos que un par de zapatillas. Desde allí se propone la urgencia de "una política educativa que tome en serio su crisis y defina una organización institucional y pedagógica renovada":

> Para que la secundaria valga más que un par de zapatillas, para que sea un pasaporte al conocimiento, al trabajo y a la ciudadanía plena, es urgente una política educativa que tome en serio su crisis y defina una organización institucional y pedagógica renovadas, con vínculos

[170] https://www.clarin.com/opinion/estudiar-comprarse-zapatillas_0_Hk1EgpOFl.html

> fuertes con el mundo laboral y una docencia profesional y atractiva que conforme equipos de trabajo (…)Sin una educación secundaria transformada y con foco en los más vulnerables, la propuesta de bajar la edad de imputabilidad del delito será la opción brutal e hipócrita de una sociedad impune que pide "cárcel y muerte desde chiquitos", en lugar de clamar por educación.

La identificación de la educación escolar como única forma de "progreso" y la apelación a los valores construyen un discurso que se estructura sobre presupuestos que permiten inferir una ligazón directa entre la falta de formación escolar adecuada con el ingreso al mundo del delito por parte de los más jóvenes, por un lado, y la asociación entre vulnerabilidad y delincuencia, por otro; dos lugares propios de la doxa común. Otro discurso que presenta elementos dóxicos es el que produce el editor del diario en la nota titulada *La bandera antidelito que siempre vuelve*[171]. Lo argumental se despliega evocando datos de la realidad narrados en presente histórico, como si se comentaran acontecimientos políticos y sociales de los últimos veinte años en nuestro país que suscitaron el debate público sobre la baja en la edad de imputabilidad:

> Última noticia: el presidente de la Cámara de Diputados de la Nación anuncia la propuesta que le fuera enviada por el Poder Ejecutivo para bajar en dos años la edad de imputabilidad penal (…) El presidente de la Cámara de Diputados es Alberto Pierri. El presidente, Carlos Menem. Es 1997 y hablan los especialistas, debaten, argumentan. No pasa nada (…) Ahora es octubre de 2008 y acaban de asesinar en su casa de San Isidro al ingeniero Ricardo Barrenechea (…) El debate se agita. Se agita tanto que se cansa y se va a dormir un par de años más. Ya es julio de 2010 (...) El ardor coyuntural no alcanzó, sin embargo, para vencer al freezer de los cajones.
>
> El debate siempre es enriquecedor y bienvenido, menos cuando se lo usa como humo para que lo vean desde afuera y desde lejos. Hace 20 años que agitar la imputabilidad de los menores como remedio antidelito es una costumbre argentina. Al calor de ese debate que al final nunca se da germinaron, imperturbables, los Ni-Ni, ese ejército de chicos que no estudia ni trabaja, y que influye sobre los números del delito mucho más que la edad para ser considerado responsable penal.
>
> Con una catarata de argumentos a favor y otra igual de caudalosa en contra, el de la imputabilidad de los menores ante el delito vuelve cíclicamente al país que resuelve sus cuestiones penales **por espasmos**. (...) ¿Traer el tema de nuevo a debate significa redescubrir una receta eficaz para combatir al delito? No es lo que pasa en los países latinoamericanos que avanzaron sobre el tema (...) Acá hay *soldaditos* de los narcos que venden en los búnkers de Rosario y alertan cuando llegan sospechosos a cualquier puesto de venta de la Capital, Lomas de Zamora, Mendoza o Neuquén. Es tan cierta su responsabilidad penal como el hecho de que, cuando caen, no caen los narcos ni se acaba la droga.

El enunciador se postula por fuera de la polémica para cuestionar el debate mismo-*que al final nunca se da*- y al cual desacredita a través del recurso a la ironía (*se agita tanto que se cansa y se va a dormir*) y el uso de metáforas (*el freezer de los cajones/humo para que lo vean desde afuera y desde lejos*). Se puede decir teniendo en cuenta los roles actanciales que postula Plantin –Proponente, Oponente y Tercero- que el editor se posiciona en el conflicto discursivo como Tercero, el lugar de la duda, de la creencia suspendida. Los hechos

[171] https://www.clarin.com/opinion/delitos-menores-humo_0_H1r8WiFrx.html

parecen hablar por sí mismos y funcionan como argumento que pone en falta el discurso político sobre la baja en la edad de imputabilidad y al sistema político en su conjunto en relación al tema. La propuesta planteada es un debate nuevo:

> Que el Año Nuevo traiga a la mesa un debate nuevo sobre los menores y el delito, donde no falten el acceso a la escuela, al deporte, al trabajo ni a la salud. Que allí tampoco falten las víctimas y una ley para que se las considere parte del proceso penal, un debate que quedó trunco en el Congreso a fin de año, tapado por la ley del impuesto a las Ganancias.

El discurso se articula contradictoriamente en una pretensión de neutralidad que se respalda en la realidad de los hechos y sitúa en el mismo nivel elementos diversos, no habla de niños sino de menores, no habla en términos de derechos sino de acceso; para finalmente reclamar que se considere a las víctimas como parte del proceso penal. La toma de posición política que está negada en la enunciación se vislumbra en los modos en que los términos se excluyen entre sí en el nivel del enunciado.
Entre las voces provenientes del campo jurídico, del sistema educativo y el discurso propiamente periodístico el conflicto discursivo se representa en el diario, con sus matices, como un mosaico de voces disidentes que poco remiten a la concepción de la niñez y adolescencia como sujeto de derechos. El niño devenido en menor es objeto del discurso adultocéntrico sobre el que se propone compasión o represión en mayor o menor grado; el debate acerca de los jóvenes comienza silenciando su propia voz.

Notas finales

Los jóvenes en relación con el delito son discursivamente construidos como adultos desde la crónica policial, conscientes de sus actos delictivos, y como objeto de intervención del mundo adulto en las notas de opinión. En las representaciones puestas en circulación, la reactivación de elementos que oscilan entre la teoría de la elección racional del delito y el Paradigma del Patronato, excluyen una concepción integral de niños y adolescentes como sujetos de derechos; en tanto se informa sobre su desprotección se reclama su inclusión en el sistema penal de formas más o menos garantizadas. La baja en la edad de imputabilidad como tópico del discurso aparece legitimada en la crónica policial y matizada en las notas de opinión, pero nunca plenamente rechazada, lo cual habla de la aceptabilidad de la medida en el discurso de *Clarín* que obtura la imposibilidad de pensar en una reforma del Sistema Penal juvenil que deje fuera de discusión la inflación penal para los jóvenes.

Referencias bibliográficas

Angenot, M. (1982). *La parole plamphlétaire*. *Typologie des discours modernes*. París, Payot.

Angenot, M. (2010). *El discurso social. Los límites históricos de lo pensable y lo decible*. Buenos Aires, Siglo Veintiuno.

Arnoux, E. (2006). *Análisis del discurso. Modos de abordar materiales de archivo*, Cap. 3, Buenos Aires, Santiago Arcos.

Bajtín, M. (1979). *Estética de la creación verbal*, México, Siglo XXI.

Bruxelles, S. y De Chanay, H. (1998). *Acerca de la teoría de los topoi: estado de la cuestión*. en *Escritos*, Nº 17-18, Puebla, UAP.

Charaudeau, P. y Maingueneau, D. (Dirs.) (2005). *Diccionario de análisis del discurso*, Buenos Aires, Nueva Visión.

Contursi, M., Brescia, F. y Costanzo, G. (2009). *Menores en conflicto con la ley: análisis de legislación y debates parlamentarios en las dos primeras décadas del siglo XX*. En *Memorias del XXVII Congreso ALAS* 2009. Buenos Aires, ALAS.

Contursi, M., Brescia, F. y Costanzo, G. (2010). *Formas de legitimación del control social: debates parlamentarios y construcción de subjetividades en torno a la baja de edad de imputabilidad.* En Actas del *IV Congreso Internacional de Letras: Transformaciones culturales. Debates de la teoría, la crítica y la lingüística en el Bicentenario*, Buenos Aires: Universidad de Buenos Aires, Facultad de Filosofía y Letras, Carrera de Letras.

Courtine, J. J. (1981). *Análisis del discurso político (el discurso comunista dirigido a los cristianos)*. *Langages 62*, número monográfico.

Daroqui, A. y Guemureman, S. (1999). *Los "menores" de hoy, de ayer y de siempre: un recorrido histórico desde una perspectiva crítica*. *Delito y Sociedad*, Revista de Cs Sociales, UNL Ediciones, Santa Fe, Nº 13

Daroqui, A. y Guemureman, S. (2001). *La niñez ajusticiada*, Buenos. Aires, Puerto.

Ford, A. (1994). *Navegaciones. Comunicación, cultura y crisis*., Buenos Aires, Amorrortu.

Ford, A. (1999). *La marca de la bestia. Identificación, desigualdades e infoentretenimiento en la sociedad contemporánea*. Buenos Aires, Norma.

Gramsci, A. (1949). *Observaciones sobre el folklore*. En *Cuadernos de la cárcel: literatura y vida nacional*, México, Juan Pablos Editor, 1976.

Gramsci, A. (1984). *Los intelectuales y la organización de la cultura*, Buenos Aires, Nueva Visión, 2000.

Hall, S. (1981). *La cultura, los medios de comunicación y el «efecto ideológico»*. En G. Curran, et al, *Sociedad y comunicación de masas,* México, FCE.

Kerbrat-Orecchioni, C. (1981). *La enunciación. De la subjetividad en el lenguaje*, Buenos Aires, Edicial.

Maingueneau, D. y Cossutta, F. (1995). *L'analyse des Discourse constituans*. *Langages Nº 117*, marzo de 1995, pp. 112-125. (Traducción de M. Eugenia Contursi para uso exclusivo del Seminario de doctorado "Teoría de la Comunicación. Aportes desde el Análisis del discurso", Universidad de Buenos Aires, Facultad de Ciencias sociales, 2009).

Maingueneau, D. (2002). *Problèmes d'ethos*. *Pratiques* Nº 113/114, pp. 55-67.

Maingueneau, D. (2003). *¿«Situación de enunciación» o «situación de comunicación»?*. *Discurso.or*g, año 2, Nº 5.

Plantin, Ch. (1998). *La interacción argumentativa*. En *Escritos,* Nro. 17-18, pp. 23-49.

Perret, D. (1970). *Les appellatifs. Analyse lexicale et actes de parole*. *Langages* Nro. 17.

Reale, A. y Vitale, M. A. (1995). *El discurso polémico*. En *La argumentación. Una aproximación retórico-discursiva*, Buenos Aires, Ed. Aires.

Tufró, M. (2017)*. Comunidades del miedo. Algunas observaciones sobre la construcción de los vecinos en la tematización de la "inseguridad" en Clarín*. Martini, S. y Pereyra, M. (Comps.) *La noticia hoy. Tensiones entre la política, el mercado y la tecnología,* Buenos Aires, Imago Mundi.

Voloshinov, V. (1929). *El marxismo y la filosofía del lenguaje,* Madrid, Alianza, 1992.

Weinreich, U. (1975). *Estructura y función de los tiempos en el lenguaje*, Madrid, Gredos.

Zapiola, M. C. (2008). *La Ley de Patronato de 1919. Una reestructuración parcial de los vínculos entre Estado y minoridad*. *Jornada "Historia de la infancia en Argentina, 1880-1960. Enfoques, problemas y perspectivas"*, UNGS- UDESA.

Cobertura midiática do Sistema Único de Saúde do Brasil durante o seu período de criação e implementação (1988 – 1990)

Media coverage of the Brazilian Unified Health System during its creation and implementation period (1988-1990)

Lana Cristina Bueno Miranda[172], Edlaine Faria de Moura Villela[173]

Resumo: Os sistemas de saúde tendem a seguir o tipo de proteção social adotado por seus países. No Brasil, desde 1988, a Constituição optou pelo sistema de seguridade social com o diferencial de ser livre à iniciativa privada. Durante a VIII Conferência Nacional de Saúde surge o conceito ampliado de saúde, produto de intensa mobilização que aconteceu em vários países da América Latina, durante as décadas de 1970 e 1980, em resposta aos regimes autoritários e à crise dos sistemas públicos de saúde. Na mesma conferência, a comunicação em saúde ganha visibilidade, ressaltando a informação e a importância da divulgação das ações da saúde nos meios de comunicação. Neste cenário, surge a inquietação de conhecer as representações midiáticas sobre o Sistema Único de Saúde (SUS) durante o seu processo de criação e implementação, através do levantamento de notícias e reportagens publicadas sobre o SUS no Brasil, nos períodos de janeiro de 1988 a dezembro de 1990. A relação prévia com o material adquirido permitiu o entendimento do contexto do SUS na época de estudo e esclareceu quais foram os principais assuntos abordados pelos meios de comunicação midiáticos durante o período analisado.

Palavras-chave: Sistema Único de Saúde; cobertura midiática; representações sociais.

Introdução

O referido artigo traz um panorama da tese elaborada por uma das autoras, sob orientação da outra, que tem como objetivo a análise dos temas relacionados ao SUS por meio da técnica do Discurso do Sujeito Coletivo (DSC)[174], visando o entendimento do contexto do SUS durante sua formação e consolidação e após esse período, com o intuito de acompanhar a evolução da construção midiática do tema até os dias atuais.

---

[172] Lana Cristina Bueno Miranda. Mestranda no Programa de Pós-Graduação em Saúde Coletiva da Universidade Federal de Goiás/Goiânia, Brasil. Email: lanacbm17@gmail.com.

[173] Edlaine Faria de Moura Villela. Docente do curso de Medicina em Jataí e Professora efetiva do Programa de Pós-Graduação em Saúde Coletiva da Universidade Federal de Goiás/Goiânia, Brasil. Email: edlainefmv@gmail.com.

[174] O DSC é um método fundamentado na Teoria da Representação Social (TRS) e consiste em analisar o material verbal coletado, selecionando depoimentos individuais a determinada questão. Os trechos significativos destes depoimentos são as expressões-chave. A síntese do conteúdo discursivo presente em uma expressão-chave é denominada ideia central, logo, através de expressões-chave e ideias centrais formam-se discursos-síntese, os chamados DSC (Lefèvre *et al*, 2003 citado por Vilella, 2012).

Partindo do questionamento sobre qual o cenário do SUS no momento de sua criação e implementação e quais os principais assuntos abordados pela mídia sobre o SUS no período de estudo, pretende-se obter as representações midiáticas do SUS no período proposto, por meio da análise comparativa de notícias veiculadas pela imprensa. A realização deste estudo descritivo com abordagem midiática permitirá a construção de um cenário de como o SUS é representado pelos meios acadêmico e midiático. Haverá, portanto, a possibilidade de conhecer o perfil de divulgação do SUS pela comunicação de massa e elaborar um painel de discursos com base na análise dos dados, apresentando as representações midiáticas por meio de pensamentos e opiniões coletivas sobre o tema.

Para este fim serão identificados notícias publicadas nos jornais *Folha de São Paulo*, *O Popular*, *Correio Brasiliense* e na *Revista Veja*, em suas versões digitais, sobre o SUS publicados no período estudado e verificado como a prática discursiva da cobertura midiática contribui para a construção da imagem do SUS.

Este artigo pretende apresentar a estrutura geral da pesquisa e descrever a cobertura midiática do Sistema Único de Saúde brasileiro durante seu processo de criação e implementação (1988 – 1990). Não será foco do artigo expor conclusões, pois a temporalidade em que a tese se encontra não me permitiria.

Inicialmente será apresentado uma relato sobre o sistema de saúde brasileiro e sua relação com a comunicação. Posteriormente serão colocados alguns alicerces teóricos da pesquisa e, por fim, apresentam-se alguns resultados e discussões construídas até esta fase.

Apresentação do objeto de pesquisa

A trajetória da humanidade é acompanhada também pelo desenvolvimento e construção do conceito de saúde ao longo dos tempos, influenciada por características próprias de cada período. Desde os primórdios da humanidade o ser humano se questiona sobre a origem da vida, as razões da existência e o que é ter saúde. A partir do século XIX, com a evolução da medicina, o avanço tecnológico, a modernização e o acesso ampliado de informações através da mídia, a população toma consciência da influência dos determinantes sociais na saúde, onde também se estabelece, especialmente após a Segunda Guerra Mundial, que os comportamentos humanos podem se apresentar como ameaça a saúde de todos dentro da sociedade e consequentemente do Estado (Conselho Nacional de Secretários de Saúde, 2003).

O Brasil apresentou um dos maiores crescimentos econômicos do mundo em 1970. A reforma do setor de saúde no Brasil estava na contramão das reformas difundidas naquela época no resto do mundo, que questionavam a manutenção do estado de bem-estar social. A proposta brasileira estruturou-se durante a luta pela redemocratização. A saúde era defendida não como questão exclusivamente biológica a ser resolvida pelos serviços médicos, mas sim como questão social e política (Paim, Travassos, Almeida, Bahia & MacInko, 2011).

Na VIII Conferência Nacional de Saúde (VIII CNS), realizada em Brasília em 1986, surgiu o conceito ampliado de saúde[175], produto de intensa mobilização, que aconteceu em diversos países da América Latina, durante as décadas de 1970 e 1980, como resposta aos regimes autoritários e à crise dos sistemas públicos de saúde (Paim *et al.*, 2011).

[175] O conceito ampliado de saúde inclui alimentação, habitação, educação, renda, meio ambiente, trabalho, transporte, emprego, lazer, liberdade, acesso e posse da terra e acesso a serviços de saúde como condições necessárias para se garantir a saúde.

De acordo com a Lei N° 8.080, de 19 de Setembro de 1990, em seu Capítulo II, artigo 7°, foram definidos os princípios e diretrizes do SUS. "As ações e serviços públicos de saúde, e os serviços privados contratados ou conveniados que integram o Sistema Único de Saúde (SUS), são desenvolvidos de acordo com as diretrizes previstas no art. 198 da Constituição Federal:

> I - universalidade de acesso aos serviços de saúde em todos os níveis de assistência; II - integralidade de assistência, entendida como conjunto articulado e contínuo das ações e serviços preventivos e curativos, individuais e coletivos, exigidos para cada caso em todos os níveis de complexidade do sistema; III - preservação da autonomia das pessoas na defesa de sua integridade física e moral; IV - igualdade da assistência à saúde, sem preconceitos ou privilégios de qualquer espécie; V - direito à informação, às pessoas assistidas, sobre sua saúde; VI - divulgação de informações quanto ao potencial dos serviços de saúde e a sua utilização pelo usuário; VII - utilização da epidemiologia para o estabelecimento de prioridades, a alocação de recursos e a orientação programática; VIII - participação da comunidade; IX - descentralização político-administrativa, com direção única em cada esfera de governo: a) ênfase na descentralização dos serviços para os municípios; b) regionalização e hierarquização da rede de serviços de saúde; X - integração em nível executivo das ações de saúde, meio ambiente e saneamento básico; XI - conjugação dos recursos financeiros, tecnológicos, materiais e humanos da União, dos Estados, do Distrito Federal e dos Municípios na prestação de serviços de assistência à saúde da população; XII - capacidade de resolução dos serviços em todos os níveis de assistência; e XIII - organização dos serviços públicos de modo a evitar duplicidade de meios para fins idênticos. (Conselho Nacional de Secretarias de Saúde, 2003)

Ao propor a universalidade, o acesso gratuito e a participação da comunidade no sistema de saúde, o SUS cria um novo paradigma na relação da sociedade com as instituições públicas e privadas, afetando fundamentalmente seu sistema político-institucional (Oliveira, 2000).
Apesar de suas diretrizes instituídas em lei, sua efetivação ainda é um desafio que está ligado aos modelos de gestão, ao subfinanciamento e à necessidade de melhor comunicação e divulgação dos propósitos do SUS, no sentido de valorizá-lo e de convidar a sociedade a se sentir responsável e beneficiada por este Sistema (Silva & Rasera, 2014).

Comunicação e saúde

A comunicação em saúde ganha visibilidade e importância desde a VIII CNS, colaborando para a efetivação do SUS, em que o direito à informação e a importância de sua divulgação e disseminação nos diferentes meios de comunicação foram ressaltados. Na IX CNS, comunicação, informação e educação passaram a ser discutidas como perspectivas relativas à participação social na definição de políticas públicas, e a X CNS firmou prazos para a elaboração de uma política nacional de informação, educação e comunicação em saúde. A necessidade de informação para o controle social foi reafirmada na XIII CNS, destacando a importância em se mostrar os feitos exitosos do SUS, visando à construção de sua imagem positiva na mídia, destacando-o como patrimônio público (Silva & Rasera, 2014; Araújo, 2017).
A saúde é, para além de um direito social, uma conquista da democracia. Da mesma maneira, a mídia e o jornalismo, também estão no centro das sociedades democráticas, onde não seria possível manter uma democracia sem informação, transparência e controle social. A cobertura jornalística de saúde tem papel fundamental e decisivo, pois além de dar

visibilidade às ações, serviços e estratégias de saúde, é agente formador de opinião que, na escolha dos assuntos a serem noticiados, influencia a sociedade na sua maneira de pensar (Souza, 2015).

A saúde é um tema produtor de notícias (Moraes, Oliveira-Costa & Machado Mendonça, 2017). É possível falar da comunicação e da saúde de muitos modos, tanto quanto for o entendimento dessa interface e desses dois campos que a constituem (Araújo, 2017).

A comunicação da saúde é, em verdade, um setor de um segmento mais amplo, a comunicação da ciência. Esta comunicação ocorre em dois registros: o da comunicação interpares ou primária, isto é, aquela trocada pelos cientistas entre si; e o da comunicação secundária, destinada ao público em geral (Epstein, 2008).

O autor afirma:

> A comunicação pública da ciência (e da saúde) é um produto híbrido dos discursos científico e jornalístico e apresenta características de ambos. Disto decorre que algumas divergências valorativas entre estes discursos podem causar inadequações ou obstáculos para uma comunicação de massa sobre a saúde, principalmente, aquela dirigida às classes mais despossuídas. (Epstein, 2008)

Comunicar saúde não é uma tarefa fácil, descreve Moraes *et al*. (2017), já que o público se apropria e faz uso das informações difundidas, o que impacta diretamente em sua saúde. A mídia, muitas vezes, é a única fonte de informação sobre saúde a qual as pessoas têm acesso, sendo uma fonte de influência social. Moisés (2003) citado por Moraes *et al.* (2017), considera a comunicação em saúde fundamental para o processo educativo da população, compartilhando informações e práticas capazes de contribuir para a conquista de melhores condições de vida.

No que tange ao jornalismo, os investigadores norte-americanos Bill Kovach e Tom Rosenstiel (2004, 2010) citados por Figueira (2017) sustentam que a finalidade do jornalismo reside essencialmente "na função que as notícias desempenham na vida das pessoas". E acrescenta: "como saber em que informação podemos confiar, numa era em que todos somos especialistas e cada um tem o poder de comunicar com todos?".

Figueira (2017) relata que o atual ecossistema midiático mudou tudo e trouxe novos atores, se referindo as novas tecnologias digitais como redes sociais, criando uma nova organização econômica do jornalismo, na qual as normas da profissão estão a ser postas à prova, redefinidas e, por vezes, efetivamente abandonadas. Com as redes sociais todos se acham especialistas em algo, causando, muitas vezes, a desinformação.

O sistema de comunicação midiática é indissociável da paisagem da sociedade contemporânea e profundamente responsável por forjar nossas formas de perceber o mundo e de nos relacionarmos com o cotidiano social, descreve Oliveira (2000). Rodrigues (1990) citado por Oliveira (2000) lembra que a mídia não é um simples instrumento à disposição dos indivíduos, dos grupos informais ou dos grupos organizados para conhecer fatos, acontecimentos, pensamentos, vontades ou afetos, mas é responsável por produzir relações sociais assimétricas e atribuir sentidos aos mundos, em conformidade com a dinâmica cultural da sociedade contemporânea.

A mídia impressa, portanto, tem um importante papel nas sociedades contemporâneas. Indo ao encontro de Oliveira (2000) citado por Moraes *et al.* (2017), friso novamente, a mídia não é somente um simples instrumento de reprodução de fatos e acontecimento, mas é "responsável por forjar nossas formas de perceber o mundo e de nos relacionarmos com o cotidiano social". Mendes e Monteiro (2015) complementam dizendo que o jornalismo, ao

se colocar como modo de representação da realidade, posiciona-se ao lado da verdade. No entanto, sabemos que os mesmos não são a própria realidade, mas um modo de reescrever e narrar o real baseado em técnicas específicas, nutrindo-se de critérios como atualidade, noticiabilidade e interesse público.

Na interface entre comunicação e saúde, autores e entidade comprometidas com o SUS apontam que a mídia, de modo geral, se dedica a fazer uma cobertura parcial do SUS, dando destaque a suas insuficiências e seus problemas, e pouco espaço a suas conquistas, a partir de sua lógica de valorização do furo jornalístico (Silva & Rasera, 2014).

A exposição dos problemas do sistema de saúde é importante, pois cumpre a função de denunciar situações que devem ser superadas, a fim de se atingir o pleno direito à saúde, contribuindo para o debate de ações sociais e políticas públicas de saúde. Entretanto, esta não deve ser a única e principal imagem a ser transmitida (Silva & Rasera, 2014; Cavaca & Emerich, 2016).

Nos diferentes meios da imprensa, ressaltam Malinverni & Cuenca (2017), o SUS é cotidianamente apresentado por narrativas imagéticas (televisivas e fotográficas) e textuais (jornais, revistas, internet, rádio, televisão) em tom de escândalo e dramaticidade. Silva & Rasera (2014) descrevem a área da saúde como campo privilegiado para produção de 'factoide', se referindo a pseudoacontecimentos, polêmicas ridículas, escândalos sem importância ou eventos espetaculosos que sustentam o cotidiano da mídia. As imagens e informações publicadas pela mídia sobre o SUS são comumente associadas às mazelas e dificuldades do setor, quase sempre por uma suposta ineficiência do Estado, incompetência das autoridades ou dos profissionais da área, que levam à construção de uma ordem simbólica pouco reflexiva sobre o campo da política de saúde representada pelo SUS (Oliveira, 2000).

Na realidade, ocorre que o Sistema Único de Saúde que existe no cotidiano, e que é frequentemente descurado pelos meios de comunicação de massa, tem várias dimensões e beneficia, de forma direta ou indireta, a totalidade da população brasileira (Malinverni & Cuenca, 2017).

Em seu discurso, Malinverni & Cuenca (2017) quantificam esse sistema de saúde:

> O SUS tem proporções gigantescas e é reconhecidamente um dos maiores sistemas públicos e universais de saúde do mundo. Atende diretamente 80% da população do país (mais de 150 milhões de pessoas) por meio de políticas, programas e práticas operacionalizadas em uma ampla rede de atenção primária, secundária e terciária, que conta com 6,1 mil hospitais credenciados, 45 mil unidades de atenção básica e 30,3 mil equipes de saúde da família (ESF); em 2013, realizou 2,8 bilhões de procedimentos ambulatoriais, 19 mil transplantes, 236 mil cirurgias cardíacas, 9,7 milhões de procedimentos de quimioterapia e radioterapia e 11 milhões de internações. No âmbito do SUS também são promovidas diversas ações, como as políticas nacionais de atenção integral à saúde da mulher, de humanização do atendimento, de promoção à saúde do trabalhador, de urgência e emergência (Serviço de Atendimento Móvel de Urgência – Samu), e mantidos programas respeitados mundialmente, como os de imunização, de controle do HIV/aids e de distribuição gratuita de medicamentos; além de realizadas milhões de ações nas áreas epidemiológica e sanitária que afetam indistintamente os mais de 204 milhões de brasileiros.

Todo o processo anterior que culminou na criação do sistema, evidencia que a saúde é, para além de um direito social, uma conquista da democracia. Da mesma maneira, a mídia e o jornalismo, mais especificamente, também estão no seio das sociedades democráticas, onde não seria possível manter uma democracia sem informação, transparência e controle

social. A cobertura jornalística de saúde tem papel fundamental e decisivo, pois além de dar visibilidade às ações, serviços e estratégias de saúde, é agente formador de opinião que, na escolha dos assuntos a serem noticiados, influencia a sociedade na sua maneira de pensar (Souza, 2015).

A comunicação midiática é o que circula pela televisão, pelo rádio, pela imprensa e pela internet. Mídia e saúde apresentam uma relação forte e multifacetada. A mídia acaba muitas vezes escondendo a polifonia e heterogeneidade (Araújo & Cardoso, 2007) e deve ser utilizada de forma consciente para colaborar no processo de divulgação e informação em saúde dentro de seu campo de atuação.

Para Souza (2015), o comportamento do homem social e a maneira como ele partilha, compartilha e transforma o conhecimento na prática é influenciada pelos meios de comunicação, já que a mídia, com suas dinâmicas e simbologias, influencia a sociedade na construção da realidade social e, consequentemente, nas representações sobre o mundo.

> A construção social da realidade por meio da mídia é um processo de formação de cultura. Precisa, assim, ser invisível para ser eficaz [...]. A questão que não pode ser deixada de lado é que o conhecimento advindo da mídia ao não é oferecido público como um dos possíveis, mas como o único possível. As representações difundidas pela mídia adquirem o peso de serem consideradas objeto de conhecimento comum, recíproco, óbvio. (Amaral, s/d citado por Souza, 2015, p. 95)

Com os efeitos da globalização, Morigi (2004) citado por Souza (2015) destaca que vivemos cotidianamente com o excesso de informações, que atuam na produção da realidade, contribuindo para a banalização dos sentidos e pensamentos circulantes nos espaços públicos como mercadorias produzidas em série para serem consumidas instantaneamente após a produção.

A mídia tem o poder, através da seleção e reforço, para nos dar retratos influentes de toda uma série de grupos, situações e ideias. Fazemos sentido dessas representações de maneiras diferentes de acordo com valores e pressuposições que carregamos. Portanto, a representação não é apenas sobre a forma como o mundo é apresentado para nós, mas também sobre como nos envolvemos com a mídia para interpretar e assimilar tais retratos (Ungureanu & Georgescu, 2013).

Algumas reflexões e discussões sobre o tema

Os sistemas de saúde tendem a seguir o tipo de proteção social adotado por seus países. Destaca-se em todo o mundo a seguridade social, o seguro social e a assistência. Os países que optam pela seguridade social possuem sistemas de saúde universais, onde o direito à saúde está vinculado à condição de cidadania, sendo financiado, solidariamente, por toda a sociedade por meio de contribuições e impostos, como Inglaterra, Canadá, Cuba e Suécia. Os países com sistema de proteção social baseado no seguro social, controlado pelo Estado, como na Alemanha e Suíça, os serviços são garantidos aos que contribuem com a previdência social. Já o sistema de proteção social baseado na assistência, proporciona algum atendimento apenas para aqueles que comprovem a sua condição de pobreza, como nos Estados Unidos (Paim, 2013).

No caso do Brasil, desde a década de 1920 foi adotado um sistema de proteção social baseado no seguro social, inicialmente através das caixas de aposentadorias e pensões, sendo substituídas pelos institutos e, a partir de 1988, a Constituição optou pelo sistema de

seguridade social, embora seja livre à iniciativa privada e o financiamento da saúde não seja majoritariamente público (Paim, 2013).

Como descrito anteriormente, só tinha acesso aos serviços de saúde uma pequena parcela da população. A saúde beirava o caos. O SUS gratuito e de livre acesso a todo cidadão era um sonho para grande parte dos brasileiros. A proposta do SUS surgiu de um movimento social, tinha princípios e diretrizes muito bem pautadas, porém, para ser aprovada precisou ceder a alguns caprichos dos parlamentares e empresários representados por eles, mas, ainda assim, o SUS representa uma conquista do povo brasileiro.

Das nove reportagens encontradas na *Folha de S. Paulo* no ano de 1988 que fazem alusão ao SUS, duas se referiam aos princípios doutrinários e organizativos do sistema: "Plenário aprova sistema único de serviços de saúde" (18/05/1988) e "Sairá em novembro plano sobre Inamps" (19/10/1988); quatro colocam em pauta a participação do setor privado no novo sistema único de saúde: "A saúde na Constituição" (01/05/1988); "Quando estatização não é palavrão" (14/05/1988); "Alterações para adequar o texto" (14/05/1988) e "A guerra da saúde" (18/05/1988). Duas foram notas sobre votações: "Título VIII – Da Ordem Social – Sistema Único de Saúde" – (22/01/1988) e "Votações adiadas" (31/08/1099); e uma reportagem sobre medicamentos: "Técnicos debatem critérios para a liberação do AZT" (19/10/1988).

Com base em reflexões sobre o sistema de saúde aplicado até 1988, aspectos como relatados pelo Ministério da Saúde (1990) demonstram a total inadequação do Sistema de Saúde da época:

> [...] um quadro de doenças de todos os tipos condicionados pelo tipo de desenvolvimento social e econômico do país e que o velho sistema de saúde não conseguia enfrentar com decisão; completa irracionalidade e desintegração das unidades de saúde, com sobre oferta de serviços em alguns lugares e ausência em outros; excessiva centralização implicando por vezes em impropriedade das decisões pela distância de Brasília dos locais onde ocorrem os problemas; recursos financeiros insuficientes em relação às necessidades de atendimento e em comparação com outros países; desperdício dos recursos alocados para a saúde, estimado nacionalmente em, pelo menos 30%, produzido por incompetência gerencial; baixa cobertura assistencial da população, com segmentos populacionais excluídos do atendimento, especialmente os mais pobres e nas regiões mais carentes; falta de definição clara das competências dos vários órgãos e instâncias político-administrativas do sistema, acarretando fragmentação do processo decisório e descompromisso com as ações e falta de responsabilidade com os resultados; desempenho desordenado dos órgãos públicos e privados conveniados e contratados, acarretando conflito entre os setores público e privado, superposição de ações, desperdícios de recursos e mau atendimento à população; insatisfação dos profissionais da área da saúde que vêm sofrendo as consequências da ausência de uma política de recursos humanos justa e coerente; insatisfação da população com os profissionais da saúde pela aparente irresponsabilidade para com os doentes, greves frequentes, frequentes erros médicos e corporativismo se sobrepondo à saúde do povo; baixa qualidade dos serviços oferecidos em termos de equipamentos e serviços profissionais; ausência de critérios e de transparência dos gastos públicos, bem como de participação da população na formulação e gestão das políticas de saúde; falta de mecanismos de acompanhamento, controle e avaliação dos serviços; imensa preocupação e insatisfação da população com o atendimento à sua saúde".

A reportagem da *Folha de S. Paulo* de 06/01/1991 define:

> A história dos últimos 20 anos da saúde no Brasil é rica em mostrar a causalidade do caos. Erros acumulados de descaso com a saúde são: financiamento regressivo, utilização quase exclusiva de recursos oriundos da contribuição compulsória da classe trabalhadora, sucateamento da rede pública ambulatorial e hospitalar (instalações, equipamentos e recursos humanos insuficientes), expropriação, por vil pagamento em valor e prazo, aos parceiros filantrópicos e privados. Esta injusta remuneração levou, de um lado ao descredenciamento ou à insolvência de inúmeras instituições e, de outro, à saturação da capacidade de intervenção das remanescentes em crescente deterioração.

A reportagem da *Folha* de 14/05/1988 reforça:

> Os últimos 20 anos mostram... os elevados índices de infecção hospitalar, os perfis de morbimortalidade da população brasileira, e o fato constrangedor de que o pobre, hoje, morre de "doença de pobre" e de "doenças de rico", em ambos os casos desassistido.

Paim (2009) descreve que o sistema de saúde brasileiro estava se aproximando do sistema americano, onde existiam muitas instituições, organizações privadas e estatais e prestadoras de serviços de saúde, mas, ao mesmo tempo, havia milhões de pessoas excluídas da atenção, recebendo serviços de baixa qualidade".

Ainda, Paim (2009), em um estudo censurado pelo governo militar durante a V Conferência Nacional de Saúde, em 1975, descrevia o sistema de saúde brasileiro da época com seis características:

> [...] insuficiente; mal distribuído; descoordenado; inadequado; ineficiente; ineficaz. Esse estudo certamente encontrou dificuldade de explicitar mais quatro adjetivos que caracterizariam aquele não-sistema: autoritário, centralizado, corrupto e injusto.

É claro e nítido, para a comunidade científica e a imprensa, na época da instituição do SUS, que o sistema de saúde beirava o caos. Mas as discussões acerca da aprovação do sistema único de serviços de saúde vão além da real necessidade e caem na discussão capitalista, principalmente sobre a situação da assistência privada à saúde.

A proposta central do SUS era: todas as pessoas têm direito à saúde. Este direito não estava ligado à condição de se pagar um seguro social, nem em provar condição de pobreza e muito menos de caridade. Entretanto, a Constituição da República, estabeleceu que a assistência à saúde é livre à iniciativa privada. Segundo a Constituição, as ações e serviços públicos que compõe o SUS seriam complementados mediante contrato com serviços privados que, nesses casos, deveriam funcionar como se públicos fossem (Paim, 2009).

A iniciativa privada tomava conta da saúde brasileira desde o século XX. O Sistema de Saúde transitou do sanitarismo para o modelo médico-assistencial privatista, ao modelo plural, hoje vigente, que inclui, como sistema público, o SUS (Mendes, 1996).

A partir da década de 1950, a assistência médico-assistencial privatista cresceu e se ampliou. Suas características, entre outras, era o desenvolvimento de um padrão de organização da prática médica orientada para a lucratividade do setor de saúde, propiciando a capitalização da medicina e o privilegiamento do produtor privado destes serviços (Mendes, 1996).

Araújo e Cardoso (2007) escrevem sobre a estreita vinculação entre as políticas e práticas de comunicação na saúde e as relações de poder. Nas primeiras décadas do século XX, a informação estava associada a procedimentos estatísticos/epidemiológicos e não sobressaía como área correlatada à comunicação. No plano político, a comunicação começou a ganhar seu *status* de fator estratégico primeiro com Getúlio Vargas. Já no plano das ideias sobre a

comunicação, a Segunda Guerra Mundial desencadeava um *boom* de pesquisas, a maioria tratando da relação entre as pessoas e os meios de comunicação de massa (teoria do fluxo binário).

Ao mesmo tempo que a teoria do fluxo binário, que reconhecia que as pessoas pertencem a grupos sociais e que estes grupos têm suas próprias dinâmicas, crescia e repercutia na saúde a investida capitalista no país. Viu-se um crescimento dos interesses das empresas privadas de serviços e fabricantes de insumos da saúde, de forma concomitante e associada ao modelo médico-assistencial privatista (Araújo & Cardoso, 2007).

Em uma análise do contexto da época, Paim (2009) descreve que a impressão era que a Constituição não definiu se a saúde era um bem público ou um serviço a ser comprado no mercado. Ainda, segundo o autor, essa ambiguidade resultou dos embates e acordos políticos no processo constituinte, representando o que foi possível conquistar naquele momento pelos deputados que defendiam a criação do SUS.

O momento político e econômico da implementação do SUS foi um grande obstáculo na consolidação do mesmo. Faltaram investimentos em todos os setores e verbas para custeio e manutenção dos serviços. O desmantelamento do SUS começou antes mesmo de ser implementado.

A grave crise econômica experimentada pelo país na década de 1980 e na primeira metade da década de 1990, a execução de políticas de ajuste macroeconômico pelos governos representaram um ambiente desfavorável a implantação do SUS (Paim, 2009).

No ano de 1989, encontramos sete reportagens sobre o SUS. Uma nota aborda as restrições à iniciativa privada: “Saúde” (29/03/1989); uma reportagem sobre financiamento do novo sistema de saúde: “Novo sistema dispensa prestação de contas” (28/07/1989); três sobre a criação do SUS: “*Governo quer passar Inamps para os municípios, Projeto de lei propõe que município assuma serviços feitos pelo Inamps*” (29/07/1989) e “A ciranda na saúde” (11/08/1989); e uma sobre irregularidades na saúde: “Saúde contesta acusação de irregularidade” (18/08/1989).

Um artigo escrito por José Aristodemo Pinotti, então secretário de saúde do estado de São Paulo, “A ciranda na saúde”, em 11/08/1989, chama a atenção para o projeto de Lei Orgânica de Saúde enviada ao Congresso em 26/07/1989:

> [...] é um retrocesso: reforça o centralismo a nível federal; retira competência dos Estados em assuntos aos quais não podem ficar alheios; permite cobrança do usuário dos serviços públicos; e trata de forma ambígua a participação do setor privado no Sistema único de Saúde.

Pinotti faz uma reflexão ainda mais profunda:

> [...] E, se for aprovado o projeto elaborado pelo ministério, vai acabar tendo que engolir, de um lado, a permissão de cobrança do usuário dos serviços públicos de saúde (art. 34, item IV e VII), que institucionaliza a chamada cobrança “por fora”, e, de outro lado, o tratamento extremamente ambíguo e obscuro da participação do setor privado no Sistema Único de Saúde (art. 25-27), que não estipula que os recursos públicos devem ser prioritariamente aplicados na expansão e no aprimoramento dos serviços de saúde. À direita bastam esses dois dispositivos para que possa expandir a utilização do aparelho público de saúde para gerar recursos privados, em prejuízo da população.

A manipulação do setor privado, que sempre reinou no nosso país, utilizando-se da mídia foi bem nítida. A população acreditava que o SUS deveria ser uma receita mágica, que todos os

problemas seculares deveriam ser resolvidos como mágica. Mas a realidade foi outra. Já em sua aprovação, na constituição de 1988, nosso sistema de saúde teve uma diferença marcante de outros países, a participação do setor privado. Os interesses de uma minoria, em detrimento próprio, sempre prevaleceram sobre o bem-estar da maioria. Faltou muita coisa, faltou vontade política, faltou interesse, faltou informação, faltou financiamento, faltou amor ao próximo, faltou, faltou, faltou... Em reportagem à *Folha de S. Paulo*, em 07/01/1990, Sergio Arouca diz que:

> Tudo que temos de positivo na saúde está na Constituição... A base legal e institucional dessas mudanças já existe. Falta vontade e coragem política para colocá-la em prática.

No ano de 1990, 26 notícias sobre o Sistema Único de Saúde circularam na Folha de S. Paulo. Dessas, 24 notícias destacam a criação do SUS. A maioria delas trata do processo de descentralização (9) e do financiamento do novo sistema de saúde (9). Pouco se tratou sobre a organização de serviços (1).

Paim (2009) relata que nos primeiros anos de implantação do SUS dava-se muita ênfase a descentralização e à busca de financiamento e pouco se fazia para a organização dos serviços e para a reorientação do modelo de atenção.

O SUS é apenas uma das respostas aos problemas e necessidades de saúde da população brasileira. A maioria dos brasileiros, profissionais de saúde, mídia, políticos e até gestores não sabem realmente o que é o SUS, o que o SUS faz, o que faz parte do SUS. Cirino e Tuzzo (2015) lembra que as representações midiáticas da saúde pública trata de um objeto com imbricações mais profundas e complexas do que emergem nas linhas do texto. As relações são jogos e estratégias de poder que refletem interesses econômicos, políticos e, até mesmo, interesses eleitorais.

Mais uma vez nos vemos reféns da corrupção. Corrupção segundo o dicionário significa depravação de hábitos, costumes, etc.; devassidão, ato ou efeito de subornar uma ou mais pessoas em causa própria ou alheia, ger. com oferecimento de dinheiro; suborno, ou ainda, modificação, adulteração das características originais de algo. Corrupção que é enraizada em uma grande parcela da nossa população, e que não nos permite seguir rumo a um país mais justo e com melhores condições de vida e de saúde para a coletividade.

Notas conclusivas

A saúde é um tema gerador de notícias, aufere audiência e atenção aos veículos de comunicação e, por isso mesmo, os conglomerados midiáticos deveriam e devem investir em uma cobertura que não sejam apenas contribuições advindas do senso comum ou com interesses enviesados, que queiram beneficiar ou desprivilegiar um em detrimento de outro, como tem ocorrido frequentemente nos jogos de políticos de poder em que a saúde é uma das peças fundamentais para se atacar (Cirino, Antônio & Tuzzo, 2015).

Lefèvre *et al*. (2010) citado por Cirino e Tuzzo (2015) exalta o papel da comunicação e saúde, quando ela começa a ser vista como uma relação de troca de ideias ou mensagens que se bem sucedida promove um contato entre o pensamento sanitário e o pensamento do senso comum, afetando ambos e fazendo avançar a consciência coletiva sobre as questões de saúde e doença em uma dada formação sociocultural. Para que isso ocorra, é preciso considerar as representações sociais sobre a saúde e doença existentes nas formações socioculturais, ou seja, o sistema de ideias que constitui o modo de pensar saúde e doença próprio do grupo ao qual o(s) indivíduo(s) pertence(m).

A mídia, com seu poder informativo, pode empoderar os indivíduos através da instrução, informação, educação e orientação da população sobre os procedimentos e a realidade da situação da saúde no Brasil, para que conscientes dos seu direitos e deveres possam junto com a mídia exercer poder sobre o governo. Para com o governo, por sua vez, podem divulgar acontecimentos e fatos que ocorrem na saúde (de maneira instrutiva sem o habitual preconceito das pautas jornalísticas sobre o tema), incomodando o poder político a buscar soluções na área da saúde (Cirino, Antônio & Tuzzo, 2015).

Velhas lutas vem ganhando força e tentando desmantelar nosso sistema de saúde. Com 30 anos de funcionamento, não como o SUS que queríamos, não como um sistema perfeito, mas com um sistema em construção e que novamente começa a sofrer pressão do setor privado da saúde.

O papel que a mídia deve e pode assumir nessa velha/nova luta pode ser crucial nos rumos do nosso sistema de saúde. O campo da Comunicação e Saúde está em desenvolvimento, precisa de novos aportes, outros atores, outras perspectivas, precisa, sobretudo, de mais reconhecimento, pois sem essa dimensão simbólica tudo se fragiliza (Araújo & Cardoso, 2007).

A mídia possui potencial para informar corretamente e viabilizar o diálogo entre os atores sociais. A comunicação inadequada pode trazer problemas sociais e prejudicar a reputação de instituições e autoridades, mas se bem feita, pode informar, esclarecer, incentivar a cooperação e direcionar ações (Hyer & Covello, 2005, citado por Villela, 2012).

Referências

Araújo, I. S. de (2017). *Tempos idos, tempos vindos. Muita história por contar, muita história por fazer*. In *Comunicação, Mídia e Saúde: Novos Agentes, Novas Agendas* (pp. 11–49). Rio de Janeiro: Editora Luminatti.

Araújo, I. S. de; Cardoso, J. M. (2007). *Comunicação e Saúde*. Rio de Janeiro: Editora Fiocruz.

Conselho Nacional de Secretários de Saúde. Legislação do SUS (2003). Retrieved from http://bvsms.saude.gov.br/bvs/publicacoes/progestores/leg_sus.pdf

Cavaca, A. G.; Emerich, T. B. (2016). *Observatórios de Saúde na Mídia : dispositivos de análise crítica em Comunicação e Saúde. Revista Brasileira de Pesquisa Em Saúde*, *18*(3), 4–5.

Cirino, Antônio, J.; Tuzzo, S. A. (2015). *Comunicação e Saúde: a mídia como agente social de saúde* 1. *Intercom*, *6*, 15. Retrieved from http://www.portalintercom.org.br/anais/centrooeste2015/resumos/R46-0235-1.pdf

Epstein, I. (2008). *Comunicação de massa para saúde: esboço de uma agenda midiática*. *ALAIC Revista Latinoamericana de Ciencias de La Comunicación*, *5*(8–9), 132–142.

Figueira, J. (2017). *O jornalismo no seu labirinto*. In *Comunicação, Mídia e Saúde: Novos Agentes, Novas Agendas* (pp. 181–199). Rio de Janeiro: Editora Luminatti.

Malinverni, C.; Cuenca, A. M. B. (2017). *Epidemias midiáticas, a doença como um produto jornalístico*. In *Comunicação, Mídia e Saúde: Novos Agentes, Novas Agendas* (pp. 87–

113). Rio de Janeiro: Editora Luminatti.

Mendes, A., & Monteiro, P. (2015). *As ´medidas´ da saúde midiática: jornalismo e cidadania no Fantástico*. *Revista Latino-Americana de Jornalismo*, *2*, 85–98.

Mendes, E. V. (1996). *Uma agenda para a saúde*. São Paulo: Editora Hucitec.

Ministério da Saúde. ABC DO SUS: Doutrinas e Princípios (1990). Brasília. Retrieved from http://www.pbh.gov.br/smsa/bibliografia/abc_do_sus_doutrinas_e_principios.pdf

Moraes, R. C., Oliveira-Costa, M. S. de; Ana Valéria Machado Mendonça. (2017). *De que saúde pública estamos falando? Um olhar sobre os discursos jornalísticos no Correio Braziliense, no ano de 2016*. *Revsiat LatinoAmericana de Ciencias de La Comunicación*, *14*(27), 326–341. Retrieved from https://www.alaic.org/revista/index.php/alaic/article/view/1045/505

Oliveira, V. de C. (2000). *A comunicação midiática e o Sistema Único de Saúde*. *Interface - Comunicação, Saúde, Educação*, *4*(7), 71–80. http://doi.org/10.1590/S1414-32832000000200006

Paim, J. S. (2009). *O que é o SUS* (4ª). Rio de Janeiro: Editora Fiocruz.

Paim, J. S. (2013). *A Constituição Cidadã e os 25 anos do Sistema Único de Saúde (SUS)*, *29*(10), 1927–1936.

Paim, J.; Travassos, C.; Almeida, C.; Bahia, L.; MacInko, J. (2011). *The Brazilian health system: History, advances and challenges*. *The Lancet*, *377*(9779), 1778–1797. http://doi.org/10.1016/S0140-6736(11)60054-8

Silva, G. M.; Rasera, E. F. (2014). *A construção do SUS-problema no jornal Folha de S. Paulo*. *História, Ciências, Saúde-Manguinhos*, *21*(1), 61–76. http://doi.org/10.1590/S0104-59702013005000012

Souza, K. M. (2015). *Mídia, Jornalistas e Cidadãos: as Representações Sociais do SUS*. Universidade Federal de Goiás. Retrieved from https://repositorio.bc.ufg.br/tede/bitstream/tede/7381/5/Dissertação - Kalyne Menezes Souza - 2015.pdf

Ungureanu, C.; Georgescu, C. A. (2013). *Cultural Representations and Media. A Sociolinguistic Approach of American Soap Operas Broadcasted in Romania*. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, *76*, 858–862. http://doi.org/10.1016/j.sbspro.2013.04.220

Villela, E. F. de M. (2012). *Representações sociais sobre dengue na mídia impressa : informação epidemiológica, educativa ou política?*. Universidade de São Paulo Faculdade de Saúde Pública.

Estudio del discurso sobre dietas *detox* desde la transdisciplinariedad: antropología, comunicación y semiótica

Studies on discourse about detox diets from a cross-disciplinary perspective: Anthropology, Communication and Semiotics

Leticia Fernanda Feippe Silva[176]

Resumen
Este artículo presenta un avance del marco teórico y una propuesta metodológica para la tesis de maestría en Antropología que se titulará "Discursos sobre alimentación. Las dietas *detox*". Las *detox* son dietas que valoran las comidas líquidas y prohíben o limitan algunos alimentos con el propósito de lograr un cuerpo menos impactado por agentes tóxicos. En los discursos sobre estas dietas aparecen referencias a la biología, a la química y a épocas pasadas que promotores y seguidores asocian con un cuerpo más puro. El análisis de la comunicación referida a la dieta permite repensar algunas ideas recurrentes y actuales en los estudios en comunicación: las jerarquías adjudicadas a voceros y mensajes, los discursos híbridos entre información y publicidad, las narrativas emergentes, el repertorio de elementos utilizados por consumidores/ciudadanos para evaluar contenidos mediáticos, la existencia de mensajes con un sesgo de género o de nivel socioeconómico y la construcción y gestión de imagen e identidad en los medios de comunicación. Analizar ideas como identidad y pureza desde el discurso hacen que, tanto desde una perspectiva teórica como metodológica, el estudio de las dietas se enriquezca con un enfoque transdisciplinario que conjugue antropología, comunicación y semiótica.

Palabras clave: dieta, *detox*, discurso

Detox: dieta, modo de vida y pureza

Según Fischler (2005), la gestión de la abundancia es uno de los problemas de las sociedades que no pasan penurias para obtener sus alimentos. Se refiere, básicamente, a Occidente[177]. Si se acota el enfoque y se dirige la mirada hacia seguidores de dietas *detox*, la gestión de la abundancia puede observarse en todo su esplendor. Si bien existen diversos tipos de *detox*, hay algunos elementos que suelen repetirse en los diferentes programas o dietas. Quien sigue un programa *detox*, no solamente opta por no consumir de acuerdo a las pautas promedio de su grupo social en lo que refiere a frecuencia, cantidad y tipo de alimentos, sino que además, ejerce un tipo de libertad: la de autolimitarse ante la abundancia. Quienes siguen dietas *detox* suelen restringir el consumo de carne, evitar la carne vacuna y los derivados de la leche. No beben alcohol, por lo general no consumen harina de trigo,

[176] Licenciada en Comunicación Periodística, realizando tesis de Maestría en Ciencias Humanas - Opción Antropología de la Cuenca del Plata, en Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación (Universidad de la República, Montevideo, Uruguay). Email: leticia.feippe@gmail.com

[177] Existen diversas teorías acerca de qué se considera Occidente. A los efectos de este trabajo, se aplicará el término a las sociedades urbanas no indígenas de Europa y América.

pueden eliminar de su dieta algunas frutas o verduras por considerarlas generadoras de acidez (algo que la dieta asocia con enfermedad), suelen cenar jugos, sopas o batidos.
El término *detox* es un neologismo, una abreviatura del término en inglés "*detoxify*", que designa a lo que desintoxica, a lo que limpia, a lo que quita toxinas del cuerpo y permite una mejor absorción de nutrientes a través del intestino. No refiere exclusivamente a comida. *Detox* es un modo de vida que implica seguir una serie de reglas alimentarias durante un plazo que va desde un par de días hasta un mes, y que incluso puede ser permanente. Los programas *detox* proponen evitar todo lo que es considerado tóxico (el estrés o ciertos productos químicos, por ejemplo) y buscar lo que sus promotores consideran más puro (los vegetales, los alimentos líquidos, el agua filtrada, el yoga o los masajes, por ejemplo).
Del análisis de algunos discursos como el del libro *Clean. Remover, restaurar, rejuvenecer*, de Alejandro Junger (2015)[178], y el del sitio web *TanVerde*[179], surge la taxonomía que se muestra en el cuadro que sigue.

SANO	TÓXICO
Orgánico o natural	Industrializado (hay excepciones a esto, ya que, tanto *Clean* como *TanVerde* realizan envío de viandas preparadas y, en algunos países, *Clean Program* vende polvos para preparar batidos)
Alcalino	Ácido
Puro o filtrado	Impuro o contaminado
Limitado/suficiente	Abundante/excesivo

Junger fundamenta su plan de desintoxicación de 21 días diciendo que el ser humano occidental actual come todo el tiempo, lo cual no permite que el organismo inicie procesos de autocuración. El libro *Clean* viene teniendo varias ediciones anuales desde 2009. En 2016, se publicó *Clean South*, un libro de recetas para seguir el programa *Clean* con ingredientes disponibles en el Cono Sur. Para Junger, la desintoxicación trae consigo beneficios que van desde la supresión de migrañas y antidepresivos hasta una piel más joven. En el sitio web *TanVerde*[180] también se habla de beneficios para la salud y la estética cuando se anuncia: "Mejorá tu figura, tu piel, subí tu energía y dale un *boost*[181] de salud a tu cuerpo". El adelgazamiento no es un tema que se destaque en los discursos sobre lo *detox*. Sin embargo, es un resultado frecuente en los seguidores de las dietas, ya que estas implican una reducción de la cantidad de ingestas sólidas y la supresión o reducción de harinas y azúcares.
La autolimitación de la ingesta no es concepto nuevo. En la historia abundan casos etnográficos relacionados con el ayuno, parcial o no, con el propósito de purificar el cuerpo

[178] Médico cardiólogo uruguayo, formado en medicina oriental en la India, radicado en Estados Unidos y autor del *detox* denominado Clean Program. El Clean Program es conocido también como el detox de las celebridades.

[179] *TanVerde* trabaja con nutricionista y algunas de las publicaciones del sitio son firmadas "Matita y el team de TanVerde". Acceso al sitio: mayo de 2018.

[180] http://www.tanverde.com

[181] *Boost* significa impulso, empujón o incentivo, en inglés. En el discurso de *TanVerde* abundan los anglicismos.

o recrear un tiempo mítico. Un ejemplo es el ayuno diurno que realizan los seguidores del Islam durante el mes del Ramadán.

El modo de vida *detox* no se relaciona con una historia compartida de sus seguidores, como sucede en los ayunos religiosos. Responde a motivos individuales, aunque también pueden ser producto de la circulación de mensajes en grupos. Lo *detox* trasciende lo exclusivamente alimentario. Por este motivo, se considera oportuno analizar posturas estéticas y valoración de la individualidad y la libertad por parte de los seguidores de las dietas, así como otras actividades relacionadas con el estilo de vida saludable que desarrollen[182]. Siguiendo a Lipovetsky (2000), se puede decir que elegir una dieta *detox* es un acto de libertad individual en un mundo de abundante oferta y diversificación. Las recomendaciones alimentarias indicadas por los programas *detox* incluyen grupos de alimentos que, en Uruguay, pueden ser considerados no tradicionales. Un ejemplo son los llamados superalimentos[183] o algunos alimentos antes considerados exóticos, como las algas, el jarabe de ágave o la quinoa (que ya no es de exclusividad indígena).

MacCannell (2003) dice que los hombres de la actualidad, cuando quieren tomar contacto con determinado tipo de turismo que valora lo previo a la era industrial, buscan lo auténtico, lo puro. En lo que tiene que ver con comida, puede darse una búsqueda similar. A través de las dietas *detox* tiene lugar una búsqueda secular de la pureza. Lo *bio,* lo orgánico, lo liviano, tienen actualmente un valor agregado. Lipovetsky (2014, p.20) relaciona este valor agregado, más que con una vuelta a lo frugal y a lo natural, con una sociedad de hiperconsumo. Lo *bio* y lo *light* son opciones de un mercado cada vez más global y diversificado y son funcionales a la búsqueda individual de un posible y tal vez inalcanzable bienestar.

El bienestar guarda relación con un cuerpo virtuoso. En uno de los capítulos de *¿Por qué vivimos?*, Augé (2013, pp.63-72) hace referencia a lo que él denomina la "dictadura del cuerpo". Habla de una serie de imágenes, desde una hasta millones, que acosan y fascinan y que son exhibidas en los medios de comunicación como una especie de representación del cuerpo glorioso de las mitologías, el cuerpo de los dioses o de sus enviados. Se refiere a deportistas de élite, modelos de pasarela y actores, cuyas imágenes parecen desafiar los límites humanos. La cámara lenta los muestra venciendo a la gravedad, pueden ser veloces o estilizados y son omnipresentes debido a su circulación en medios de comunicación. Dice Augé (2013, p. 65) que las imágenes de estos cuerpos gloriosos "son imágenes de nuestro tiempo y, por tanto, normativas". Ocurre aquí una paradoja. Los cuerpos de los atletas veloces, de esos actores y modelos con cuerpos trabajados, son vistos por una audiencia que, en el momento de incorporar esas imágenes está en total o casi total pasividad, ante una pantalla, generalmente. Augé da cuenta de que también los medios muestran imágenes de cuerpos desnutridos y obesos. Estos cuerpos son mostrados como pobres o descuidados, como aquello alejado del ideal, como algo en lo que quienes quieren acercarse

[182] Junger, en *Clean* (2011) sugiere acompañar el proceso *detox* con yoga y masajes. En algunos seguidores, se ha percibido un interés por actividades deportivas como el *crossfit*, un tipo de gimnasia que intercala ejercicio aeróbico con levantamiento de pesos. En algunos países, existe también el *paleotraining*, una forma de ejercicio que busca reproducir los movimientos del hombre primitivo en ayunas y acompañarlo con paleodieta (incluye vegetales crudos y carnes). Si bien Junger no promueve la paleodieta, sí menciona que la fisiología humana no está adaptada a la forma de comer de la actualidad.

[183] Término no médico que se aplica a alimentos valorados por sus nutrientes. Si bien existe evidencia nutricional que establece que son alimentos beneficiosos para la salud, el término tiene detractores que lo consideran una estrategia de marketing.

al cuerpo glorioso (normativo) deben evitar caer. El cuerpo glorioso es un fin al que muchos quieren acercarse pero pocos lo logran. La desigualdad del mundo, plantea Augé, es la desigualdad de los cuerpos. Un dato interesante sobre esto es que, incluso desde el punto de vista genético, los cuerpos son diferentes. Aun compartiendo todos los humanos el mismo genoma, los genes que determinan la propensión a la obesidad o que controlan la saciedad se "expresan" de forma diferente en cada persona (Sans, 2018)[184].

Objetivos de la investigación, configuración cultural y etnografía

El objetivo general de esta tesis será analizar la relación entre las prácticas y el discurso en un grupo de seguidores de dietas *detox* en Montevideo, durante el período junio 2018-mayo 2019. Los integrantes de este grupo serán seleccionados tomando como base dos conceptos teóricos: la idea de configuración cultural, de Grimson, y la noción de etnografía multisituada, de Marcus.

Grimson (2011, pp. 113-134), al sostener que "las culturas son más híbridas que las identificaciones", hace referencia a que la circulación de atributos culturales no indica cómo la persona se identifica. Cultura e identidad son dinámicas pero no se determinan una a la otra. Las sociedades, dentro de su heterogeneidad, tienen ciertas lógicas. Las diferencias son jerarquizadas de una forma que le es propia a la configuración. Hay agencia pero enmarcada dentro de relaciones hegemónicas. Una configuración cultural no es sinónimo de territorio, sociedad o cultura. La configuración implica la existencia de categorías identitarias y de una trama simbólica compartida. Una misma persona puede pertenecer a la configuración cultural "uruguayos" y al mismo tiempo a otras configuraciones que se caracterizan por la trama simbólica común a la que refiere Grimson (por ejemplo, "médicos", "anarquistas", "judíos", "católicos", "barrabravas", etc.). Al no existir en Uruguay trabajos académicos sobre la aplicación de esta categoría teórica a la antropología de la alimentación, puede resultar complejo determinar si los seguidores de dietas *detox* constituyen una configuración cultural. En el desarrollo de la investigación se buscará explorar acerca de si existe algún perfil identitario que permita definir al grupo como tal.

El análisis del discurso puede proporcionar información acerca de lógicas que podrían dar lugar a una configuración cultural. Es por esto, que, a través del análisis de mensajes (de su creación, la jerarquía adjudicada y la recepción) se buscará alcanzar los objetivos específicos de esta investigación: describir cómo autolegitiman sus prácticas los seguidores de dietas *detox* con los que se trabajará y aportar datos acerca de si las motivaciones de estas personas reflejan un perfil identitario común.

El otro concepto teórico al que se considera necesario recurrir es el de etnografía multisituada (Marcus, 1995). Para Marcus, la práctica de la etnografía tradicional, en la cual el investigador se instala en una localidad y estudia la cultura de los pobladores del lugar, no permite abarcar las ideas de tiempo y espacio difuso de la posmodernidad. Plantea Marcus (1995, p. 97) que las lógicas culturales son producidas de manera múltiple y que, en esta multiplicidad que constituye un verdadero sistema, intervienen diversos actores sociales: medios de comunicación, élites políticas, expertos, clases medias, mercados, entre otros. El caso de las dietas *detox* en Montevideo se presta para el enfoque multisituado, ya que no todos los seguidores se conocen entre sí ni habitan los mismos territorios pero no por esto dejan de tener motivaciones e intereses comunes. Al ser la alimentación algo que va con la

[184] Conv. pers. 25.5.2018 con Mónica Sans, quien dirige el Departamento de Antropología Biológica en la Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación (Udelar).

persona a todas partes, resulta necesario "seguir a la personas", indagar sobre cómo comen cuando están fuera de su casa e incluso cuando están fuera del plan *detox*.

Las ideas de configuración cultural y etnografía multisituada aplicadas a la antropología de la alimentación permiten extender el territorio físico del intercambio discursivo (la interacción cara a cara) a un territorio virtual. Esto resulta pertinente ya que existen comunidades en medios/redes sociales donde los seguidores de los planes *detox* intercambian experiencias o hacen consultas a los coordinadores de los programas que siguen.

No es competencia ni propósito de esta investigación evaluar criterios nutricionales. Por tratarse de una tesis de antropología, el análisis no será sobre los alimentos sino sobre las prácticas y discursos de seres humanos, pertenecientes a una sociedad y cultura determinada, en relación con esos alimentos. Inicialmente, la tesis fue guiada por preguntas tales como cuáles son las motivaciones que tuvieron algunas personas para elegir una dieta *detox*, cuál es el valor de la desintoxicación y la juventud prometidas, a qué público apuntan los discursos, qué medios y qué mensajes se utilizan para hablar de lo *detox,* qué tipo de criterios éticos, estéticos, políticos, morales se ponen de manifiesto o por qué se da la recurrencia al discurso médico. La búsqueda de la verdad o la confirmación de supuestos acerca de lo que la dieta promueve no corresponden al alcance ni a los objetivos de este trabajo.

Las sociedades y, dentro de estas, los individuos, eligen qué comer de acuerdo a una multiplicidad de criterios atravesados por lo histórico, lo religioso, lo moral, lo ético, lo económico y lo político. El discurso médico y el discurso gubernamental, a través de campañas que van desde la lactancia hasta la reglamentación del uso de la sal, pasando por guías y consejos sobre alimentación para cada etapa de la vida, avalan o no ciertas prácticas alimentarias.

Dentro de lo que sería una especie de paradigma de lo permitido y considerado sano para cada sociedad, hay personas que eligen (y fundamentan su elección) hábitos alimentarios que difieren de las prácticas promedio. Tal es el caso de vegetarianos, frugívoros, veganos, seguidores de la paleo-dieta o *raw food*[185], crudiveganos, de quienes optan por no consumir determinados alimentos o por consumirlos de determinada forma en base a motivos que no necesariamente tienen que ver con el gusto. Lo *detox*, si bien a priori no tiene una base ética como la de las opciones mencionadas, resulta un modo de vida que puede aportar datos sobre motivaciones personales que no tienen que ver únicamente con la salud física. La renuncia a algunos alimentos típicos del Río de la Plata, como la carne de vaca y los lácteos y la sustitución de algunas comidas sólidas por líquidas dan cuenta de que para los seguidores de dietas *detox* hay una reformulación del vínculo con la comida, una nueva idea de comensalidad[186]. Y es a través del discurso que las motivaciones pueden ser expresadas. Por un lado, porque los individuos ejercen su libertad de elección de la comida y lo fundamentan. Por otro, porque confían en una serie de voceros de lo *detox* y en sus explicaciones acerca de por qué el cuerpo necesita desintoxicarse.

[185] En inglés, comida cruda.

[186] La comensalidad es la forma de compartir los alimentos.

Antecedentes: Antropología de la alimentación en Uruguay

La antropología de la alimentación es, en Uruguay, un territorio que ha sido poco transitado y que algunos autores contemporáneos están recorriendo actualmente. Se destacan los trabajos de Laborde, que, en su tesis doctoral, trabajó sobre el lugar de la comida en las narrativas de la nación y que también ha investigado sobre el asado como ritual, como comida tradicional presente en el discurso cotidiano y en los medios de comunicación. El asado es para Uruguay un plato emblemático (Laborde, 2013, p. 31). Es importante tener en cuenta esto, ya que seguir una dieta *detox* en este marco alimentario y gastronómico implica una reacción, un apartarse de la tradición.

A nivel de estudiantes o graduados recientes, la temática alimentaria comienza a aparecer en trabajos finales de grado. De los trabajos relevados[187], el de Agustina Vitola (2017) sobre *raw food*[188] guarda relación con este proyecto, ya que, tanto la investigación de Vitola como el proyecto que aquí se plantea, apuntan a investigar opciones de alimentación que buscan bienestar individual, cuidado del cuerpo y purificación. Se trata de opciones que, a primera vista, no exhiben claros indicios de ser movimientos organizados pero que, dada la cantidad creciente de adeptos que tienen, es pertinente estudiar si constituyen movimientos ideológicos, estéticos o políticos.

En Uruguay también ha habido estudios acerca de conceptos teóricos vinculados con la comida. Algunos, como el de *foodporn* (comida que se exhibe de forma tal que se realce su belleza y se genere deseo) han sido analizados por Laborde (2017) desde la antropología, y por Fernando Andacht desde la semiótica. Programas televisivos como *Masterchef*, en el cual cocineros no profesionales compiten ante un jurado de expertos, se relacionan con este fenómeno, en el cual se espectaculariza una actividad cotidiana como la de cocinar (Andacht & Marquioni, 2016). El fenómeno de exhibir los alimentos no para que sean ingeridos, olidos o tocados sino para que sean observados no es exclusividad de la televisión. La publicidad gráfica sobre alimentos, por ejemplo, recurre al destaque de atributos generadores de deseo y las dietas *detox* no son la excepción. Las fotos de batidos, semillas y frutas presentes en el sitio web *TanVerde* y el uso de recipientes de vidrio (un material considerado más puro que el plástico) guardan relación criterios estéticos que permiten vincular algo frugal como un licuado con la idea de deseo.

Para describir la alimentación promedio de los uruguayos, a los efectos de contrastarla con la de aquellos que optan por una dieta *detox*, se puede recurrir al perfil nutricional de la población elaborado por la Escuela de Nutrición de la Universidad de la República[189]. A grandes rasgos, se puede hablar de elementos comunes en la dieta de los habitantes del país. Por ejemplo, gran predominio de la carne, las harinas y determinados vegetales y poca presencia de leguminosas. Estos elementos responden a la tradición indígena, española e italiana, fundamentalmente. Existe un conjunto de atributos relacionados con la comida uruguaya: la presencia de la carne, la influencia de lo indígena (por ejemplo, en la utilización

[187] También se ubicó trabajo de Valentina Brenna, sobre culinaria afrouruguaya.

[188] Vegetales que evitan ser tratados a temperaturas superiores a 48 grados Celsius. Se trata de un tipo de alimentación basada, fundamentalmente, en frutas y verduras orgánicas y de estación, semillas y condimentos (Vitola, 2017).

[189]http://eva.universidad.edu.uy/pluginfile.php/239929/mod_resource/content/0/Presentacion_Curutchet.pdf

de zapallo para comidas de olla) y la valoración de la abundancia (la idea de "bien servido", el asado que siempre sobra y que al día siguiente se come frío).
La carne guarda relación con el discurso sobre el origen de la nación (Laborde, 2010) y con cierta poética regional. Siguiendo a Laborde (2013), se puede decir que el asado, tal como se lo conoce en la actualidad en Uruguay, toma su forma en un entorno urbano, a fines del siglo XIX, para, de algún modo, revivir al personaje mítico del gaucho, desplazado o aculturado tras el alambramiento de los campos. El asado, comida típica de la región, significa más que una comida. Es un ritual. Su denominación alcanza, incluso, a la reunión que se hace en torno a los trozos de carne. Es también motivo de orgullo nacional. En 2008, Uruguay se vanaglorió de lograr el récord Guinness al hacer el asado más grande del mundo (implicó 12.000 kilos de carne, asados con carbón en lugar de la tradicional leña, e intervención del cuerpo de bomberos para encender el fuego)[190].
Es cierto que la dieta de todos los uruguayos no es igual. Hay diferencias que tienen que ver con nivel socioeconómico o ideología, por ejemplo. Sin embargo, puede hablarse de cierta homogeneidad en la alimentación que da pautas de pertenencia a la cultura uruguaya. El Uruguay poscolonial ha sido identificado, en materia de alimentación, con carne y leche. Incluso, el uruguayo vegetariano suele concurrir al evento social que implica un asado. En 2011, la empresa de televisión para abonados Nuevosiglo, ironizó sobre ciertas lógicas identitarias relacionadas con lo uruguayo para promocionar un servicio de televisión en alta definición. Uno de los avisos situaba a un hombre en una tienda de comidas, teniendo que elegir entre chivito[191], milanesa a la napolitana[192] y mezclum[193] y, cuando optaba por el tercero, se le festejaba su carácter de "nuevo uruguayo"[194]. La tendencia que los publicistas mostraron en esa oportunidad sigue avanzando (aun siendo considerada como de "nuevo uruguayo"). El distanciamiento de las formas de consumo alimentario tradicional crece. Hoy en Uruguay existen locales de *brunch*[195], tiendas de *raw food*, tiendas vegetarianas o veganas, cultivos orgánicos, *foodtrucks*[196], cursos de fotografía de alimentos y *foodstyling*[197].

La alimentación como parte de un proceso identitario

Fischler (1995) plantea que existe una sintaxis alimentaria que, en cada cultura, determina qué se puede comer, cómo y cuándo. No todo lo comestible es considerado comida válida por un grupo. Esta taxonomía no tiene que ver con factores nutricionales. Existen culturas

[190] http://www.nydailynews.com/latino/uruguay-logra-record-por-el-asado-mas-grande-del-mundo-article-1.278698

[191] Sandwich de carne acompañado de vegetales, huevo, jamón, queso y, generalmente, gran cantidad de papas fritas.

[192] Carne, preparada con huevo y pan rallado, cubierta con queso y jamón. Suele venir acompañada de papas fritas.

[193] Tipo de ensalada.

[194] https://www.youtube.com/watch?v=BfYvJcP6otE

[195] Lugares en los que se puede tomar un desayuno-almuerzo

[196] Camiones que sirven comida de diverso tipo.

[197] Presentación de los alimentos en base a criterios estéticos.

en las que comer gusanos o insectos es algo corriente (varias, en diversos puntos del globo); existen otras que consideran inconcebible comer carne de vaca (India) o de cerdo (judíos); existen otras en las que la obesidad es considerada atributo de belleza femenina (en Mauritania) y otras en las que sucede lo contrario (Occidente).

Qué comemos y por qué son preguntas a las que investigadores de diversas corrientes han buscado dar respuesta, según explica Fischler (1995, pp. 40-48). El funcionalismo, por ejemplo, tomaba argumentos de otras ciencias (como la medicina o la ecología) para explicar las taxonomías de lo comestible. Radcliffe Brown hacía referencia a que comer determinado animal tenía un valor simbólico ligado a su valor funcional. Por otra parte, desde el materialismo cultural, Harris presentaba las preferencias alimentarias como dependientes de la relación costo-beneficio (si un alimento era más sencillo de conseguir y aportaba ciertos nutrientes, se convertía en una buena opción de consumo). Desde el estructuralismo, Lévi-Strauss, definiría a las cocinas como un lenguaje en el cual las sociedades traducen su estructura. El famoso triángulo culinario de Lévi-Strauss (1964), que habla de lo crudo, lo cocido y lo podrido, refiere a la sintaxis alimentaria, a la cocina como un lenguaje en el cual una sociedad muestra preferencias y contradicciones. En el triángulo de Lévi-Strauss, vuelve a ponerse sobre la mesa el debate sobre naturaleza y cultura, ya que el autor relaciona crudo, cocido y podrido con diferentes estados de transformación del entorno, con naturaleza y cultura. Por otra parte, desde un enfoque estructural-culturalista, más cercano al relativismo cultural, Douglas destaca que, en lo culinario, lo que importa son las relaciones entre los elementos. Cuando refiere a la prohibición del cerdo para los judíos, no recurre a explicaciones médicas (como la triquinosis) ni relacionadas con el costo de criar cerdos domésticos, como lo hicieron autores de otras corrientes. Para Douglas, la prohibición de comer cerdo, tiene su fundamento en los fragmentos de la Biblia que indican qué animales son comestibles. Refiere al Levítico, donde se indica que, dentro de los animales de cuatro patas, son comestibles aquellos que tienen determinado tipo de pezuña y son rumiantes.

La dificultad para rastrear los orígenes de las reglas que organizan la alimentación en cada sociedad radica en que sus raíces se remontan a épocas remotas y guardan relación con sistemas de creencias y procesos identitarios continuos. Al igual que los lenguajes o las prácticas de relacionamiento con otros, a comer se aprende en el seno familiar y es algo que se reproduce en el ámbito social mediante la interacción con miembros del grupo y con personas externas a él. Reglas como el uso o no de cubiertos, los horarios para cada comida o la cantidad y tipo de comidas diarias son atributos de pertenencia. El apartamiento de estas reglas implica transgresión. Es importante señalar que las sociedades no son homogéneas, sino que son pasibles de tener categorías con base en diferentes criterios (edad, nivel socio-económico, sexo o religión, por ejemplo). Por lo tanto, lo apartado del promedio sería aquello que marca una ruptura con los hábitos promedio de la sociedad en su conjunto pero, sobre todo, con los de la categoría. Por ejemplo, un niño que beba alcohol o un gaucho vegano.

La complejidad del acto de comer es mostrada por Aguirre (2004) como algo que no es natural, ni fácil ni evidente. Con el qué, cómo, cuándo y cuánto se come, tienen que ver factores biológicos, ecológico-demográficos, tecnológico-económicos, socio-políticos y culturales. De esta forma, plantea Aguirre, es posible identificar comidas que se consideran de ricos y pobres, de niños y viejos, femeninas y masculinas, prohibidas o permitidas, pertinentes o no según el evento en el que se presenten.

Según Fischler, lo que comemos se convierte en nosotros y este “principio de incorporación” es “portador de consecuencias potencialmente irreversibles” (1995, p. 65). La incorporación implica una doble dimensión: por un lado, física, biológica y, por otro, cultural, simbólica. En el acto de comer, se ponen de manifiesto prácticas y creencias que guardan relación con la forma en la que las personas se diferencian como individuos y se identifican como grupo.

La alimentación como proceso semiótico

El carácter ritual de la comensalidad y el hecho de que el acto de comer se vincule con procesos de identificación grupal pero también individual permiten un abordaje semiótico de la alimentación.

El mundo se conoce a través de signos. El signo, según Peirce, representa algo para alguien en algún aspecto o capacidad (CP, 2.228). Para Peirce, el signo es la relación entre un Primero (una posibilidad) con un Segundo (su objeto), que es capaz de determinar a un Tercero (su interpretante) (CP, 2.274). La primeridad, la segundidad y la terceridad son llamadas por Peirce categorías de la experiencia o categorías faneroscópicas. Los signos revelan lo real. La palabra “revelar”, que en inglés se escribe igual que “desarrollar” (develop) vuelve a dar la idea de proceso. Cabe señalar que lo real no es sinónimo de verdad.

Los signos existen independientemente de las personas, pero cuando las personas los incorporamos a nuestra realidad y les damos un sentido, pasan a ser parte de nuestro mundo, pasan a participar de nuestros procesos de identificación, de la gestión y el desarrollo de nuestro *self*. Cuando conocemos el mundo, las personas metabolizamos los signos, generamos interpretantes, signos más desarrollados que el que precede (hay una noción de tiempo en la semiosis). El proceso de semiosis no se detiene. Según Peirce, percibimos cualidades a través de su reacción contra nuestra voluntad y, a partir de esto, inferimos generalidades (CP 8.144, citado por Andacht y Michel, 2005). A través de este proceso, vamos actuando roles de los cuales emerge nuestro *self* (Moreno, 1978, p. 25). Elegir un tipo de alimentación determinada y generar interpretantes de las comidas tiene que ver con la emergencia del *self*.

Siguiendo lo planteado por Ransdell (1992, citado por Andacht y Michel, 2005), al destacar la capacidad del signo de Peirce de generar interpretantes por sí mismo, Andacht y Michel plantean que es justamente esa autonomía del signo triádico lo que posibilita la agencia humana. Los signos crecen durante el proceso de semiosis y el *self* evoluciona con ellos.

Todo fenómeno puede ser analizado desde las tres categorías de la experiencia que plantea Peirce. Las imágenes de los batidos verdes, característicos de las dietas *detox*, son signos que pueden ser analizados con relación al objeto (el propio batido) o con relación a la idea de lo saludable. Si se los analiza como metáforas de lo saludable, se puede hacer referencia a ellos como íconos, ya que para Peirce, la metáfora pertenece al ámbito de la iconicidad (CP 2.277). No sería una iconicidad que hace foco en las cualidades simples o meramente físicas sino, al ser una metáfora, apelaría a un paralelismo con otra cosa o idea. La metáfora podría ser considerada una especie de Terceridad de la Primeridad. Podría plantearse la duda acerca de si la imagen del batido verde, más que metáfora, es un interpretante de lo saludable, si se parte del supuesto de que lo verde se asocia con lo sano a través de una regla socialmente aceptada. La clasificación resulta difícil. Se optará por considerar a la metáfora como la categoría más pertinente para describir la relación del batido con la idea de lo sano, ya que lo verde evoca a la naturaleza; hay una relación de semejanza entre lo

verde y lo natural. Cabe aclarar, que si el signo "batido verde" está en un contexto en el que pueda ser inferida la irrupción de ciertas reglas, ya se estaría ante un interpretante, en el ámbito de la Terceridad.

***Enfoque desde la microsociología y el* framing**

Otra categoría teórica que resulta adecuada para analizar las prácticas relacionadas con dietas *detox* es la metáfora dramatúrgica de Goffman, quien, desde la denominada microsociología, ha elaborado constructos teóricos para entender la interacción humana.
A través del orden ritual, la persona sostiene su propia imagen y da cuenta de cómo respeta las reglas de la interacción social y de cómo se respeta a sí mismo o a los demás. Las personas, explica Goffman (1959), actúan o representan ciertos personajes que deben ser creíbles por el otro en el momento de la interacción. El ser humano causa impresiones de acuerdo a los símbolos que transmite a través del habla y los contenidos de su discurso. También lo hace a través de algo que emana de él, a través de información que se da involuntariamente pero que es percibida por los demás.
El análisis desde el punto de vista de la metáfora dramatúrgica puede dar información acerca de los motivos por los cuales una persona decide apartarse de las prácticas alimentarias más frecuentes en el ámbito en el que vive. Si la persona, por ejemplo, elige no comer carne y vive en una sociedad donde el consumo de carne es alto, probablemente se vea expuesta a interacciones en las que tendrá que exponer sus argumentos acerca de por qué eligió no comer carne. Tendrá que procurar que su personaje sea respetado y, a menudo, justificarlo.
La idea de *frame* o marco (Goffman, 2006)[198] también resulta aplicable al análisis de los discursos sobre la alimentación, ya que supone señalizar una actividad de forma tal que el marco que se le otorga a esa actividad permita entender la relevancia de los mensajes y de la actividad misma. En los estudios sobre comunicación quasi-mediada —la comunicación monológica y de audiencia imaginada de los medios de comunicación, según la definición de Thompson (1995)—, se ha tomado el concepto de *frame* para desarrollar lo que se conoce como la teoría del *framing*. Se trata de un tipo de análisis de productos comunicacionales que toma en cuenta que, tanto el productor de la información como quienes la reciben, generan e interpretan los contenidos de los mensajes en base a marcos propios, a modos de interpretación que son previos a la existencia de la información con la que se está tomando contacto. A su vez, los mensajes están encuadrados dentro de formatos relacionados con el canal, con el medio y con otros factores (económicos o institucionales, por ejemplo).
La teoría del *framing* tiene diversas bases teóricas y no hay consenso sobre su alcance y definición. Koziner (2013) recoge algunas definiciones las definiciones sobre qué significa encuadrar. Entman (1993, citado por Koziner, 2013) lo define como "seleccionar aspectos de la realidad percibida y hacerlos más relevantes en un texto comunicativo". Tankard (2001, citado por Koziner, 2013) plantea que el encuadre constituye una "una idea organizadora central del contenido informativo que ofrece un contexto y sugiere cuál es el tema mediante el uso de la selección, el énfasis, la exclusión y la elaboración". Reese (2001, citado por Koziner, 2013) dice que los *frames* son "principios organizadores socialmente compartidos y persistentes en el tiempo que trabajan simbólicamente para estructurar el mundo social de modo significativo".

[198] La primera edición de *Frame Analysis* es de 1974.

La actividad de identificar los *frames* de lo que se observa en una investigación y la teoría del *framing* permiten comprender, por lo menos, estas dos cosas: por un lado, que la polifonía está presente en los enunciados[199]; por otro lado, que la experiencia está organizada por marcos, los cuales se relacionan con los significados subjetivos que todo ser humano asigna a las actividades y a la experiencia.

Tannen (2009) plantea que, en los marcos, tiene lugar la expectativa. Para comprender el mundo, es necesario que los objetos (o los signos si se viera desde el punto de vista semiótico) estén relacionados entre sí y también con eventos pasados, presentes y futuros. Es de esta forma y a través de la socialización que el mundo se hace significante. Decir que el ser humano conoce a través de la expectativa implica tener en cuenta que la persona coteja lo nuevo con lo ya conocido.

Todorov (1984), en su análisis de la obra de Bajtin, da cuenta de la intertextualidad presente en los estereotipos y lugares comunes que aparecen en todo discurso. Los términos que toda persona utiliza se han ido cargando de significado en su pasaje por otras personas. Desde un punto de vista más social y más asociado al ritual, Goffman refiere a algo similar. Cada sociedad tiene rituales que la caracterizan. Los marcos son un elemento de la cultura de una sociedad y la totalidad de los marcos sociales sería la cosmología de la comunidad.

Desde esta perspectiva teórica se podrá analizar, por ejemplo, la relevancia otorgada al discurso médico en los discursos sobre dietas *detox*, por qué los promotores de las dietas recurren a determinados testimonios o por qué las imágenes relacionadas con la dieta que circulan en los medios de comunicación tienen determinadas características.

Polifonía: biología, celebridades, público objetivo y capitales

Tanto Junger como *TanVerde*, apelan al discurso de las ciencias naturales o fácticas. En el sitio web de *TanVerde* está la frase: “No es magia, es biología”. Junger, por su parte, en las fotografías aparece frecuentemente munido de estetoscopio y se presenta siempre como médico.

La alimentación es un ámbito que está atravesado y nutrido por el discurso médico. Los llamados “alimentos funcionales” (por ejemplo, los yogures para controlar el colesterol o para el tránsito lento) se presentan como comida que resuelve problemas orgánicos, como una especie de medicina *folk* o tradicional que busca solucionar enfermedades que antes no eran consideradas tales (Egbe, Alegre-Agis y Comelles, 2017).

---

[199] La idea de polifonía puede ser analizada, tanto desde la teoría de Goffman como desde la de Ducrot (1984). Siguiendo a Goffman, se puede ver, en la interacción social, una serie de marcos que surgen de una voz colectiva, de prácticas sociales históricas y bastante sedimentadas que permiten que los seres humanos interpretemos una actividad dentro de uno o varios marcos. Ducrot, en cambio, reconoce una pluralidad de responsables en los enunciados (por ejemplo, en un formulario que alguien llena en su nombre, hay un sujeto que es autor del enunciado y un sujeto de discurso, equivalente a un autor del texto del formulario). Asimismo, Ducrot, desde la pragmática, refiere al enunciado como algo diferente a la oración. El enunciado es lo observable. La oración, es una entidad teórica. En la interacción tiene lugar el enunciado, que aparece y desaparece en el acto de la enunciación. En algunos casos, el análisis de la entidad teórica de la oración, podría aportar elementos de contexto. Por ejemplo, la frase “esta dieta es para que te veas más linda”, supone que el destinatario es una mujer (lo señala el adjetivo “linda”). Sin embargo, al ser la oración, según Ducrot un constructo teórico, no siempre aporta datos sobre los hechos. A lo sumo, la oración incluye instrucciones para que pueda ser comprendida como una unidad desde el punto de vista semántico. Pero esto resulta insuficiente a la hora de analizar los hechos. Para analizar el habla y los hechos de la realidad, el enunciado aporta más elementos. Las teorías de Goffman y Ducrot pueden, entonces, ser complementarias.

Además del discurso médico, aparecen otros intertextos. Uno recurrente es el de los testimonios de personas que siguieron la dieta y se sintieron de maravilla tras hacerlo. La particularidad que tiene el programa *Clean* de Junger es que, dentro de sus seguidores se encuentran celebridades como la cantante Madonna y las actrices Gwyneth Paltrow y Demi Moore[200]. De la misma forma que un jugador de fútbol aparece en anuncios de yerba o un cantante o actor en una publicidad de pasta dental, las celebridades que probaron la dieta Clean cumplen un papel publicitario y ese mensaje no solo es dado por Junger o por alguna empresa asociada. Es un mensaje que replican periodistas en los medios o *bloggers* seguidores de la dieta.

Otro elemento relevante a ser analizado es el del público objetivo de los discursos. Los artículos dedicados a dietas (no solamente a dietas *detox*) van, generalmente, dirigidos a mujeres. En algunos casos, por figurar en revistas que buscan una audiencia femenina (por ejemplo, el suplemento *Eme de Mujer*, que sale con el diario *El País*); en otros casos, porque el público objetivo se desprende de palabras utilizadas en el texto. Por ejemplo, cuando *TanVerde* menciona sus "tips para viajeras" o cuando invita a "desafiarte a ti misma y estar cómoda".

Una característica del discurso de *TanVerde* es que busca reproducir una charla coloquial, actualizada y global. El uso de anglicismos, los diminutivos, la reproducción de palabras tal cual sonarían si fueran escuchadas (por ejemplo, el uso de sonidos repetidos en palabras como "peeeero" o "ufff") se presentan como una forma de discurso que podría estar buscando complicidad, empatía o cercanía.

Las primeras observaciones realizadas sobre el tema de investigación, apuntan a que el discurso hace eco en un público predominantemente femenino, de nivel socioeconómico medio o medio-alto, superior a 30 años de edad, que responde a modalidades de hábitat y consumo individuales. Se ha identificado, por ejemplo, a varias personas que viven y comen solas o en grupos pequeños (pareja o compartiendo apartamento con una o dos personas, a lo sumo). De confirmarse este supuesto, en el trabajo de campo, se realizará un análisis que relacione estilo de vida, hábitat y convivencia con la forma de preparar y consumir los alimentos, apelando a conceptos como la libertad, la individualidad como opción y la distinción.

En el siguiente cuadro, se compara en precio en pesos uruguayos algunos productos que figuran con frecuencia en los programas *detox* con su equivalente o similar producto no *detox*.

[200]https://www.teledoce.com/ya-emitidos/verano-perfecto/el-medico-uruguayo-que-atendio-a-madonna-demi-moore-y-gwyneth-paltrow/

Comparación de precios de algunos productos de consumo diario o frecuente en Montevideo			
Detox		**No detox**	
Alimento o producto	**Precio promedio**	**Alimento o producto**	**Precio promedio**
Leche de almendras (1 L)	$ 180	Leche de vaca (1 L)	$ 22
Almendras (1 kg)	$ 1.000	Maní	$ 110
Cacao puro (200 g)	$ 150	Cocoa (200 g)	$ 60
Jugo detox (1 L)	$ 250	Jugo de naranja envasado (1 L)	$ 80
Aceite de coco (1L) Aceite de oliva (1 L)	$ 550 $ 250	Aceite de girasol (1 L) Aceite de maíz (1 L)	$ 55 $ 55
Jarabe de agave (1 kg)	$ 500	Azúcar de caña	$ 40
Sal marina (500 gramos)	$ 900	Sal común (500 gramos)	$ 35
Trigo sarraceno (1 kg)	$ 150	Harina de trigo (1 kg)	$ 30
Quinoa orgánica (400 g)	$ 150	Fideos (400 g)	$ 40
Datos recabados en noviembre de 2017 en base a tiendas de productos naturales y ferias vecinales de barrios Centro y Malvín y dos supermercados de Montevideo (Ta-Ta y Tienda Inglesa).			

Estudiar el universo relacionado con las dietas *detox* desde la antropología implica tener en cuenta aspectos relacionados con el capital cultural, social y económico, entendido en los términos planteados por Bourdieu (1986). Salvo las frutas y verduras de estación y las legumbres, los alimentos que consumen quienes siguen una dieta *detox* suelen ser más caros que su equivalente *no-detox*. La valoración de ciertas ingestas como más puras (agua embotellada o filtrada o vegetales orgánicos, por ejemplo) también supone una valoración de los atributos del producto sobre el precio. Categorías como las de gusto puro y gusto bárbaro que plantea Bourdieu (2016, p. 35) podrían ser extrapolables a la comida y la comensalidad si del análisis surge que se ponen en juego. Según Bourdieu (2016, p. 114-116), el consumo de bienes supone un trabajo de apropiación. Los objetos, los productos culturales (en este caso, la comida) no son objetivos. Se cargan de sentido a través de las prácticas y a través de la apreciación.

Abordaje metodológico híbrido para estudiar el discurso

Harvey (1996, citado por Wodak, 2001, p. 63) destaca la idea de que, en un mundo complejo, multirrelacional y repleto de contradicciones, los modelos de análisis deben tener en cuenta la multicausalidad de los fenómenos. Ya que se comparte este planteo, se entiende que una buena forma de estudiar la multicausalidad es apelar a herramientas teóricas y metodológicas provenientes de diversas disciplinas. Si bien esta tesis se desarrolla en el marco de una maestría en antropología, la intertextualidad, el carácter global de los discursos sobre dietas *detox* y la relación de la alimentación con los procesos identitarios hacen que el fenómeno de las dietas sea propicio para un abordaje transdisciplinario cualitativo que apele a herramientas provenientes de las ciencias de la comunicación, la semiótica y la antropología. Para comprender el fenómeno en su globalidad se propone recurrir a etnografía presencial y virtual, análisis de discurso y observación participante. Para conocer motivaciones personales, a entrevistas y focus groups.

En antropología, a la hora de plantear preguntas de investigación y objetivos, un escollo o un error puede ser pretender buscar explicar fenómenos como si se tratara de casos de laboratorio o como si las conclusiones pudieran ser extrapoladas a cualquier grupo. La investigación antropológica puede ser inductiva pero no necesariamente busca dar explicaciones del tipo causa-efecto. Es más que nada, un tipo de investigación basada en una doble acción del investigador: desde adentro, a través de cierta permanencia en el tiempo y espacio del grupo estudiado y desde afuera, a través de la reflexión. Atkinson y Hammersley (2016, pp.16-37) señalan que las fronteras de la etnografía (una de las principales técnicas de la antropología) no son del todo nítidas y que se parece bastante a la forma en la que las personas dan sentido al mundo que las rodea. El investigador forma parte del mundo social. La reflexividad en antropología es, en cierta forma, reflexión sobre nosotros mismos.

La investigación antropológica se enfoca en las prácticas y en la cultura más que en la sociedad en general. Cuando se elige un grupo para su estudio, se observa y se describe cuáles son sus prácticas. La idea de realidad que se busca es la realidad de ese grupo. Importa más la visión del mundo que tienen los individuos que pertenecen al grupo que cualquier paradigma u opinión oficial, política o científica sobre esa realidad que se estudia. La etnografía, método descriptivo ampliamente utilizado en antropología, describe los fenómenos sociales desde la perspectiva de sus propios agentes, desde el punto de vista de los miembros del grupo, desde los actores. Según Guber (2001, p. 11), las características del método lo vuelven ideal para analizar la “perplejidad que suscita la extrema diversidad del género humano”. Como herramienta, la etnografía no debe ser considerada exclusiva de la antropología. En un tiempo y un espacio en los que lo global y el intercambio de mensajes a velocidades cada vez mayores son objeto de estudio, la etnografía es ideal para analizar la agencia, la voluntad humana. Para el caso de esta tesis, resulta oportuno apelar a un enfoque etnográfico multisituado que incluya territorios físicos y virtuales. Hine (2004, p. 18-19) se realiza la pregunta retórica acerca de si “lo real” y “lo virtual” son cosas diferentes. Cuando propone hacer etnografía virtual, parte de la base de que la relación existente entre espacio y etnografía debe ser repensada. Los medios de comunicación son un ámbito en el que circulan los mensajes relativos a las dietas, ya sea mediante la publicidad o mediante el intercambio entre seguidores. Los medios y los ámbitos virtuales de socialización no pueden ser ignorados.

Como en este trabajo se busca analizar la práctica discursiva y la circulación de representaciones sociales a través de ella, se entiende pertinente recurrir a herramientas metodológicas provenientes de la lingüística y la sociosemiótica. Se apelará fundamentalmente, al Análisis Crítico del Discurso (ACD) y el Análisis Multimodal del discurso (AMD). El primero sirve para encontrar relaciones de poder, detectar ideologías y analizar contradicciones.El segundo, para entender la comunicación más allá de lo puramente textual, ya que el análisis desde la multimodalidad implica tener en cuenta diferentes modos semióticos, como lo textual, lo gráfico o lo audiovisual y también submodos, como la tipografía o el idioma. El ACD y al AMD también permiten analizar los mensajes sobre la comida dentro de su contexto de producción y circulación. Se trata de tipos de análisis que trascienden lo lingüístico y que permiten, por ejemplo, identificar ciertas lógicas o relaciones entre los enunciados, sus autores y los destinatarios del mensaje. Los discursos sobre alimentación circulan con frecuencia a través de voceros que ocupan lugares de poder o reconocimiento profesional y que, en cierta forma, son líderes de opinión. Los mensajes también circulan a través de formatos híbridos entre lo publicitario y lo informativo. Según Van Dijk (1998, p. 26), toda ideología tiene una dimensión social, además de una dimensión cultural y mental. En los discursos, en la interacción y en los rituales estas ideologías se hacen visibles. Van Dijk también plantea (1999, p. 26) que el conocimiento y el estatus son recursos escasos que dotan de poder y capacidad de control a quien los posee. Esto no significa que necesariamente haya intención de manipulación en los discursos sobre la comida. Sin embargo, el ACD y el AMD permiten identificar suposiciones ideológicas, enunciados que se presentan como verdaderos aunque no haya consenso sobre ellos, discursos o voceros jerarquizados y también permiten mostrar qué actores sociales están representados (con o sin voz, con o sin volición) en los discursos. Esto permite que los destinatarios de los mensajes sean más libres a la hora de procesarlos.

Conclusiones preliminares

Las dietas *detox* pueden ser analizadas como un conjunto de prácticas que buscan resaltar ideas como la pureza y la juventud. Se presentan como una forma de lograr bienestar físico y mental. La búsqueda de estos ideales no es nueva pero esto no impide que el fenómeno pueda ser analizado desde una perspectiva actual, con un abordaje teórico y una metodología que permitan describir los significados que surgen de las prácticas discursivas sobre el tema.

En los discursos sobre lo *detox* abundan intertextos relativos a la medicina y la estética. También hay referencias al saber médico y a celebridades que pueden ser interpretantes de un cuerpo glorioso. En estas dietas, la búsqueda de la pureza no persigue un fin religioso, aunque, desde la antropología, se puede hablar de comportamientos rituales y de ideales míticos vinculados con una búsqueda de pureza de tipo secular.

El análisis preliminar de algunos discursos mostró que la irrupción de los programas *detox* dio lugar a un mercado en el que aparecieron productos dirigidos a un público mayormente femenino, de nivel socioeconómico medio-alto y alto.

En algunos casos, existe interacción entre seguidores y promotores de la dieta y también hay grupos organizados en medios/redes sociales pero la motivación y el desarrollo de la dieta suelen ser personales.

Para conocer más acerca de esas motivaciones personales y para profundizar en los discursos que legitiman las prácticas vinculadas a lo *detox*, es necesario apelar a un enfoque

transdisciplinario que haga visible la complejidad de un discurso que puede ser analizado, al mismo tiempo, desde la antropología, las ciencias de la comunicación y la semiótica.

Referencias bibliográficas y bibliografía

Abu-Lughod, L. (2005). *La interpretación de la(s) cultura(s) después de la televisión*. En Etnografías contemporáneas. Año 1. Nro. 1. Abril de 2005.

Abu-Luhod, L. (1991). *Writing against culture*. En Richard G. Fox (ed.), *Recapturing Anthropology: Working in the Present.* Santa Fe, NM: School of American Research Press.

Aguirre, P. (2004). *Ricos flacos y gordos pobres. La alimentación en crisis*, Buenos Aires: Capital Intelectual.

Aguirre, P. (2007). *¿Qué puede decirnos una antropóloga sobre alimentación?*, Federación Argentina de Cardiología, 5to., Congreso Internacional de Cardiología por Internet, 5to. Congreso Virtual de Cardiología. Disponible en: http://www.fac.org.ar/qcvc/llave/c027e/aguirrep.php

Althabe, G. y Hernández, V. (2005). *Implicación y reflexividad en antropología*, en Hernandez V.; Hidalgo, C.; Stagnaro, A. (eds.), *Etnografías globalizadas*. Buenos Aires: Sociedad Argentina de Antropología, 2005, p. 71-88.

Álvarez Plá, B. (2015). *Entrevista a Patricia Aguirre. Dime lo qué comes y te diré el tipo de sociedad en la que vives*, en diario *Clarín*, 28/3/2015, disponible en: https://www.clarin.com/cultura/antropologia-alimentacion-patricia_aguirre-asado-gusto-relaciones_sociales-comida_0_SybPO-qP7g.html.

Andacht, F. (2013). *¿Qué puede aportar la semiótica triádica al estudio de la comunicación mediática?* Galaxia Revista Transdisciplinar de Comunicação, Semiótica, Cultura, Nro. 25, junio 2013. pp. 24-37.

Andacht, F. (2008). *Self y creatividad en el pragmatismo de C.S. Peirce: la incidencia del instante presente en la conducta*, Utopia y Praxis Latinoamericana, Año 13, Nro. 40, pp. 39-65. Disponible en: http://www.unav.es/gep/AndachtUtopia.html).

Andacht, F. (1989). *Los marcos del mundo*. En D'Art, V. 15, pp. 21-28.

Andacht, F. y Marquioni, C. (2016). *Jogando com a comida: MasterChef e os recursos televisuais que tornam espetacular uma atividade ordinária*, en Revista da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação, E-compós, Brasilia, v. 19, Nro. 2, Mayo-Agosto, 2016.

Andacht, F. y Michel, M. (2010). *La Representación de la Identidad como Proceso Semiótico en Peirce*. De Signis, Nro. 15, 91-100.

Andacht, F. y Michel, M. (2009). *Journey of the Self as Semiosis*. En: *Semiotics 2008*, Ottawa: Legas Publishing, pp. 357-372.

Andacht, F. y Michel, M. (2005). *A Semiotic Reflection on Self-interpretation and Identity*. En Theory & Psychology, Vol. 15(1), pp. 51-75.

Atkinson, P. y Hammersley, M. (2016). *Etnografía. Métodos de investigación,* 2da. ed. revisada y ampliada. Barcelona: Paidós.

Bourdieu, P. (2016). *La distinción. Criterio y bases sociales del gusto.* Barcelona: Pengüin Ramdom House.

Augé, M. (2013). *¿Por qué vivimos?* Barcelona: Gedisa.

Augé, M. (2007). *Por una antropología de la movilidad,* Barcelona, Gedisa.

Augé, M. (1998). *Del mundo de hoy al mundo del mañana*. En: Actas del Tercer Congreso Chileno de Antropología, Temuco, Colegio de Antropólogos de Chile A.G.

Bourdieu, P. (1994). *¿Qué es lo que hace a una clase social? Acerca de la existencia teórica y práctica de los grupos*, en: Revista Paraguaya de Sociología, Año 31, N 89, enero-abril de 1994, pp. 7-21.

Bourdieu, P. (1988). *La distinción: Criterio y bases sociales del gusto*, Madrid: Taurus.

Bourdieu, P. (1986). *The forms of capital.* En J. Richardson (Ed.) H*andbook of Theory and Research for the Sociology of Education,* New York: Greenwood.

Cardozo, S., de Boni, I. y Martínez, I. (2017). *La receta perfecta*. Revista Lento N 47, febrero de 2017.

Colapietro, V. M. (1989). *Peirce's approach to the self: A Semiotic Perspective on Human Subjectivity.* Albany, NY: State University of New York.

Deleuze, G. y Guattari, F. (2010). *Rizoma*. Valencia: Pre-Textos.

DiLeo, J. (1991). *Peirce's Haecceitism*. En Transactions of the Charles S. Peirce Society, Vol. 27, No. 1 (Winter, 1991), Indiana University Press, pp. 79-109. Disponible en: http://uberty.org/wp-content/uploads/2016/02/jeffrey_r_dileo_peirce.pdf

Ducrot, O. (1984). *Esbozo de una teoría polifónica de la enunciación*. En *El decir y lo dicho.* Buenos Aires, Paidós.

Douglas, M., (1998). *Estilos de pensar.* Gedisa, Barcelona.

Douglas, M. (1973). *Pureza y peligro*. Madrid: Siglo XXI de España Editores.

Eliade, M. (1991). *Mito y realidad*, Barcelona, Editorial Labor

Eliade, M. (n.d.). *Lo sagrado y lo profano*. Disponible en Lévi-Strauss, Claude, (2011). *La antropología frente a los problemas del mundo moderno*, Buenos Aires, Libros del Zorzal.

Egbe Juárez, L.; Medina, F.; López García, J. (2017). *El efecto Danacol. Publicidad, alimentos funcionales y la construcción de la medicina folk*, en Mariano Juárez, L., Medina, F. y

López García, J. (eds.) *Comida y mundo virtual. Internet, redes sociales y representaciones visuales*. Barcelona: UOC.

Erlandson, J. M.; Fitzpatrick, S. M.(2006). *Oceans, Islands, and Coasts: Current Perspectives on the Role of the Sea in Human Prehistory*, The Journal of Island and Coastal Archaeology,1:1,5 — 32.

Fischler, C. (1995). *El (h)omnívoro. El gusto, la cocina y el cuerpo.* Barcelona: Anagrama.

Fischler, C. (1993). *Le complexe alimentaire moderne*. En Communications, 56, 1993, pp. 207-224. Disponible en: https://www.persee.fr/doc/comm_0588-8018_1993_num_56_1_1859. Acceso: 10.5.2018.

Giddens, A. (2011). *La constitución de la sociedad. Bases para la teoría de la estructuración.* Buenos Aires-Madrid: Amorrortu.

Goffman, E. (2006). *Frame Analysis. Los marcos de la experiencia.* Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas.

Goffman, E. (1979). *Footing*, en Goffman, E. (1995/1981), *Forms of Talk.* University of Pennsylvania Press: Philadelphia. pp. 124-159.

Goffman, E. (1967). *On face-work*, en Goffman, E. *Interaction ritual*. New York, Anchor Books. 5-46.

Goffman, E. (1963). *Behavior in Public Places: Notes on the Social Organization of Gatherings*. New York: Free Press of Glencoe.

Goffman, E. (1959). *The presentation of self in everyday life*. New York: Anchor Books.

Grimson, A. (2011). *Los límites de la cultura. Crítica de las teorías de la identidad*, Buenos Aires, Siglo XXI.

Grimson, A. (2010). *Cultura, identidad: dos nociones distintas* ("Culture and Identity: two different notions"). En Social Identities, vol. 16, no 1, Enero 2010, pp. 63-79. Disponible en: http://live.v1.udesa.edu.ar/files/UAHumanidades/Critica%20Cultural%202011/CulturaeIdentidad.pdf

Guber, R. (2001). *La etnografía, método, campo y reflexividad.* Bogotá: Grupo Editorial Norma.

Gumperz, J. (1982). *Discourse strategies*. Cambridge Univ. Press, Cambridge. (cap. 2: The sociolinguistics of interpersonal communication).

Hine, C. (2004). *Etnografía virtual*. Barcelona: UOC.

Joseph, I. (1999). *Ervin Goffman y la microsociología*. Barcelona: Gedisa.

Junger, A. (2011) *Clean. Remover, restaurar, rejuvenecer. El programa revolucionario que le devolverá a tu cuerpo su capacidad autocurativa.* Montevideo: Penguin Random House.

Jurmain, R.; Kilgore, L. y Trevathan, W. (2009). *Essentials of Physical Anthropology,* Wadsworth: Cengage Learning.

Kukso, F. (2007). *Dime qué comes y te diré quién eres (entrevista a Patricia Aguirre)*, Página/12, 5/9/2007, disponible en: https://www.pagina12.com.ar/diario/ciencia/19-90812-2007-09-05.html

Laborde, G. (2017). *De los recetarios al foodporn: exhibicionismo, fetichismo, placer vicario y otras aventuras gastronómicas en la era digital*, en Mariano Juárez, L.; Medina, F.; López García, J. (eds.), *Comida y mundo virtual. Internet, redes sociales y representaciones visuales*. Barcelona: UOC.

Laborde, G. (2013). *El asado. Origen, historia, ritual.* Montevideo: Ediciones de la Banda Oriental.

Lévi-Strauss, C. (1964). *Mythologiques. Le cru et le cuit,* París: Plon.

Lévi-Strauss, C. (2003). *Mitológicas*. *El origen de las maneras de mesa.* México DF: Siglo XXI Editores S.A. de C.V.

Lipovetsky, G. (2014). *La felicidad paradójica.* Barcelona: Anagrama.

Lipovetsky, G. (2000). *La era del vacío. Ensayos sobre el individualismo contemporáneo.* Barcelona: Anagrama.

MacCannell, D. (2003). *El turista. Una nueva teoría de la clase ociosa.* Barcelona: Melusina.

Marcus, G. (1995). *Ethnography in/of the World System. The emergence of multi-sited ethnography*, en Annual Review of Anthropology, Nro. 24, pp. 95 - 117.

Ministerio de Salud Pública (2016). *Guía alimentaria para la población uruguaya*. Disponible en: http://www.msp.gub.uy/sites/default/files/archivos_adjuntos/MS_guia_web.pdf

Moreno, J.L. (1978). *Psicodrama*. Sao Paulo: Cultrix.

Peirce, C. S. (1931). *Collected papers of C.S. Peirce: Vol. I*. C. Hartshorne, P. Weiss & A. Burks Eds., Cambridge, Massachussets: Harvard University Press.

Peirce, C. S. (1904). *Letter to Lady Welby* 12.10.04. Disponible en: http://www.unav.es/gep/Welby12.10.04.html

Ransdell, J. (1997). *Teleology and the Autonomy of the Semiosis Process*. Disponible en:

http://www.iupui.edu/~arisbe/menu/library/aboutcsp/ransdell/AUTONOMY.HTM

Roulet, E. (2011). *Poliphony,* en Zienkowski, J.; Östman, J.; Verschueren, J., *Discursive Pragmatics*, Amsterdam/Philadelphia: John Benjamins Publishing Company, pp. 208-222.

Segalen, M. (2005). *Ritos y rituales contemporáneos.* Madrid: Alianza Editorial.

Tannen, D. (2009). *Framing and Face: The Relevance of The Presentation of Self to Linguistic Discourse*. En Social Psychology Quarterly, Vol. 72, No. 4 (December 2009), pp. 300-305.

American Sociological Association. Disponible en: http://www.jstor.org/stable/25677372

Talbot, M. (2010). *Media discourse. Representations and interaction*, Edinburgh: Edinburgh University Press.

Telles Ribeiro, B. (2007). *Footing, positioning, voice: are we talking about the same things?* en de Fina, A.; Schiffrin, D.; Bamberg, M. (eds.), *Discourse and identity.* Cambridge, CambridgeUniversity Pres.30-47.

Thompson, J. (1995). *The media and modernity: A social theory of the media.* Cambridge: Polity Press.

Todorov, T. (1984). *Mikhail Bakhtin: The Dialogical Principle,* trans. Wlad Godzich, en *Theory and History of Literature,* eds. Wlad Godzich and Jochen Schulte-Sasse, vol. 13, Minneapolis: University of Minnesota Press.

Van Dijk, T. (1999). *El análisis crítico del discurso*, en ANTHROPOS, Barcelona, 186, setiembre-octure, 1999, pp. 23-36.

Van Dijk, T. (1998). *Ideology. A multidisciplinary Approach*. Londres, Thousand Oaks, Nueva Dehli: SAGE.

Vigarello, G. (2006). *Lo sano y lo malsano. Historia de las prácticas de la salud desde la Edad Media hasta nuestros días.* Madrid: Abada Editores.

Wodak, R. (2001). *The discourse-historical approach*, en Wodak, R. y Meyer, M. (Eds.) *Methods of Critical Discourse Analysis*, Londres/Thousand Oaks/Nueva Delhi: Sage.

Del pecado y la censura al libre albedrío de las audiencias televisivas. Una revisión histórica de la moral sexual en México, y el riesgo con niños y adolescentes. Una revisión histórica de la moral sexual en México, y el riesgo con niños y adolescentes[201].

From sin and censorship to the promotion of the free will of television hearings. A historical review of sexual morality in Mexico, and the risk with children and adolescents.

Angélica Isabel García Granados[202]

Resumen
La cultura y la moral sexual en México, como en otros países de América Latina, han sufrido una transformación paulatina en las últimas décadas, que se ha hecho patente en la educación básica y en los medios de comunicación, en especial en los contenidos televisivos. Actualmente la legislación, considera responsables a las audiencias en la concreción de su libre albedrío, de tal forma que no existe censura en el campo de la sexualidad, más que una clasificación específica en una franja de horarios. En vista de la transfiguración de los papeles del Estado, la familia y la mujer, se identifica un riesgo con los niños y adolescentes que, al permanecer solos mucho tiempo, sin supervisión restrictiva, tienen acceso a todo tipo de programación, poniendo en riesgo su sano desarrollo físico y mental. Además, diversos contenidos televisivos se hallan disponibles permanentemente en otras plataformas y dispositivos, gracias al internet. Derivado de esta problemática, se hace imperante la educación de este sector de la audiencia, para que haga un uso correcto de los medios de comunicación; de tal forma que desarrollen habilidades intrapersonales y valorales en la educación formal.

Palabras clave: moral sexual, contenidos televisivos, audiencias vulnerables.

Antecedentes

La televisión fue un invento sorprendente, nunca antes, a lo largo de la historia del mundo, se pudo ver lo que sucedía en lugares distantes y en tiempo real. De ahí derivó su nombre (griego) *têle*=lejos y (latín) *visio*=acción y efecto de ver. De esta manera, se logró ver y escuchar los eventos de último minuto en la propia voz de los protagonistas y líderes de opinión; así como los dichos y hechos de los gobernantes. Eventos como el alunizaje del primer hombre en 1969, fue visto por 530 millones de personas (ABC, 2014). Este acontecimiento no sólo fue importante por el hecho en sí de que un hombre llegara a la luna, sino por sus implicaciones políticas. Lo imponente de aquel acontecimiento fue que pudo verse y sentirse desde cada hogar que poseía un televisor en ese entonces. Los televidentes pudieron ser testigos de ese acontecimiento, que apuntaba a lo que habría de

[201] La presente colaboración forma parte de una investigación doctoral sobre la relación entre los medios y las representaciones de la sexualidad en el adolescente, dirigida por el Dr. Adolfo Rogelio Cogco Calderón.

[202] Doctorante en comunicación de la Universidad Autónoma de Tamaulipas, México. Email: angelicagarciagranados@hotmail.com.

venir en cuanto a la información global. "Con más de **500 millones de espectadores** que asistieron en directo al acontecimiento —la mayor audiencia lograda hasta entonces—, la televisión fue el ingrediente fundamental del primer hito verdaderamente planetario" (ABC, 2014, párr. 2)[203].

En los inicios del radio y la televisión en México, sus contenidos programáticos fueron diseñados por delante de las leyes y políticas para su regulación. Desde su experimentación en la década de los treinta, hasta su pleno funcionamiento en los cincuenta —con tres canales operados por la iniciativa privada, y uno por el Estado a través del Instituto Politécnico Nacional—, el surgimiento de la televisión fue novedoso y sus alcances sorprendentes, de manera que las regulaciones vinieron hasta después (Mejía, 1998). Las leyes en ese sentido se formularon para facilitar el buen funcionamiento de dichos medios, con el fin de evitar que los concesionarios y propietarios pudieran llegar a ser arbitrarios, o, por otro lado, que surgieran abusos que afectaran a diversos sectores de la sociedad.

El primer canal de televisión en transmitir, fue el "canal 4". Sus actividades inician en 1949, en medio de un ambiente conservador, y es hasta 1960 cuando se aplica la Ley Federal de radio y Televisión; posteriormente, en 1973, entra en vigor el reglamento de la ley federal relativa a los contenidos transmitidos por estos medios. Por varios años, los contenidos programáticos se desarrollaron y transmitieron sin norma alguna y fue precisamente la popularidad de la televisión la que condujo a su regulación, ya que por aquellos años, toda la gente quería ver y tener un televisor en casa. Por más de 10 años, este medio estuvo sin una regulación directa, sin embargo esto no significó que no sirviera para la reproducción religiosa y cultural, o el ejercicio del poder político y económico dominante de la época o que no existiese censura alguna.

A finales de los setenta e inicio de los ochenta, el costo de los aparatos de televisión bajó de forma tal que fueron accesibles para un mayor sector de la sociedad (Mejía, 1988). Se puede comparar con el fenómeno que se dio en estas últimas décadas con los aparatos electrónicos, que iniciaron con costos altos y actualmente se pueden conseguir a precios accesibles, casi para todo público.

Evolución histórica

Con algunas dificultades, se logró establecer en México, el reglamento para los contenidos televisivos y estos fueron normados; se clasificaron para diferentes tipos de audiencias. En aquellas décadas la censura no era públicamente aceptada, sin embargo fue el instrumento de control por parte del Estado, aplicándose a los contenidos político-ideológicos, a la exposición del cuerpo desnudo y a la sexualidad (Monsiváis 1990).

La cultura y la sociedad mexicana eran arraigadamente tradicionalistas y conservadoras, fundadas bajo una moral católica donde el aborto y la anticoncepción no eran consideraban acciones decentes, de tal manera que no se hablaba de ellas; mirar el cuerpo desnudo en alguna pantalla, era considerado inmoral y sucio. Por lo tanto la información sobre la sexualidad escaseaba en los medios de comunicación, y desde luego en la educación formal.

Aunado a las condiciones sociales que se vivían en nuestro país, el contexto internacional estaba configurado por la Guerra Fría entre Estados Unidos y la entonces Unión Soviética, dos bloques opuestos e irreconciliables que llevaron a enfrentamientos indirectos entre dichas naciones. Si bien existió un serio conflicto por las posturas ideológicas, las

[203] Subrayado del original.

confrontaciones armadas siempre sucedieron fuera de sus territorios. Específicamente en América Latina, el predominio capitalista apoyó ya fuera de manera encubierta o abiertamente, golpes de estado e inestabilidad política cuando fue conveniente para los intereses del bloque, lo que propició las dictaduras y consecuentemente la violación de los derechos humanos.

Aunque en México no hubo una dictadura formal, la guerra fría afianzó un Estado conservador, con una fuerte participación y control social –el modelo posrevolucionario–, que por 70 años encabezó un solo partido político, surgido de la revolución mexicana. En este régimen, el Poder Ejecutivo tuvo un papel central, pues los poderes legislativo y judicial se subordinaron al presidente, quien concentraba la mayoría de las decisiones, entre las que destacan las económicas (Solórzano, 2000).

El presidencialismo no implicó que no hubiera participación de otros sectores políticos y económicos, sino que se constituyó a través de dos funciones centralizadas, la fiscalización y la regulación de todos los procesos productivos a través del Estado. En la práctica, los empresarios aceptaron subordinarse políticamente (Elizondo, 1995) para participar de los beneficios de una economía creciente, donde imperaban las fuerzas del mercado. Los sectores populares estaban controlados con salarios mínimos y una moral religiosa que establecía pautas socioculturales claras. Dicha complicidad entre la burocracia y la iniciativa privada, permitió un desarrollo estabilizador, en cuyo contexto se dieron los primeros brotes de rebeldía, manifestados por los movimientos obreros de los años cincuentas y el muy conocido movimiento estudiantil de 1968.

Es innegable que el movimiento hippie tuvo un gran impacto en los jóvenes de aquella época, lo que provocó un rechazo en contra de la cultura dominante (Agustín, 1996), efecto que con el tiempo se expandió a otras personas y grupos sociales, dando acceso a nuevas culturas y formas de pensamiento que distaban mucho a la ideología católica y cultura conservadora; un ejemplo de ello fue el lema “haz el amor y no la guerra”. Justo así fue como entraron el budismo y el yoga; ideologías con concepciones muy diferentes de religión, cultura y sexualidad. Otra corriente, que es importante mencionar, es aquella que según José Agustín (1996), prefirió sumergirse en la cosmogonía indígena, en sus ritos, tradiciones y curación con herbolaria que incluyó el peyote, y otros psicotrópicos parecidos para la realización de los viajes espirituales.

A este movimiento contracultural se sumó la crisis económica de los años setentas, que dio origen al programa de Control de Natalidad. Debido a esto y al progresivo avance de la laicidad en la educación, comenzó la apertura en los medios para hablar de temas anteriormente censurados; incluso de políticas públicas y de las campañas nacionales de anticoncepción, instalándose así el Consejo Nacional de la Población (CONAPO) en 1974, cuya misión fue la planeación demográfica del país. Ese mismo año, se emprendió una incipiente educación sexual que se incluyó en los programas de estudios del nivel básico (escuela primaria y secundaria); donde se trataron temas centrales como la reproducción humana y a prevención de Enfermedades de Transmisión Sexual (ETS). “¿A qué atribuir el crecimiento de la tolerancia en asuntos de la moral social? Entre las razones diversas (culturales, económicas políticas, comerciales), una fundamental es el afianzamiento de la secularización” (Monsiváis, 1990, p. 101).

Los contenidos televisivos reflejaron cada vez más la transformación social y cultural que estaba ocurriendo en nuestro país. Anterior a este cambio, los valores tradicionales como la fidelidad, el amor familiar y el respeto a los padres eran presentados como ideales; contrario a lo que se presentó ya en los tramas de los años ochenta, como el divorcio, la

infidelidad o el amor libre, que aparecen como "necesarios" y por tanto justificables. Un ejemplo representativo de estos cambios, fue la telenovela *Infamia* (Televisa, 1981). La transformación de la moral sexual avanzó de manera irregular, igualmente los cambios culturales se dieron parcialmente. Hubo sectores de la población que se resistieron, pero finalmente dichos cambios se concretaron.

En esta misma década, la aparición del Síndrome de Inmunodeficiencia Adquirida (SIDA), obliga al mundo entero a luchar una batalla en contra de esta enfermedad y de otras Enfermedades de Transmisión Sexual (ETS). Apareciendo en los medios de comunicación en México, una gran difusión de información relacionada con la vida sexual humana con un enfoque completamente preventivo, diferente al de la campaña anterior, la de población, que fue de control reproductivo (Rodríguez, 2004). La publicidad tampoco quedó atrás de esta tendencia, y de esa forma surgieron infinidad de marcas de condones, colores y hasta sabores, ya que la prevención era el tema sustantivo en ese momento. Palabras y temas que jamás fueron tratados dentro de las familias mexicanas, salieron a la luz en la televisión.

El Consejo Nacional para la Prevención y Control del SIDA (CONASIDA), nace en 1986; su papel fue y sigue siendo coordinar múltiples esfuerzos médicos y educativos, así como el desarrollo de estrategias gubernamentales para prevenir la transmisión del VIH/SIDA, entre las que destacó en ese momento, la promoción masiva del uso del condón. Así los valores católicos se fueron relegando (Gómez, 2007), debido principalmente a que la moral católica se proclamaba, pero no era concretada en la práctica por los católicos, aunado a esto, la secularización promovida por el Estado.

> La lucha de la Iglesia en el México contemporáneo se ha concentrado en restaurar los valores morales de su doctrina en la vida de los mexicanos, los cuales se han perdido como consecuencia del proceso de secularización emprendido por los gobiernos modernizadores (Gómez, 2007, p. 75).

Valores que en lo cotidiano y en lo mediático aparecían de forma relativa, provocando una doble moral. Unos valores se practicaban en el ámbito privado y otros en el público, así la costumbre del "harem a la mexicana" (Monsiváis 1990, p. 100). Otro tema destacado por escandaloso fue el de las múltiples bodas de figuras públicas y mediáticas, el uso del vestido blanco en la mujer, que en antaño representaba la pureza sexual, fue utilizado indistintamente. Aunque haya aumentado, "el nivel de conocimientos sexológicos no disminuye la fuerza de la hipocresía en la vida social" (Monsiváis 1990, p. 100).

El aborto en aquellos años fue considerado ilegal; en la mayoría de los casos cobraba la vida de muchas mujeres que lo practicaban de manera clandestina, debido a la legislación de la época; por otro lado, aunque ya existía el embarazo en las adolescentes, era escaso y no se consideraba relevante en aquellos momentos.

En el ámbito económico se dio la nacionalización de la banca y el control de cambios; esto permitió, sólo a corto plazo, detener la fuga de capital, bajar la inflación y la disminución del déficit público. Tal situación provocó el estancamiento económico, ya que los empresarios no contaban con las garantías suficientes para invertir. Derivado de estas condiciones, a finales de esta década dio inicio una profunda reforma que alentaba la inversión privada, dicha reforma aceleraba la privatización y la liberación comercial, en ella se especificaba claramente los límites de la intervención pública (Elizondo, 1995).

La reforma fue completada en los años noventa bajo el régimen del presidente Carlos Salinas de Gortari; así se abrió la puerta a la inversión privada en la desnacionalización de la banca y de múltiples empresas igualmente vinculadas. Esta liberación abarcó diversos

ámbitos, como por ejemplo la propiedad agrícola, la mano de obra, la orientación de la producción hacia mercados internacionales (Salas, 2009); hasta la relación del Estado con las iglesias (Gómez, 2007), ya que la católica no fue considerada como la única, como lo había sido históricamente, ello fue concretando la secularización de la cultura y la educación en el país.

La reforma estructural dio un nuevo papel al Estado mexicano, observándose una clara ruptura con regímenes anteriores, menos intervencionista y más eficiente para enfocarse en menos tareas, más cercano a un régimen liberal. "La reforma, al haber liberalizado los mercados y fortalecido el papel de los particulares, ha llevado a incrementar el poder estructural de los empresarios, es decir, el poder que tienen los particulares, sin siquiera tener que intervenir políticamente" (Elizondo, 1995, p.103).

A lo largo de la década de los noventa, se consolidó el régimen neoliberal, la apertura de la inversión privada se abrió hacia otros campos, como el de los ferrocarriles, el área satelital y diversas áreas de la comunicación. La seguridad social de los trabajadores se transformó radicalmente al crearse el sistema de las Administradoras de Fondos para el Retiro (AFORE), y a corto plazo se visualizaba ya la privatización del sector energético (Salas, 2009).

Por aquellos años se concedió a la iniciativa privada, permisos para la conformación de 62 canales de televisión (Santamaría, 2011). De esta forma se fue cediendo espacio a nuevas influencias culturales, ideológicas y económicas; dicha apertura ha modificado la interacción, producción y contenidos de los medios de comunicación.

> Las nuevas generaciones de mexicanos se empezaron a distanciar del Estado: éste dejaba de ser atractivo debido a su profundo desgaste político, pero también porque sus nuevos conductores delegaron en los medios de comunicación privados, la transmisión y la creación de los nuevos símbolos nacionales creados por el espectáculo (Santamaría, 2011, p.16).

La televisión por cable llegó a México en 1954, pero fue hasta 1969 que la iniciativa privada obtiene la primera concesión (Mejía, 1998). Su difusión estuvo restringida en un inicio a las ciudades fronterizas y desde luego los contenidos eran los propios de canales estadounidenses. Sin embargo, el mercado de la televisión por cable siguió creciendo y de manera importante, sobre todo en la década de los noventa, ya que en 1970 contaba con solo 2.500 suscriptores, número que en los ochenta llegó hasta 510.520; este crecimiento continúa y para 1995 había ya 1.200.000 suscriptores (Mejía, 1998, con datos de CANITEC, 1995). Con la apertura a la inversión privada y extranjera, se crean consorcios con empresas norteamericanas que proporcionaron televisión de paga, entre las que destacaron *DirecTV*, que surgió en 1994, y *SKY,* en 1995.

El crecimiento ha sido sostenido y con algunos picos particulares de crecimiento, por ejemplo en el lapso de 2005 a 2010 su crecimiento fue de más del doble, pasando de 4.578.000 a 9.729.000 de usuarios (Huerta-Wong & Gómez, 2013, con datos de COFETEL, 2011). A la fecha, se calcula que 67% de los hogares mexicanos cuentan con algún contrato de televisión de paga. La penetración de este medio televisivo es de las más altas de Latinoamérica, según el Instituto Federal de Telecomunicaciones (IFETEL, 2017). Como ya se ha mencionado anteriormente, el acceso de las audiencias a estos contenidos ha favorecido la ya mencionada apertura cultural, lo que hace innegable la influencia de nuevas ideologías y culturas. Actualmente, el único control que se ejerce sobre lo que el televidente ve es la libre elección que cada ciudadano tiene como derecho.

El impacto de la revolución tecnológica en la información, aunado al surgimiento del internet en este nuevo milenio, ha ido extinguiendo poco a poco los residuos

tradicionalistas de la cultura mexicana. Han surgido además otros factores que se han ido sumando a este desvanecimiento de las antiguas costumbres, como la lucha social por los derechos humanos, la libertad de expresión y el libre acceso a la información. Todo ello ha propiciado un nuevo panorama, con mayor aceptación en la familia y la escuela de los temas relacionados con la sexualidad, apertura que se hace evidente a su vez, en los contenidos mediáticos.

Sin duda alguna, los años noventa estuvieron marcados por una apertura a nuevas maneras de pensar. Fue en sus inicios que dentro de las escuelas se enseñaron abiertamente los aspectos biológicos de la reproducción, propiciando que tanto en el ámbito privado como en el público se hable cada vez más de temas como el aborto, la unión libre, los derechos de las minorías y las diversas preferencias sexuales. Ya en el nuevo milenio, se comenta y polemiza sobre la conformación de la familia no tradicional. Es importante mencionar que a finales de la década de los noventa, el embarazo en las adolescentes comienza a crecer, sin embargo aún no era considerado un problema social (OMS, 2015).

Ese cúmulo de sucesos logró que en la actualidad, los contenidos televisivos no tengan censura, por lo menos en lo que a la sexualidad se refiere. En la última reforma que se hizo a la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión, en 2017, se establecieron normas generales a los contenidos televisivos; específicamente, el artículo 222 afirmó el derecho a la información, expresión y recepción de contenidos de forma completamente libre, sin "limitación alguna ni censura previa". Desde este punto de vista, la moral concebida en torno a la sexualidad se vuelve un asunto completamente privado y no corresponde al Estado intervención alguna.

De acuerdo a esta ley, en la programación de la televisión dirigida a todo público no está contemplado como obligatorio promover o propiciar una cultura de prevención y cuidado de la salud sexual, en la suposición de cumplir con la libertad de expresión. Sólo en el caso de la programación para niños y adolescentes se debe estimular una cultura de salud, pero desde una perspectiva general y, por lo tanto, sin puntualizar la salud sexual. Gracias a este entorno de "libertad de expresión" existe completa apertura, es así que se transmiten diversos programas como el dramatizado unitario**,** las telenovelas –y ahora series- en diversos horarios. En estos contenidos se muestra una mediana y alta exposición de cuerpos desnudos, relaciones sexuales sin protección y violaciones, tanto sexuales como de otros tipos. Algunos ejemplos son *La patrona* (Televisa, 2013) y en televisión de paga *Game of thrones* (HBO, 2011).

La ley en México (como ocurre en países como Estados Unidos y Argentina) establece las clasificaciones de los contenidos de la programación, de acuerdo al público al que van dirigidos y así determina los horarios en los que serán transmitidos; en especial aquellos contenidos con exposición del cuerpo, los sexuales y pornográficos, aunque dicha clasificación también incluye violencia, adicciones y lenguaje. La clasificación es un "mecanismo complejo y multifactorial que permite categorizar los contenidos grabados audiovisuales, cuya finalidad es lograr la coexistencia de contenidos para los diferentes tipos de audiencia, priorizando la integración de las familias y dando especial protección a las infantiles" (Lineamientos de clasificación de contenidos audiovisuales, 2017, párr. 18).

De esa forma, se obliga a los canales a informar, por lo menos al inicio y a la mitad de los programas, sobre la clasificación correspondiente. De ser necesario, se advierte a la audiencia sobre lo perjudicial del contenido del programa para el correcto desarrollo de niños y adolescentes. En el caso de la televisión abierta sólo existe restricción en los horarios de transmisión y en los canales de paga se limitan a informar de la posibilidad de que ciertos

contenidos sean inadecuados para los menores televidentes. En entrevista para el periódico *Excélsior*, el productor Guillermo del Bosque dice:

> En la tele abierta no puedes mandar un lenguaje más fuerte, porque todo mundo te recibe de manera gratuita, pero en la de paga tú estás comprando algo donde tienes la opción de encontrarte con una diversidad de canales y decidir si lo tomas o no, en gustos se rompen géneros y siempre habrá gente que les guste una cosa y otras que lo critiquen, pero al final de cuentas es un medio que sigue creciendo.
>
> Nunca he recibido una sanción, pero llamados como de atención sí. Cuando tenía a las tres de la tarde *Guerra de los chistes* la solución fue mandar todos esos programas después de las diez de la noche, Gobernación nos decía que tuviéramos cuidado con el lenguaje que se usa, preferimos moverlos que limitar el concepto del programa. Nunca nadie me ha dicho nada de que quite un programa, porque existe libertad de expresión. (Del Olmo, 2011, párr. 16)

Dicha clasificación se encuentra también vigente para cine y radio; desde 2015 es utilizada para todos los canales de televisión. Con el propósito de evitar malas interpretaciones, se han incluido textualmente los apartados de la clasificación para el rubro de "sexualidad" (Lineamientos de clasificación de contenidos audiovisuales, 2017):

- **AA** programación para todo público, especialmente dirigida al público infantil, puede ser televisada en cualquier horario. "No deben presentar temas, mensajes, escenas, diálogos, situaciones de relaciones y actividades sexuales ni desnudez" (párr. 58).
- **A** programación para todo público, televisada en cualquier horario. Incluye violencia de fantasía o cómica.

  > Los programas dirigidos para todo tipo de audiencias no deben presentar imágenes del cuerpo humano de manera erótica ni escenas de relaciones sexuales. Las referencias a la sexualidad humana no deben hacerse en un contexto erótico, sino únicamente afectivo, educativo o con fines científicos. (párr. 63)

- **B** programación para mayores de 12 años, televisada a partir de las 16.00 hasta las 5.59. Incluye violencia moderada, lenguaje vulgar ocasional, presencia y consumo de sustancias tóxicas de forma implícita.

  > Pueden presentarse escenas con desnudez velada, únicamente como elemento de la trama y deben estar plenamente justificadas en el contexto. Los temas sobre conductas sexuales no constituyan la trama principal del programa y no se presentan escenas detalladas sobre dichas conductas, las cuales únicamente podrán presentarse en un contexto informativo. No deben presentarse escenas sobre actividades sexuales en las que intervengan niñas, niños ni adolescentes. La desnudez sólo puede presentarse en programas de carácter educativo o informativo. En ningún caso deben mostrarse genitales de forma explícita o implícita. (párr. 69)

- **B15** programación para mayores de 15 años, que puede ser televisada a partir de las 19.00 y hasta las 5.59. Incluye escenas de violencia, drogas u otras adicciones de forma implícita en la trama, frecuencia moderada de palabras soeces.

  > Pueden mostrar eventualmente el cuerpo humano desnudo en segundo o tercer plano e incluir escenas que simulan relaciones sexuales de forma velada, sin la presentación explícita o implícita de genitales. No deben presentarse escenas sobre actividades sexuales en las que intervengan niñas, niños ni adolescentes. (párr. 74)

- **C** programación para adultos, que puede ser televisada entre las 21.00 y las 5.59. "puede presentarse desnudez o actividad sexual de forma implícita, sin que pueda existir presentación de genitales" (párr. 79).
- **D** programación exclusivamente para adultos, entre las 00.00 y las 5.00 hrs. "puede mostrarse la actividad sexual de forma explícita, el contenido puede ser erótico sin llegar a constituirse en material pornográfico" (párr. 84).

Con los mencionados parámetros, las transmisoras en México proyectan diversos contenidos audiovisuales; sin embargo, aunque es la misma ley para televisión abierta y de paga, es muy clara la aplicación de diferentes criterios para cada una. Se puede decir que en la televisión abierta existe mayor supervisión, lo que no ocurre en la televisión de paga, probablemente porque se considera al cliente (adulto) que paga por el servicio como responsable y con el criterio necesario para elegir lo que le conviene. En entrevista el director de Radio, Televisión y Cinematografía (RTC), Álvaro Lozano, refiere al respecto:

> Cuando a RTC se le presentan a clasificación los materiales que la ley y el reglamento prevén como películas, telenovelas, series y teleteatros grabados, RTC los revisa para darles un cajón en protección de una franja horaria que es el medio que la ley reconoce para proteger a la audiencia vulnerable (Del Olmo, 2011, párr. 8).

Es visible que la reglamentación deja a los adultos, y en su caso a los padres u otros cuidadores de los niños y adolescentes -en el ámbito privado-, la completa libertad de elegir, y así también la responsabilidad de impedir o permitir los programas que juzguen convenientes para los menores. En relación con las audiencias vulnerables, la ley y su aplicación parten del supuesto de una familia tradicional –la de los años sesentas y setentas-, de la creencia que todos los niños y los adolescentes se duermen antes de las 10 de la noche, y que siempre habrá un adulto responsable de su supervisión en casa, función que tradicionalmente realizaba la madre.

Podemos observar que el papel del Estado, la educación, la cultura y hasta la familia en México, han cambiado. Así como los roles tradicionales de la política se han transformado, los familiares están siendo transfigurados (Bárcenas, 2011), volviéndose más difusos, en cierta medida por la mayor participación de la mujer en el trabajo fuera de casa, igualmente por el papel que ha venido jugando como cabeza de familia y la insubordinación al rol tradicional que poco a poco ha ido mostrando; lo que ha hecho necesaria una reorganización de los cuidados familiares.

Por otro lado, la normalización de la homosexualidad y la búsqueda de legitimar la diversidad de identidades sexuales y de género, plantea hoy en día nuevos desafíos y debates en torno al concepto de familia en varios sentidos; desde los ajustes del rol de la autoridad y los grados de presencia paterna, hasta el derecho de los niños de tener un papá y una mamá.

Regresando al tema de los contenidos televisivos, encontramos que al no existir otro tipo de censura más que el tope horario, en aras de una completa libertad de expresión y ejercicio del libre albedrío, surge un problema justo cuando los padres de familia o tutores de niños o adolescentes, por diversas cuestiones no pueden o no desean supervisar la programación que los menores ven, quedando entonces desprotegidos y con un libre acceso a todo tipo de contenidos, incluyendo los inadecuados para su edad[204]. Se les considera desprotegidos

[204] De acuerdo a la reciente investigación de Ifetel, los niños y adolescentes en México se encuentran solos con algún contenido televisivo todos los días, y por "mucho tiempo" (2018, p. 25).

desde el supuesto de la misma reglamentación, que considera la necesidad de proteger a las audiencias vulnerables (Lineamientos de clasificación de contenidos audiovisuales, 2017, párr. 7,8). Es entonces preocupante que los menores tengan acceso a contenidos no adecuados para su edad; más ahora que no sólo están disponibles en la televisión, sino en otros dispositivos y plataformas, gracias a internet, quedando la responsabilidad de decidir sobre lo que conviene o no a cargo del menor mismo.

En la actualidad, donde se ha concretado ya la pluralidad y secularización, se identifica claramente que este proceso ha influenciado de manera importante la mayoría de los ámbitos sociales; además de los roles tradicionales de la familia, que ha sido trastocados. Así, constatamos que los medios de comunicación e información juegan un papel sustancial en la cultura y en la socialización (Santamaría, 2011) y que, por lo tanto, esto implica varios riesgos. Entre ellos, como ya se ha dicho, el de las audiencias vulnerables, pues es en este contexto donde se desarrollan y educan los niños y adolescentes, de tal forma que han quedado expuestos a todo tipo de influencias y contenidos mediáticos.

Es evidente que esta exposición, no sólo es a través de los contenidos televisivos, sin embargo, en México los niños ven televisión, en promedio, 4 horas con 46 minutos (Ifetel, 2018), y los adolescentes 4 horas y media, aproximadamente, (Nielsen IBOPE, 2018). Por ejemplo, si hablamos de los gustos de las audiencias vulnerables, encontramos que los programas favoritos de los niños —curiosamente todos en televisión abierta—son, en orden de preferencia (IFETEL, 2018):

1. *La rosa de Guadalupe*, dramatizado unitario (Televisa, 2008 a la fecha), clasificación B15, horario de lunes a viernes 19.30 hrs.

2. *La piloto*, telenovela (W Studios-Lemon Studios para Televisa, 2017), clasificación B15, horario de lunes a viernes 21.30 hrs.

3. *Bob Esponja*, caricatura (United Plankton Pictures-Nickelodeon, 1999 a la fecha) clasificación A, horarios varios.

4. *El chavo del 8*, comedia de situación (Televisa, 1971), clasificación A, horarios varios.

De los cuatro programas de televisión favoritos de los niños, dos no son adecuados para ellos. Tampoco son apropiados para todos los adolescentes, ya que su clasificación es para mayores de 15 años. Es decir, que de acuerdo a la clasificación estos dos programas pueden mostrar el cuerpo humano desnudo e incluir escenas que simulan relaciones sexuales de forma velada. Esta información disponible, sólo es de los programas favoritos.

De este modo, comprendemos que el tipo de contenidos televisivos, el tiempo de exposición y la diversidad de influencias mediáticas, obliga a conocer cuál es el significado y sentido que otorgan los menores, a esa pluralidad de representaciones e información; si tienen las habilidades cognitivas y conocimientos para realizar una interpretación activa y crítica, o por el contrario una alienada. Es importante conocer de qué manera los guía dicha interpretación y como forma parte en la toma de decisiones importantes para su vida, donde muchos de ellos tienen escasas oportunidades educativas y económicas.

> La reconfiguración de las prácticas que marcan el ser y estar en familia, con sus distintos grados de presencia y visibilidad adquieren significados particularmente importantes por el dinamismo que caracteriza a la sociedad en nuestros tiempos. En el contexto de las sociedades modernas se hacen más visibles los cuestionamientos a los sentidos y a los

> valores ofrecidos por las instituciones, ya que estos sentidos y valores son incapaces de responder al pluralismo y a la diversidad de identidades presentes en las culturas contemporáneas. Es decir que la sociedad, la cultura, en gran medida, se secularizan para mostrar desde las prácticas de los individuos, en tanto agentes, distintas formas de conducirse en sociedad (Bárcenas, 2011, p. 99).

Por otro lado, el régimen actual no concibe, y tal vez por ello no puede regular lo que ya se considera privado, porque sucede hacia el ámbito particular del hogar. Sin embargo, en una sociedad cada vez más plural, libre y abierta a todo tipo de influencias mediáticas, desde las favorables hasta las inconvenientes, como por ejemplo, el reciente reto de la Ballena Azul que llevó al suicidio y autolesión de adolescentes (Trincardi & Salvia, 2017), -y otras con contenidos audiovisuales que ensalzan actividades riesgosas-, entra a discusión hasta qué punto la educación y desarrollo de los menores es un asunto público o privado, y sobre todo estar conscientes hasta qué grado están habilitados los menores para ejercer su libre albedrío.

Es en esta última década en la que dentro de la publicidad y los contenidos audiovisuales se ha hecho un enorme despliegue de imágenes y mensajes relacionados con la sexualidad. A pesar de la lucha porque las mujeres dejen de ser consideradas como objeto sexual, la exhibición del cuerpo femenino semidesnudo –a veces en posiciones claramente eróticas- sigue promocionando todo tipo de productos comerciales y sin límite de horario. Lamentablemente, también en esta década, el embarazo adolescente se ha convertido en un problema de salud pública a nivel mundial, ocupando México el primer lugar entre los países de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE, 2016). Sería importante investigar si existe relación entre el libre acceso a la programación y la publicidad con alto contenido sexual, y el aumento del embarazo entre adolescentes.

En este contexto, el pleno ejercicio del libre albedrío por las audiencias, plantea entre otros retos, la necesidad de educar y habilitar a los menores, en tres áreas fundamentales, que cada vez se vuelven más importantes en los contenidos de la educación primaria y secundaria, y que se mencionan a continuación:

- El uso de los medios, su análisis crítico, para discernir lo saludable en las prácticas y representaciones en torno a violencia, sexualidad y adicciones –entre otras-, que son presentadas y resaltadas en los medios de comunicación (Albero, 2003);

- La formación de las capacidades que intervienen en la acción y el juicio moral (Kohlberg, 1992), a fin de que se orienten de manera racional y autónoma con principios generales de valor, y les permitan interrelacionarse y enfrentarse críticamente con la realidad (Buxarrais, Martínez, Puga, & Trilla, 1997). Ello supone además:

- El desarrollo de las habilidades intrapersonales de autorregulación y autoconocimiento (Buxarrais, et al., 1990).

Conclusiones

El desarrollo de la pluralidad y la secularización ha marcado la cultura y la moral sexual, provocando una gran apertura en las últimas décadas, haciéndose evidente en la educación básica y en los contenidos de la televisión. El Estado, que antes regulaba y controlaba todos

los procesos productivos, entre ellos los mediáticos, ha tomado un papel menos intervencionista, dando paso a la abierta participación de la iniciativa privada, lo que ha propiciado una diversidad de influencias. Anteriormente existió mayor censura; sin embargo, en la actualidad, gracias a la libertad de expresión, las audiencias eligen libremente lo que desean consumir.

Por otro lado, los roles tradicionales de la familia han sido trastocados de manera que los medios de comunicación e información han tomado un papel protagónico en la cultura y la socialización. Los padres o tutores, por cuestiones laborales, familiares u otras, no pueden o no quieren supervisar y restringir la programación televisiva que ven los niños y adolescentes, quienes quedan desprotegidos al quedar expuestos a todo tipo de influencias y contenidos mediáticos.

Aunque existe una clasificación legal de los contenidos televisivos en franjas horarias, ahora se encuentran disponibles permanentemente en otras plataformas y dispositivos, además los niños y los adolescentes pasan mucho tiempo en casa solos, sin supervisión restrictiva, de manera que son consumidores de contenidos inapropiados para su edad, por lo que podrían ser un riesgo para su sano desarrollo físico y mental.

De este modo, se vuelve necesario incluir nuevos contenidos en la educación básica, contenidos que desarrollen en las audiencias vulnerables, nuevas habilidades intrapersonales, valorales y relacionales para enfrentarse de una manera crítica y reflexiva a la diversidad y pluralidad existente en los medios, en especial en los contenidos televisivos.

Referencias bibliográficas

ABC. (2014). *Llegada del hombre a la Luna: La primera retransmisión televisiva planetaria*. *La guía TV de ABC*. 22 de julio de 2014. Recuperado de: http://laguiatv.abc.es/noticias/20140722/abci-luna-llegada-retransmision-television-201407221421.html

Agustín, J. (1996). *La contracultura en México*. México: Grijalbo.

Albero, A.M. (2003). *Adolescencia y medios de comunicación*. *Ambit Maria Corral d'investigació i difusió*. Recuperado de: http://www.academia.edu/4970294/Adolescencia_y_medios_de_comunicaci%C3%B3n

Bárcenas, B.K.B. (2011). *Como debe ser, como Dios manda. El Estado y la Iglesia Católica en las formas de regulación de la vida familiar en México. Cultura y religión*, (5)1, 95-116. Recuperado de: https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3713812

Buxarrais, M.R., Carrillo, I., Galcerán, M. M., López, S., Martín, X., Martínez, M., Paya, M., Puig, J.M., Trilla, J., y Vilar, J. (1990). *Ética i escola: el tractament pedagogic de la diferencia*. Barcelona: Ediciones 62.

Buxarrais, M.R., Martínez, M., Puig, J.M., y Trilla, J. (1997). *La educación moral en primaria y en secundaria. Una experiencia española*. México: SEP Biblioteca del normalista.

Diario Oficial de la Federación. (1973). *Reglamento de la Ley federal de radio y televisión y de la Ley de la industria cinematográfica*. 4 de abril de 1973. México: SEGOB. Recuperado de: http://www.ordenjuridico.gob.mx/Publicaciones/pdf/R79.pdf

Diario Oficial de la Federación. (2017). *Lineamientos de clasificación de contenidos audiovisuales de las transmisiones radiodifundidas y del servicio de televisión y audio restringidos.* México: SEGOB. 15 de febrero de 2017. Recuperado de: http://www.dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5471923&fecha=15/02/2017

Diario Oficial de la Federación. (2017). *Ley federal de telecomunicaciones y radiodifusión. Ultima reforma*. México: SEGOB. 31 de octubre de 2017. Recuperado de: http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/LFTR_311017.pdf

Elizondo, M.C. (1995). *El Estado mexicano después de su reforma*. *Política y gobierno*. (2)1, 95-113. Recuperado de: http://www.politicaygobierno.cide.edu/index.php/pyg/article/view/593/658

Gómez, P. H. (2007). *La Iglesia católica en México como institución de derecha*. *Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales*, 49(199), 63-78. Recuperado de: http://www.revistas.unam.mx/index.php/rmcpys/article/viewFile/42550/38657

Huerta-Wong, J.E., y Gómez, G.R. (2013). *Concentración y diversidad de los medios de comunicación y las telecomunicaciones en México*. *Comunicación y sociedad*, (19), 113-152. Recuperado de: http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0188-252X2013000100006

Instituto Federal de Telecomunicaciones. (2018). *Estudio cualitativo consumo de contenidos de radio y televisión por adolescentes.* México: Autor. Recuperado de http://www.ift.org.mx/sites/default/files/contenidogeneral/comunicacion-y-medios/adolescentesradiotvinternet300418.pdf

Mejía, B.F. (1998). *Historia mínima de la televisión mexicana*. En Sánchez, A. (coord.) *Apuntes para una historia de la televisión mexicana*. México: RMC/Espacio98. Recuperado de:http://mercadeoypublicidad.com/Secciones/Biblioteca/DetalleBiblioteca.php?recordID=6606&pageNum_Biblioteca=2&totalRows_Biblioteca=65&Tema=3&list=Ok

Monsiváis, C. (1990). *Control y Condón. La revolución sexual mexicana*. *Nueva Sociedad*. (109), 99-105. Recuperado de: http://nuso.org/media/articles/downloads/1921_1.pdf

Olmo del, A. (2011). *Guía para ver televisión de la A a la D. La clasificación de los programas en TV se hacen (sic) de acuerdo con su contenido, explica el director general de RTC, Álvaro Lozano*. *Excélsior.* 12 de junio de 2011. Recuperado de: http://www.excelsior.com.mx/2011/06/12/funcion/744203

Organización Mundial de la Salud. (2014). *El embarazo en la adolescencia. Nota descriptiva No. 364*. Recuperado de: http://www.who.int/mediacentre/factsheets/fs364/es/

Rodríguez, R.G. (2004). *Treinta años de educación sexual en México*. Trabajo presentado en Foro sobre Población, Desarrollo y Salud Sexual y Reproductiva. México: Grupo

Parlamentario Interamericano sobre Población y Desarrollo. Recuperado de: https://archivos.juridicas.unam.mx/www/bjv/libros/7/3483/3.pdf

Salas, L.M.L. (2009). *Migración y feminización de la población rural 2000-2005*. (Tesis doctoral) Universidad Autónoma de Zacatecas, México. Recuperado en: http://www.eumed.net/tesis-doctorales/2013/mlsl/ficha.htm

Santamaría, G.A. (2011). *La emigración, los medios de comunicación y la cultura del espectáculo en las transformaciones del Estado y la identidad nacional en México. Intersticios Sociales*, (1), 1-25. Recuperado de: http://148.202.248.171/colegiojal/index.php/is/article/view/12/12

Solórzano, C. (2000). *La construcción del régimen posrevolucionario y las atribuciones económicas del presidente*. *Estudios Políticos*, (23) 5ª época, 107-134.

Trincardi, G., y Salvia, M. (2017). *Conoce la verdad detrás del reto de la 'ballena azul'. Creepypasta, histeria mediática y suicidio adolescente*. *Excélsior*. 27 de mayo de 2017. Recuperado de: http://www.excelsior.com.mx/hacker/2017/05/27/1166087

La opinión pública en el discurso periodístico: del *vox populi* a la mediatización.

Public opinion in journalistic discourse: from vox populi to mediatization.

Yamila Gómez[205]

Resumen: El trabajo presenta los lineamientos teóricos y la consecuente delimitación conceptual y metodológica de la opinión pública en su dimensión discursiva, considerando las notas periodísticas sobre relevamientos de la misma (sondeos y encuestas). El abordaje propuesto se realiza a partir de tres ejes analíticos: 1) las modalidades de la opinión pública (mediatizaciones y discursos), 2) la historia de la opinión pública como fenómeno social y como objeto de estudio, y 3) el carácter de doble mediatización del discurso periodístico sobre los relevamientos de opinión pública.

Palabras clave: opinión pública, periodismo, mediatizaciones.

Introducción

El presente trabajo se enmarca dentro del desarrollo de una investigación doctoral en torno a la dimensión discursiva de la opinión pública. El eje de la tesis está anclado en el abordaje del discurso sobre la opinión pública materializado en las notas periodísticas sobre sondeos electorales. La pregunta central de dicha tesis plantea cuál es el sentido que se construye en torno a los sondeos de opinión en el discurso periodístico de los principales medios gráficos nacionales de Argentina, tomando como caso de estudio las elecciones presidenciales y legislativas de este país en el año 2015 (se aborda este período para el relevamiento empírico por considerar que el contexto electoral resulta propicio para recolectar un corpus sustancial de notas periodísticas sobre sondeos de opinión pública).
En el texto se realiza una aproximación teórica que permita la delimitación conceptual del objeto de estudio con miras al posterior diseño metodológico de la investigación. Esta indagación resulta sustancial para comprender el eje central del objeto de estudio, permitiendo delinear con mayor precisión su recorte. A continuación se presentará brevemente la reflexión teórica que condensa la perspectiva epistémica elegida en relación a la opinión pública a partir de tres ejes de análisis: 1) las posibilidades fenoménicas, y consecuentemente epistémicas, de la opinión pública como objeto de estudio (mediatizaciones y discursos), 2) la genealogía de la opinión pública desde su emergencia como fenómeno social a su abordaje como objeto de estudio, y 3) el carácter de doble mediatización del discurso periodístico sobre los relevamientos (sondeos, encuestas) de opinión pública.

Modalidades de la opinión pública: mediatizaciones y discursos

[205] Yamila Gómez es doctoranda en Ciencias Sociales por la Universidad de Buenos Aires (UBA), Magíster en Investigación en Ciencias Sociales (UBA) y Licenciada en Ciencias de la Comunicación (UBA), Argentina. Email: yamilagomez@gmail.com.

Como punto de partida pueden considerarse dos aspectos de la opinión pública: a) es un conocimiento en sí mismo constituido en discurso en tanto sentido social circulante sobre temas socialmente relevantes, y b) el acceso material a la misma está restringido a ciertas modalidades de vinculación y expresión de la ciudadanía. Estas modalidades pueden corresponderse a la esfera pública (expresiones y prácticas sociales espontáneas en un sentido habermasiano, tal como manifestaciones), a instancias estatales formales de representación (elecciones y plebiscitos, por ejemplo), a instancias estatales o privadas de indagación (estudios de opinión pública llevados a cabo por organismos o instituciones estatales o privadas que en general tienen circulación restringida en ámbitos especializados) o bien están atravesadas por los medios de comunicación (influenciados a su vez por una lógica de mercado y/o estatal según el sistema de medios). En el primer caso, puede tratarse de una expresión "cara a cara" (manifestación, protesta) o mediatizada (petición online, por ejemplo). En los otros casos, se trata siempre de mediatizaciones en tanto se requiere de dispositivos de comunicación que permitan un contacto no cara a cara. Además, en el último caso (donde intervienen los medios de la comunicación) la opinión pública es aludida referenciando a cualquiera de las otras tres modalidades, dándole existencia discursiva pero desde un sentido que, como tal, es una construcción.

Entonces, salvo casos donde recurriendo a la falacia "ad populum" el periodista o comunicador se erija a sí mismo como "voz del pueblo", la presencia de la opinión pública en los medios de comunicación se realiza a través de mediaciones[206] de sus expresiones espontáneas, de instancias de participación estatal o bien referenciando a los sondeos o encuestas de opinión, que en tanto sortean el contacto "cara a cara" se constituyen en mediatizaciones. Además, en el caso de las noticias sobre sondeos o encuestas, se aprecia un carácter particular: no refieren a acontecimientos o sucesos (manifestaciones o elecciones, por ejemplo) sino a otras construcciones discursivas de corte científico-estadístico).

Así, puede entenderse que las noticias de los medios de comunicación que versan sobre resultados de estudios de opinión pública (que podríamos denominar más sintéticamente "discurso periodístico-estadístico sobre la opinión pública") son un discurso resultante del entrecruzamiento de otros dos (el discurso científico-estadístico de los sondeos o mediciones de opinión pública y el discurso periodístico-noticioso). Tal como sostienen Fernández y Sznaider (2017) específicamente en relación a las mediciones de pobreza en la prensa:

> Cuando la ciencia estadística entrega indicadores cuantitativos para su difusión en los medios, porcentajes, tasas, proporciones pasan a formar parte de distintas cadenas significantes. Nos encontramos en el cruce entre tipos diferentes de discursos con condiciones de producción significante específicas: inicialmente, el discurso científico-técnico y el discurso periodístico-informativo. (p.114)

Con rigor conceptual, se podría concebir a la opinión pública como un discurso sobre temas de interés común circulante en el entramado social, discurso que puede manifestarse a través de dispositivos espontáneos de manifestación ciudadana, a través de dispositivos de participación estatales, a través de dispositivos de indagación científico-académica o bien a través de dispositivos mediáticos que cuando versan sobre los anteriores (como las noticias sobre sondeos y estudios de opinión pública) generan (meta)discursos. Lo interesante de

[206] Para profundizar la distinción y relación entre mediaciones y mediatizaciones se aconseja lo desarrollado por Hjarvard (2008).

este último dispositivo es que difunde aserciones sobre el estado de la opinión pública no ya sobre una falacia "*ad populum*" sino asentándose en el discurso estadístico que tiene un efecto de sentido des-ideologizante a partir del desdoblamiento discursivo (exhibición de sus condiciones de producción), a partir del "efecto de cientificidad" (Verón, 1993) que tiene el discurso científico:

> Aunque el discurso científico-técnico y el periodístico comparten su vocación denotativa y pedagógica porque acotan un referente y son susceptibles de ser declarados verdaderos o falsos, se diferencian entre sí porque el valor de *verdad* es más débil en el discurso informativo que en el científico-técnico, este último más específico y restringido en sus áreas de circulación social. (Fernández y Sznaider, 2017, p.118)

Puede verse entonces el interés del objeto de estudio seleccionado para esta investigación doctoral: el análisis de la opinión pública a partir de su existencia discursiva en los medios de comunicación a través de las noticias sobre sondeos en tanto las mismas adquieren mayor valor de verdad al sustentarse en el discurso científico-estadístico. Se trata de una perspectiva que procura ser novedosa en tanto el abordaje de la opinión pública se ha centrado hasta ahora en, por un lado, teorías que problematizan conceptualmente su definición y, por otro, desarrollos teórico-metodológicos sobre su relevamiento. Sin embargo, no se ha realizado hasta ahora el estudio de su carácter discursivo como podrá verse en los párrafos siguientes.

Hacia una historia de la opinión pública: de fenómeno social a constitución como objeto de estudio

Históricamente, la opinión pública puede identificarse como objeto de interés filosófico ya en el siglo VI a.c. con Parménides, quien distingue entre la vía de la verdad y la vía de la opinión. Esta concepción está presente luego en Platón, quien distingue la *doxa* u opinión de la *episteme* o conocimiento. Se trata de una perspectiva que mira con recelo a la opinión pública asociándola al desconocimiento, a lo opuesto al saber. De hecho la expresión "*vox populi, vox dei*" (la voz del pueblo es la voz de Dios, concibiendo a la opinión pública como autoridad) es vista con recelo hasta el siglo XIV cuando se produce la crisis secular en Europa y el surgimiento de las ciudades, en el tramo final de la Edad Media.
Es con el Renacimiento, cuando surge el espíritu racionalista y cientificista (Monzón Arribas, 1985) que la "voz del pueblo" comienza a tener lugar en el espacio público. De hecho ya a inicios del S XVI se observa una visión positiva de la opinión pública en los "Discursos" de Maquiavelo cuando incluso titula "La multitud es más sabia y constante que un príncipe." A su vez, con la propagación de la imprenta se consolidan las difusiones periódicas de acontecimientos de toda índole entre los que se destacaban las noticias políticas ante una naciente burguesía urbana cada vez más interesada en participar de asuntos de interés público:

> Por otro lado, la difusión de la imprenta en Europa va unida al desarrollo comercial e industrial de las principales ciudades. Litton llega a afirmar que en 1500 más de cincuenta ciudades alemanas tenían uno o más talleres de impresión. La imprenta sustituye las hojas manuscritas de noticias *(avvisi, zeitungen)* por hojas volantes impresas, que invaden Europa narrando para todos los sucesos más diversos: acontecimientos naturales, catástrofes de guerras, pestes y hambres, hechos milagrosos, etc. La regularidad de las hojas noticiosas

> posibilitó la aparición de las gacetas a finales del siglo xvi, impresas semanalmente en su mayoría por iniciativa privada. (Monzón Arribas, 1985, p.84)

Para mediados del siglo XVIII el concepto de opinión pública se encuentra condensado en la obra de Rousseau y, a fines de ese mismo siglo, se materializa su expresión a través del concepto democrático de ciudadanía inaugurado por la Revolución Francesa. Surgirán así tres de los dispositivos de manifestación de la opinión pública antes mencionados: las manifestaciones ciudadanas en la esfera pública, las instancias de representación estatales y los discursos de la prensa gráfica. Es decir que hasta la segunda década del siglo XX la opinión pública permanece inasible, incapaz de ser objetivizada, para el conocimiento científico. Pero cuando esto sucede se produce un corrimiento a modo de sinécdoque donde termina reduciéndose la opinión pública a uno de los dispositivos por los cuales puede manifestarse: el sondeo estadístico. Así, la opinión pública pasa a convertirse de fenómeno político-social a objeto de conocimiento empírico:

> A partir del momento en que aparecen los sondeos como técnica de investigación, será necesario un lapso de tiempo muy corto para que la noción de opinión pública vuelva a adaptarse al dispositivo que le confiere objetivación, y pase de ser representado como un concepto ambiguo, con límites poco determinados, a convertirse en un constructo "mensurable". (Mañaz Ramírez, 2005, p.91)

Lo anterior no es menor: la opinión pública pasa a ser mensurable y los primeros esbozos por abordarla pasan de ser de meramente teóricos e intuitivos a observables mediante el abordaje científico y el respaldo estadístico. Así, las preocupaciones desde la teoría clásica donde se reflexionaba sobre las tensiones entre lo público y lo privado (Georg Hegel), entre la libertad individual y la colectiva (John Stuart Mill) o sobre el carácter desinformado de la emergente sociedad de masas (Tocqueville, Bryce, Lowell), e incluso los desarrollos iniciales en torno de la influencia de los medios (Lippmann) tienen luego su correlato mediante la indagación empírica a través de los desarrollos encabezados por Lasswell y la Mass Communication Research.

En relación con los desarrollos teóricos, marco de distintos abordajes empíricos de la opinión pública, cabe destacar los aportes conceptuales de la Escuela de Frankfurt así como los abordajes de Habermas dentro de la Teoría Crítica que dan lugar a la opinión pública como voz de la sociedad civil. Desde la sociología no sólo se destacan las bases conceptuales de Weber y Durkheim sino también la perspectiva iniciada por Berger y Luckmann acerca de la opinión pública como parte del conocimiento de la vida cotidiana de los individuos. En cuanto a la psicología de masas, serán Freud y Le Bon quienes resulten los aportes más relevantes retomando la conceptualización de la masa como impulsiva y manipulable, reavivando así (con Tarde) la inquietud acerca del grado de instrucción de la opinión pública. Finalmente, el otro aporte sociológico fundamental viene dado por Niklas Luhmann, quien a partir de la teoría general de sistemas reinserta a la opinión pública en una estructura mayor de comunicación pública de temas emergentes de interés común.

A partir de lo anterior puede verse cómo recién en el siglo XX comienza a florecer el abordaje y discurso científico-estadístico como dispositivo de acceso y vinculación con la opinión pública. Es también a partir del desarrollo de este aspecto que, con su llegada a los medios masivos de comunicación con anclaje específico dentro de la práctica periodística, se genera otro dispositivo: la dimensión discursiva de la opinión pública cristalizada en el discurso de la prensa sobre los sondeos de la misma.

En consecuencia, no interesa aquí tanto la conceptualización de la opinión pública, que puede ser sintetizada como expresión de la soberanía popular, como manifestación de la sociedad acerca de asuntos de interés público (Monzón, 1996). El eje central, en cambio, es cómo un dispositivo de expresión y vinculación con la misma (los sondeos de opinión) es retomado por los medios de comunicación. Cabe aquí mencionar que si se considera que los medios de comunicación pueden intervenir en las imágenes que se tienen del mundo (Lippmann, 1964), y que los individuos se guían en su vida diaria a partir de un "termómetro" acerca del estado de la opinión pública (Noelle-Neumann, 1992), especial relevancia cobra la difusión en los medios de sondeos a través de un discurso periodístico que, como ya se mencionó, refuerza su valor de verdad al apelar al verosímil del discurso científico-estadístico.

Los sondeos en los medios: la doble mediatización

Ahora bien, ¿qué aportes desde la comunicación podrían resultar relevantes para analizar el discurso periodístico sobre los sondeos de opinión pública? A los autores ya mencionados anteriormente puede sumarse, especialmente si se desea ahondar en la presencia mediática y efectos de la opinión pública periodísticamente tematizada, la teoría de la "agenda setting" iniciada en la década de 1970 por McCombs y Shaw, así como los desarrollos ulteriores sobre la misma recorridos cabalmente por Mauro Wolf (1994) y Baquerín de Riccitelli (2008). En cuanto al encuadre noticioso o teoría del framing, complemento actual imprescindible para entender la agenda de los medios, las investigaciones más recientes corresponden a los trabajos de Aruguete (2009; 2015) así como cabe referir a los desarrollos previos de Sábada (2001; 2007).
Junto a lo anterior podría observarse el proceso de producción de ese discurso periodísticos sobre los sondeos de opinión, lo que remitiría a los hallazgos realizados en el campo de la comunicación en relación al newsmaking o construcción de las noticias, criterios de noticiabilidad, gatekeeping y rutinas periodísticas (Arrueta, 2010; Rodrigo Alsina, 2005; Luchessi & Martini, 2004; Martini, 2001). Finalmente, y específicamente sobre comunicación y sondeos electorales, podrían considerarse los estudios sobre la relación entre medios de comunicación y esfera política, como los trabajos de Lang y Lang (1985), Borrat (1989), Muraro (1997), Verón (1998) y Menéndez (2009); e incluso antecedentes sobre medios y procesos electorales (Cheresky, 1999; D´Adamo & García Beaudoux, 2004; Corvaglia, 2011).
Finalmente, cabe destacar una perspectiva teórica diferencial, dentro del campo de la comunicación, para la temática abordada: el estudio de las mediatizaciones. El análisis del discurso periodístico sobre la opinión pública puede realizarse desde su presencia mediática, desde sus características representacionales en tanto mediación, desde su proceso productivo e incluso desde la economía mediática analizando su relación con la esfera política. Todas son perspectivas válidas y diferenciales. Ahora bien, para comprender el aspecto discursivo de la opinión pública en los medios cabe también analizar los modos de acceso a la misma implicados en el recorte de esta investigación doctoral. Estos modos de acceso implican dos mediatizaciones:

1) las herramientas técnicas y tecnológicas, con sus prácticas asociadas, que dan lugar a la generación de un discurso social de la ciudadanía que no es cara a cara sino que está modalizado a través de relevamientos, encuestas y sondeos, y materializado textualmente en los informes de estos estudios.

2) las herramientas técnicas y tecnológicas, con sus prácticas asociadas, que dan lugar a la generación de un (meta) discurso periodístico que refiere al discurso científico-estadístico sobre la opinión pública materializado en sondeos.

Se trata entonces de un proceso de doble mediatización donde la primera, es decir la manifestación de la opinión pública sistematizada para el conocimiento dentro del ámbito científico-académico (público o privado), luego es retomada en una segunda mediatización que divulga (y devuelve) a la primera al ámbito de la esfera pública. Entonces, por un lado se encuentran los relevamientos sobre opinión pública que se constituyen en mediatizaciones que permiten a quienes los llevan a cabo "contactarse" con el estado dicha opinión a través de dispositivos técnicos como encuestas y sondeos. Y, por otro lado, se encuentran los discursos periodísticos sobre estos relevamientos que ofrecen a sus receptores esa misma posibilidad de intercambio o "contacto con la opinión pública" pero no ya bajo el discurso científico-académico puro sino sirviéndose de él y de su valor de verdad. Consecuentemente, en el caso del discurso sobre los relevamientos de opinión pública, debe considerarse que se trata de una doble mediatización.
Cuando se habla de mediatizaciones, la referencia a la noción de dispositivo es inevitable:

> En primer lugar, denominamos mediatización a todo sistema de intercambio discursivo de vida social que se realiza mediante la presencia de dispositivos técnicos que permiten la modalización espacial, temporal o espacio-temporal del intercambio (directo, grabado, presencia o no del cuerpo, indicialidad, iconocidad o simbolicidad, etc.). (Fernández, 2016, p.76)

Puede verse la centralidad de la noción de dispositivo en la medida en que el mismo es necesario para subsanar el vínculo comunicacional en intercambios que no son cara a cara. El dispositivo, entonces, puede ser comprendido como un conjunto de determinaciones que incluyen medios y técnicas de producción, modos de circulación y reproducción, lugares de acceso y soportes de distribución (Aumont, 1990). Según Agamben (2001), un dispositivo es "cualquier cosa que tenga de algún modo la capacidad de capturar, orientar, determinar, interceptar, modelar, controlar y asegurar los gestos, las conductas, las opiniones y los discursos de los seres vivos" (p.257).
No obstante, cabe mencionar que no interesan sólo las características técnicas de los dispositivos (en las dos mediatizaciones mencionadas serían la metodología de investigación en el primer caso y aspectos de producción periodística en el otro) sino también las posibilidades que brindan desde el punto de vista de la comunicación. Es decir que al aspecto técnico se le deben añadir dos niveles más: la especificidad discursiva y los usos o prácticas sociales (Fernández, 2016). A continuación se presenta un cuadro comparativo que permite visualizar las principales diferencias, así como la relación, entre los niveles que componen ambas mediatizaciones[207]:

[207] Debido al recorte del objeto de estudio de esta investigación no se ha incluido en este cuadro la mediatización sobre la opinión pública relativa a las instancias formales y estatales de participación/representación. Por el mismo motivo tampoco se han incluido las mediatizaciones de la opinión pública a través de manifestaciones no cara a cara, como en el caso de la participación digital, por ejemplo.

Mediatizaciones sobre la opinión pública

	Relevamientos de opinión pública	Notas periodísticas sobre relevamientos de opinión pública
Dispositivo técnico	Reglas del proceso de investigación + técnica de encuesta	Reglas de producción de la noticia + aspectos técnicos del medio específico en que se publica
Discurso específico	Discurso científico-estadístico (académico o comercial). Con características de verosímil, desdoblamiento o exhibición de sus condiciones de producción	Discurso periodístico. Con características de entrecruzamiento con discurso científico-estadístico, reforzando su valor de verdad.
Práctica social	Relevamiento del estado de la opinión pública por parte de consultoras o equipos de investigación con particulares (ej.: políticos) e instituciones (empresas, organismos estatales) como destinatarios.	Difusión del "estado de la opinión pública" a la misma ciudadanía bajo forma fáctica (la encuesta como hecho empírico).

Los tres niveles se encuentran estrechamente relacionados. Puede considerarse, siguiendo a Eliseo Verón, que un discurso es una configuración espacio-temporal de sentido cuyas restricciones de generación (condiciones de producción) incluyen las características del dispositivo. Se trata de características inherentes al dispositivo sobre las cuales se monta ese discurso y que a su vez también se relacionan con las condiciones de recepción, los usos y prácticas, del mismo. El dispositivo, entonces, es uno de los factores que influyen en las gramáticas de producción y de reconocimiento de los discursos.

Es por este motivo que al inicio de este trabajo se desarrolló una breve historia en torno a la opinión pública y al surgimiento de los relevamientos científicos sobre la misma. Se trata de un abordaje necesario para comprender el origen de las prácticas sociales de mediatización de dicha opinión pública y el surgimiento del soporte técnico (encuesta y metodología estadística para observar la opinión pública). Se realizó ese breve recorrido histórico porque los sondeos de opinión, eje de esta investigación, no escapan a la visión diacrónica necesaria en el análisis: "Todo dispositivo tiene una genealogía y una historicidad que explica su régimen de aparición, reproducción, funcionamiento y crisis" (García Fanlo, 2011, p.7) En el caso aquí estudiado, puede verse cómo el desarrollo del dispositivo de las mediatizaciones condensadas en relevamientos sobre la opinión pública, que decanta en un valor verdad cientificista, resulta sustancial para las mediatizaciones consistentes en las notas periodísticas que apelan (y se impregnan de) ese valor de verdad.

Asimismo, retomando los desarrollos de Scolari (2008), debe también considerarse el objetivo diferencial entre ambas mediatizaciones puesto que este incidirá sobre el nivel discursivo y la práctica social relacionada. Mientras que en las mediatizaciones de relevamientos sobre la opinión pública el objetivo primario es la adquisición de un conocimiento (para fines públicos o privados), en el caso de las mediatizaciones consistentes en notas periodísticas el objetivo central puede ser considerado tanto la difusión del conocimiento como meramente comercial de acuerdo a la perspectiva institucional del medio de comunicación.

Reflexiones finales

A partir de los ejes analíticos anteriores se pudo realizar un ejercicio de refinamiento de los objetivos específicos de la investigación así como un primer delineado metodológico de la misma, considerando que la entrada a las mediatizaciones debe contemplar los tres niveles que las componen.

Primero, para el abordaje del dispositivo se requerirá del estudio cuanti y cualitativo de las noticias sobre sondeos (puntualmente de las elecciones 2015 en Argentina, de acuerdo al caso seleccionado) considerando tanto el aspecto material de la mediatización periodística en sí (correspondiente a las condiciones de posibilidad y límites técnicos de la prensa gráfica) como la relación o contrato que se propone al lector a través de esta materialidad. Así se podrán observar las características formales y estructurales de las noticias sobre relevamientos de opinión pública electoral y, a su vez, determinar el contrato de lectura propuesto a los lectores de las noticias.
En cuanto al abordaje del nivel discursivo, a través de una matriz categorial, se propone el relevamiento de huellas que, por su regularidad, den cuenta de marcas de género (desde lo temático y estructura formal) y estilo del discurso periodístico sobre los relevamientos de opinión pública electoral.
Finalmente, para analizar el nivel de las prácticas o usos sociales relacionados con estas mediatizaciones, cabe mencionar que tanto las prácticas relacionadas a la generación de relevamientos de opinión pública como su publicación en medios periodísticos a través de distintos actores intervinientes (periodistas, consultoras, políticos), puede estudiarse desde la perspectiva antes aludida del *newsmaking* y las rutinas periodísticas.
A modo de cierre, claramente preliminar dado que se trata de una investigación doctoral en ciernes, cabe reflexionar acerca del necesario recorrido socio-histórico y conceptual que debe hacerse en relación al objeto de estudio para una delimitación más precisa del mismo y de su consecuente abordaje metodológico.-

Bibliografía

Agamben, G. (2011). ¿Qué es un dispositivo? *Sociológica*, número 73, pp. 249-264.

Arrueta, C. (2010). *¿Qué realidad construyen los periódicos?* Buenos Aires, Argentina: La Crujía.

Aruguete, N. (2015). *El poder de la agenda: política, medios y público.* Buenos Aires, Argentina: Biblos.

Aruguete, N. (2009). Estableciendo la agenda. Los orígenes y la evolución de la teoría de la Agenda Setting. *Ecos de la comunicación*, Año 2 Nº 2, pp. 11-38.

Aumont, J. (1990). *La Imagen*. Barcelona, España: Paidós.

Baquerín de Riccitelli, T. (2008). *Los medios aliados o enemigos del público?: derivaciones de las teorías de las comunicaciones surgidas en los setenta.* Buenos Aires, Argentina: Educa.

Bobillo, F. (1987). La opinión pública. *Revista de Estudios Políticos*, Nº 58, pp. 37-60.

Borrat, H. (1989). *El periódico, actor político.* Barcelona, España: Gustavo Gil.

Botticelli, S. (2011). Discursos, dispositivos, sujetos. Algunos apuntes metodológicos. En *IX Jornadas de Sociología*. Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires, Buenos Aires.

Cheresky, I. (2006). Elecciones en América Latina: poder presidencial y liderazgo político bajo la presión de la movilización de la opinión pública y la ciudadanía. *Nueva Sociedad* 216, pp. 14-27.

Cingolani, G. (2015). Sobre la distinción medio/dispositivo en Eliseo Verón. En Fausto Neto et al., *Relatos de investigaciones sobre mediatizaciones* (pp. 55-70). Rosario, Argentina: UNR Editora.

Cingolani, G. (2014). ¿Qué se transforma cuando hay mediatización? In F. Rovetto & M. C. Reviglio (Eds.), *Estado actual de las investigaciones sobre mediatizaciones* (pp. 11–23). Rosario, Argentina: UNR Editora.

Dader Garcia, J. L. (1992). *El periodista en el espacio público*. Barcelona, España: Bosch.

D'Adamo, O., García Beaudoux, V. y Freidenberg, F. (2000). *Medios de comunicación, efectos políticos y opinión pública. Una imagen, ¿vale más que mil palabras?* Buenos Aires, Argentina: Editorial de Belgrano.

D'Adamo, O. y García Beaudoux, V. (2003). ¿Distorsiona la prensa la percepción social que la opinión pública construye acerca del delito, la violencia y la inseguridad? *Revista de Psicología Social*, Vol. 18, Nro. 1, pp.3-16.

D´Adamo, O., García Beaudoux, V. y Freidenberg, F. (2000). Efectos políticos de los medios de comunicación. Un análisis de la función de establecimiento de la agenda. *Psicología Política*, Nº 20, pp.47-63.

Fausto Neto, A. (Ed.) (2015). *Relatos de investigaciones sobre mediatizaciones*. Rosario, Argentina: UNR Editora.

Fernández, M.(2014). Sobre la mediatización. Revisión conceptual y propuesta analítica. *La Trama de la Comunicación*, vol. 18, pp. 189-209.

Fernández, J. L. (2016). Plataformas mediáticas y niveles de análisis. *InMediaciones de la comunicación 11,* pp.71-96.

Fernández, J. L. y Sznaider, B. (2017). Alrededor de la medición de la pobreza en la prensa. Dilemas, demandas y saberes. *Revista Sociedad*, N° 35, pp.113-134.

Ferry, J. M., Wolton, D. Et al (1992). *El nuevo espacio público.* Madrid, España: Gedisa.

García Fanlo, L. (2011). ¿Qué es un dispositivo?: Foucault, Deleuze, Agamben. *A Parte Rei. Revista de Filosofía, Nº* 74, pp.1-8.

García Beaudoux, V., D'Adamo, O. y Slavinsky, G. (2005). *Comunicación política y campañas electorales.* Barcelona, España: Gedisa.

Habermas, J. (1981). *Historia y crítica de la opinión pública.* Madrid, España: G. Gilli.

Hjarvard, S. (2008). The mediatization of society. A theory of the media as agents of social and cultural change. *Nordicom Review* 29 (2), pp. 105-13.

Lippmann, W. (1964). *La opinión pública.* Buenos Aires, Argentina: Compañía General Fabril Editora.

Luchessi, L. y Martini, S. (2004). *Los que hacen las noticias: periodismo, información y poder*. Buenos Aires, Argentina: Biblos.

Mañas Ramírez, B. (2005). Los Orígenes Estadísticos de las Encuestas de Opinión. *Empiria, Revista de Metodología de las Ciencias Sociales*, pp.89-113.

Martini, S. (2001). *Periodismo, Noticia y Noticiabilidad*. Buenos Aires, Argentina: Editorial Norma.

McCombs, M. (2006). *Estableciendo la agenda: El impacto de los medios en la opinión pública y en el conocimiento*. Buenos Aires, Argentina: Paidós.

Menéndez, C. (2009). *Política y medios en la era de la información*. Buenos Aires, Argentina: La Crujía.

Monzón Arribas, C. (1985). Orígenes y primeras teorías sobre la opinión pública: el liberalismo y el marxismo. *Revista de estudios políticos*, Nº44, pp. 81-114.

Monzón, C. (1996). *Opinión pública, comunicación y política. La formación del espacio público.* Madrid, España: Tecnos.

Muraro, H. (1991). *Políticos, Periodistas y Ciudadanos*. Buenos Aires, Argentina: Editorial Fondo de Cultura Económica.

Noelle-Neumann, E. (1992). La espiral del silencio. Una teoría de la opinión pública. En Jean-Marc Ferry, Dominique Wolton Et al, *El nuevo espacio público.* Madrid, España: Gedisa.

Price, V. (1994). *La opinión pública. Esfera pública y comunicación.* Barcelona, España: Paidós.

Paz, A. P. (2009). Sobre mediaciones y mediatizaciones: el fenómeno de la opinión pública y la necesaria complementariedad de los aportes disciplinarios para su abordaje. Recorrido por algunas perspectivas contemporáneas clave. *Razón y Palabra*, Nº 66.

Rodrigo Alsina, M. (2005). *La construcción de la noticia*. Barcelona, España: Paidós.

Sábada, T. (2007). *Framing: el encuadre de las noticias. El binomio terrorismo medios.* Buenos Aires, Argentina: La Crujía.

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

Traversa, O. (2001). Aproximaciones a la noción de dispositivo. *Signo & Seña*, Nº 12, pp.231-248.

Tufró, M. (2016). Mediatización(es) de las prácticas políticas: Los vecinos, la "inseguridad" y el ecosistema mediático. *La trama de la comunicación*, Vol. 20 (2), pp. 145-161.

Verón, E. (1998). Mediatización de lo político. En Gauthier, G. Gosselin. A. y Mouchon, J. (comps.). *Comunicación y Política.* Barcelona, España: Gedisa.

Verón, E. (1993). *La semiosis social*. Barcelona, España: Gedisa.

Valor-notícia no *Facebook*: as reportagens do jornal *Diário Catarinense* que mais geram acessos e engajamento

Value of the news on Facebook: the reports of the newspaper Diário Catarinense that generate more access and engagement

Ingrid Cristina dos Santos[208]

Resumo: A partir de uma reflexão sobre o consumo de notícias por mídias sociais, bem como a respeito da relação conflituosa entre essas plataformas e os veículos de comunicação, investiga-se a possibilidade de que os valores-notícia percebidos pelos leitores possam ser diferentes ao consumir conteúdos via capa do site jornalístico; acessar notícias por meio do *Facebook*; reagir, comentar ou compartilhar reportagens publicadas nesse site de rede social. Para isso, foi escolhido como estudo de caso o jornal *Diário Catarinense*. As conclusões indicam que há diferenças, mas também existem muitas semelhanças entre as notícias acessadas nas diferentes plataformas.

Palavras-chave: Jornalismo; *Facebook*, Valor-notícia.

Introdução

Desde o surgimento – no início dos anos 2000 nos Estados Unidos – e posterior popularização das mídias sociais digitais, os meios de comunicação deixaram de ter o controle sobre a distribuição de seus conteúdos na Internet, que passou a ser feita principalmente por essas plataformas. Conforme estudo do Pew Reseach Center publicado em setembro de 2017, 67% dos adultos nos Estados Unidos acessam notícias por meio de mídias sociais. A mais expressiva é o Facebook, canal através do qual 45% dos americanos consomem notícias.

No Brasil, a porcentagem da população que acessa conteúdos jornalísticos via sites de redes sociais é de 66%, uma queda de 6% em comparação com o ano anterior, segundo o relatório da Reuters de 2017[209]. Parte desse decréscimo pode ser explicada pelo crescimento da audiência vinda de aplicativos de mensagens privados – 46% dos brasileiros ouvidos pela pesquisa relataram consumir notícias por *Whatsapp*. Apesar da tendência de estabilização do acesso a notícias via sites de redes sociais, eles ainda são extremamente relevantes para gerar tráfego aos sites jornalísticos.

Apropriados pelos veículos de comunicação – seja para atrair audiência, aumentar a relevância da marca ou para relacionar-se com o leitor – os sites de redes sociais surgiram inicialmente como espaços de interação entre diferentes atores, e não devem ser confundidos com o termo “redes sociais”, como explica Raquel Recuero.

---

[208] Mestranda do Programa de Pós-graduação em Jornalismo da Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC), Brasil. Email: ingridcris@gmail.com

[209] Retirado de https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/Digital%20News%20Report%202017%20web_0.pdf

> Enquanto a rede social é uma metáfora utilizada para o estudo do grupo que se apropria de um determinado sistema, o sistema, em si, não é uma rede social, embora possa compreender várias delas. Os sites que suportam redes sociais são conhecidos como "sites de redes sociais". Embora quase todas as ferramentas de comunicação mediada pelo computador sejam capazes de suportar redes sociais, Boyd e Ellison (2007) definem esses sistemas como aqueles que permitem a publicização da rede social, como característica diferencial. Esses sites permitem, assim, uma nova geração de "espaço públicos mediados" (Boyd, 2007). O conceito refere-se a "ambientes onde as pessoas podem reunir-se publicamente através da mediação da tecnologia". (Recuero, 2009, p. 41)

Assim, veículos de comunicação entram nesses ambientes, criando seus próprios perfis ou páginas, para fazer parte da conversação ali travada. No entanto, essa relação entre os meios jornalísticos e os sites de redes sociais sempre foi turbulenta e vem ganhando contornos ainda mais fortes recentemente. Prova disso foi a decisão anunciada pelo jornal Folha de São Paulo de deixar de publicar conteúdos no *Facebook*, "após a decisão da rede social de diminuir a visibilidade do jornalismo profissional nas páginas de seus usuários" (*Folha de São Paulo*, 2018)[210]. Atitude semelhante havia sido tomada pelo grupo Globo em 2013, que retirou links dos seus sites do *Facebook*, porém a empresa voltou atrás na definição depois de alguns meses.

No centro da polêmica está o algoritmo do *Facebook*, que funciona como um filtro sobre os conteúdos a que os usuários têm acesso dentro da plataforma. As regras e critérios para que determinados conteúdos apareçam ou não para o público nunca foram divulgadas de forma clara e transparente pela empresa de Mark Zuckerberg. Em janeiro de 2018, o anúncio de que a mídia social passaria a priorizar publicações de amigos e familiares em detrimento de marcas e empresas gerou preocupação entre jornalistas e proprietários de meios de comunicação.

Além de exibir cada vez menos conteúdos jornalísticos aos usuários, o filtro do *Facebook* é criticado pela restrição dos assuntos, que ocasionaria a formação de bolhas ideológicas – uma vez que as informações que aparecem para cada pessoa geralmente estão baseadas em seus próprios gostos, opiniões e preferências. Ou seja, os usuários teriam acesso apenas a informações que vão ao encontro do que pensam, podendo tornar-se intolerantes em relação a opiniões contrárias.

Outro argumento negativo em relação à mídia social, usado principalmente por veículos de comunicação, é o de que os leitores nessas plataformas acessariam notícias pouco relevantes jornalisticamente, preferindo conteúdos mais apelativos. Seriam, portanto, menos fiéis às marcas jornalísticas, pois tenderiam a clicar em publicações que lhes chame a atenção, sem ser motivados pela credibilidade da fonte produtora do conteúdo em questão.

Essa possível propensão a sentir-se atraído por conteúdos sensacionalistas está também relacionada ao fenômeno das notícias falsas ou *fake news* – escolhida pelo dicionário Collins a expressão mais utilizada em 2017. Um dos episódios recentes em que informações falsas tiveram grande impacto na realidade foi a compra de anúncios em plataformas de redes sociais por parte de russos para favorecer a eleição de Donald Trump nos Estados Unidos.

Ao mesmo tempo em que o acesso a conteúdos através de mídias sociais pode ter

[210] Disponível em: < https://www1.folha.uol.com.br/poder/2018/02/folha-deixa-de-publicar-conteudo-no-facebook.shtml>. Acesso em 8 de fevereiro de 2018.

aspectos negativos para a sociedade, é inegável que essas plataformas também potencializam o alcance do jornalismo de qualidade produzido por muitos profissionais e veículos de comunicação do mundo todo.

Além disso, foi com o surgimento da Internet e das mídias sociais digitais que os cidadãos passaram a também produzir conteúdos, tornando-se "prosumers" ou "prosumidores" – termo cunhado por Alvin Toflfer em 1980 como a junção dos termos "produtor" e "consumidor", ou seja, um consumidor que produz conteúdos – e propiciando o surgimento da cultura participativa descrita por Henry Jenkins.

> A expressão cultura participativa contrasta com noções mais antigas sobre a passividade dos espectadores dos meios de comunicação. Em vez de falar sobre produtores e consumidores de mídia como ocupantes de papéis separados, podemos agora considerá-los como participantes interagindo de acordo com um novo conjunto de regras, que nenhum de nós entende por completo. Nem todos os participantes são criados iguais. Corporações - e mesmo indivíduos dentro das corporações da mídia - ainda exercem maior poder do que qualquer consumidor individual, ou mesmo um conjunto de consumidores. E alguns consumidores têm mais habilidades para participar dessa cultura emergente do que outros. (Jenkins, 2009, p. 30)

Independentemente das polêmicas e incertezas que circundam a relação entre Jornalismo e mídias sociais, é inegável que essas plataformas são canais poderosos de comunicação com o leitor, além de fontes significativas de tráfego para os sites de notícias. Levando em conta a relevância delas para a distribuição do conteúdo jornalístico, este artigo tem como tema central as diferenças e semelhanças entre os valores-notícia verificados em conteúdos jornalísticos em três situações distintas: consumo de notícias por meio da *homepage* do jornal; acesso a notícias por meio da página do jornal no *Facebook*; interações (reações, comentários e compartilhamentos) com notícias nesse site de rede social.

Para isso, foi feito um estudo da audiência do site do jornal *Diário Catarinense*, comparando as 20 notícias mais lidas via *Facebook*, as 20 notícias que geraram mais engajamento nessa mídia social e as 20 notícias mais acessadas via *homepage* do mesmo jornal no ano de 2017. O objetivo foi identificar quais foram os valores-notícia mais caros aos leitores ao acessarem conteúdos jornalísticos via capa do site e por meio do *Facebook*, bem como ao interagir com publicações na página do jornal no *Facebook*.

A relação entre jornalismo e mídias sociais

A Internet teve origem em 1969 nos Estados Unidos, para fins militares, e passou a ser comercializada a partir da década de 1990, com o desenvolvimento da *world wide web* (www) – aplicação de compartilhamento de informação que permitiu à Internet abarcar o mundo todo, conforme Castells (2003). A popularização dela para a sociedade em geral ocorreu apenas em 1995, conforme o pesquisador. "A Internet é um meio de comunicação que permite, pela primeira vez, a comunicação de muitos com muitos, num momento escolhido, em escala global" (Castells, 2003, p. 8).

A partir da massificação da Web, começaram a surgir os sites de redes sociais. A evolução dessas plataformas, com as modalidades diferenciais de interação, é analisada por Lúcia Santaella e Renata Lemos.

> Primeiramente, no início da segunda parte dessa década, realizou-se a possibilidade

> pioneira de interatividade em tempo real para redes socialmente configuradas (ICQ). Essa realização caracteriza as RSIs 1.0. Em seguida, o salto em direção às redes sociais 2.0 foi dado a partir do compartilhamento em rede social de arquivos, interesses etc. Entrávamos na era do Orkut, MySpace, LinkedIn etc. A partir de 2004, com a criação do Facebook, entramos na era das RSIs 3.0, caracterizadas pela integração com as outras redes e pelo uso generalizado de jogos sociais como o Farmville e Mafiawars, assim como aplicativos para a mobilidades. (Santaella & Lemos, 2010, p. 58)

Atualmente, a maior rede social do mundo é o *Facebook*. Criado por Mark Zuckerberg em 2004, com a missão de "dar às pessoas o poder de compartilhar e fazer do mundo um lugar mais aberto e conectado" (*Facebook*, 2004), o *Facebook* abriu seu escritório brasileiro em 2011. Seis anos depois, o número de pessoas conectadas mensalmente à plataforma era de 102 milhões, conforme dados da própria empresa.

A plataforma é composta por um "*feed*", também chamado de linha do tempo, onde aparecem os conteúdos publicados por amigos e páginas. Ao cadastrar-se, o usuário tem duas opções: pode criar um perfil, voltado a pessoas comuns, ou uma página, categoria disponibilizada para marcas e personalidades públicas. Os conteúdos exibidos na linha do tempo de cada usuário são definidos com base no algoritmo do *Facebook*, que sofre mudanças constantes.

Uma das atualizações mais recentes – que prioriza publicações de amigos e familiares, diminuindo o alcance de conteúdos de páginas jornalísticas – foi vista por muitos como uma maneira de eximir-se da responsabilidade pela propagação das chamadas "*fake news*". Outra justificativa seria o fato de que a empresa de Mark Zuckerberg quer que os veículos de comunicação paguem para ter seus conteúdos distribuídos pela plataforma.

Para o pesquisador Jeff Jarvis, o controle da distribuição de conteúdos jornalísticos por parte do *Facebook* é preocupante, porém ele é otimista ao defender que é possível incorporar o Jornalismo às conversas das pessoas no site de rede social, criando conteúdos de qualidade "compartilháveis". Nesse contexto, o professor muda sua concepção de Jornalismo, que antes era: "ajudar comunidades a organizar seu conhecimento para melhor se organizarem".

> Então agora eu tenho uma nova definição para o Jornalismo, um imperativo que acredito que organizações jornalísticas compartilham com o Facebook (se ele pretende realmente criar comunidades). Minha definição de Jornalismo: "convocar as comunidades para uma conversa civil, informada e produtiva, reduzindo a polarização e criando confiança ao ajudar os cidadãos a encontrar um terreno comum em fatos e compreensão". (Jarvis, 2018)[211]

Jarvis afirma que jornalismo e notícias têm claramente espaço no *Facebook*. Dessa forma, os veículos de comunicação precisam aprender a criar conteúdos "conversacionais". Ele defende também que os sites de redes sociais devem ajudar as organizações jornalísticas a ganhar dinheiro com isso, assim, todos ganham, especialmente os cidadãos.

A relação entre jornalismo e redes sociais também é objeto de estudo de Raquel Recuero, que a classifica em três categorias: redes sociais como fontes produtoras de informação;

[211] Tradução livre de: "*So now I have a new definition for journalism, an imperative that I believe news organizations share with Facebook (if it is serious about building communities). My new definition of journalism: convening communities into civil, informed, and productive conversation, reducing polarization and building trust through helping citizens find common ground in facts and understanding*".

redes sociais como filtros de informações e redes sociais como espaços de reverberação dessas informações (Recuero, 2009). O primeiro caso ocorre quando a informação é divulgada em primeira mão na rede social, antes de ser noticiada pela imprensa, podendo pautar os assuntos abordados pelos veículos de comunicação. Ainda na primeira categoria, se encaixam situações em que jornalistas encontram nas mídias sociais especialistas e possíveis entrevistados para tratar de determinados temas em reportagens.

No segundo tipo de relação, "as redes sociais vão atuar de forma a coletar e republicar as informações obtidas através de veículos informativos ou mesmo de forma a coletar e a republicar informações observadas dentro da própria rede" (Recuero, 2009, p. 47). Exemplos dessas situações são compartilhamentos no Facebook e retweets no Twitter, em que os usuários fazem sua própria curadoria das informações, republicando o que consideram relevante.

O terceiro caso está relacionado não apenas à difusão de informações, mas também ao debate em torno delas, como nos Trending Topics do Twitter, possibilitando que conteúdos jornalísticos sejam reverberados e passem a fazer parte das conversas nos sites de redes sociais.

No entanto, além das notícias produzidas por jornalistas, conteúdos oriundos das mais diversas fontes circulam nas mídias sociais. Conforme já citado, nesses espaços, qualquer cidadão tem voz e suas publicações podem ganhar alcance global. Para Primo "as organizações midiáticas tradicionais não saíram de cena, mas sim desceram do palco central e agora colaboram e competem com vários outros atores, com os quais disputam pela atenção de múltiplas audiências". (Primo, 2011, p. 13). Essa disputa por atenção traz a reflexão sobre quais tipos de notícias são consumidas pelos usuários no ambiente das redes sociais.

Valores-notícia nas mídias sociais

As mudanças recentes no cenário da comunicação e do jornalismo, com a cultura da convergência, em que os meios coexistem, cada um com suas características e especificidades e a cultura participativa, em que o público já não é mais passivo, produz conteúdos e os dissemina (Jenkins, 2009); além da perda do controle da distribuição dos conteúdos jornalísticos pelos veículos de comunicação pode ter reflexos nos valores-notícia, tanto da perspectiva dos jornalistas como dos leitores ou "prossumidores".

Ao ler uma revista ou jornal impresso, o leitor precisa folhear todas ou grande parte das páginas de conteúdos selecionados por jornalistas até chegar à reportagem que lhe interessa. No meio desse processo, pode se deparar com alguma outra notícia que lhe chame a atenção e acabar lendo algo que inicialmente não leria. Da mesma forma, ao assistir um noticiário televisivo na TV aberta, o telespectador tem de ver todas as reportagens que antecedem àquela que ele realmente quer ver. Na Internet, e especialmente nos sites de redes sociais, o consumo de notícias é diferente.

Enquanto nos meios de comunicação tradicionais a lógica do *gatekeeping*[212] – seleção das

[212] Criado pelo psicólogo Kurt Lewin em 1947, no campo da Psicologia, o termo foi aplicado ao jornalismo em 1950 por David White. 7 Tradução livre de: "*Completes the shift from a focus on summarising the information contributed to a news story by a variety of news sources (...) In other words, gatewatchers fundamentally publicise news (by pointing to sources) rather than publish it (by compiling an apparently complete report from the available sources)*".

notícias feita pelo jornalista – permanece, na Internet surge o *gatewatching*, como explica Canavilhas citando Bruns.

> Esta realidade permite verificar que à primeira acção de gatekeeping dos jornalistas, segue-se uma segunda protagonizada por utilizadores de referência, porém esta segunda acção de selecção apresenta características diferentes da anterior: já não se trata de seleccionar/resumir informação, mas sim de indicar pistas de leitura. Bruns (2003) chamou a esta actividade "Gatewatching" referindo que ela "completa a mudança de um foco no resumo da informação contribuída para uma notícia por uma variedade de fontes de notícias (...) Em outras palavras, gatewatchers fundamentalmente divulgam as notícias (apontando para fontes) em vez de publicá-las (compilando um relatório aparentemente completo das fontes disponíveis).[7] (Bruns, 2003, s/n). (Canavilhas, 2010, p. 5)

Assim, a figura do *gatewacher* está inserida em um contexto de múltiplas fontes e excesso de informação, que fazem com que os meios de comunicação disputem a atenção dos leitores (Canavilhas, 2010). Para Dalmonte e Ferreira, as diferentes práticas do Jornalismo digital podem interferir nos seus critérios de noticiabilidade.

> Com o advento do webjornalismo, surge o desafio de se pensar quais são os novos critérios de noticiabilidade que, por um lado, passam a marcar o modus operandi dessa esfera; por outro, reconfiguram as concepções acerca do efeito de sentido propostas pelas especificidades dessa narrativa jornalística. (Dalmonte & Ferreira, 2008)

A necessidade de se pensar sobre critérios de noticiabilidade surge da constatação de que não há espaço nos veículos jornalísticos para a publicação da infinidade de acontecimentos do dia a dia (Silva, 2013). Além disso, a quantidade limitada de profissionais que apuram, redigem e publicam as notícias, torna necessária a existência de parâmetros que determinem quais fatos devem ser noticiados. Essa curadoria feita pelos jornalistas – e atualmente também exercida pelos leitores, na forma do *gatewatching* – obedece, entre outros fatores, a valores-notícia.

Conforme Gislene Silva, os critérios de noticiabilidade abarcam três instâncias: na origem do fato, como seleção primária dos fatos e valores-notícia; no tratamento dos fatos, na seleção hierárquica dos fatos e na produção da notícia, que abrange desde condições organizacionais e materiais até cultura profissional e relação jornalista-fonte e jornalista-receptor; e na visão dos fatos, sobre fundamentos ético-epistemológicos, como objetividade, verdade e interesse público. Assim, os valores-notícia fazem parte da primeira instância de seleção:

> No que diz respeito especificamente aos valores-notícias, o conceito poderia ser demarcado sistematizando-se aspectos apontados de forma ligeira por vários autores. Chamados também de valores informativos ou fatores de notícia, esse grupo de critérios cerca a noticiabilidade do acontecimento considerando origem do fato, fato em si, acontecimento isolado, características intrínsecas, características essenciais, atributos inerentes ou aspectos substantivos do acontecimento. Antes de se pensar nos critérios de noticiabilidade atuantes no tratamento do fato, e em todas as diferenciações de apresentação da notícia em produtos jornalísticos diversos, é possível investigar a repetição da seleção primária, a homogeneidade da escolha por diferentes profissionais e veículos. (Silva, 2013, p. 98)

A autora sistematiza e avalia os atributos dos acontecimentos definidos por diferentes autores, como Tobias Peucer, Nelson Traquina, Mauro Wolf, Michael Kunczik, Manuel Carlos Chaparro, Mário Erbolato e Nilson Lage, inclui outros atributos e propõe uma tabela

operacional de valores-notícia, que possibilite análises de acontecimentos noticiosos selecionados ou selecionáveis:

Tabela 1. Proposta de tabela de valores-notícia para operacionalizar análises de acontecimentos noticiáveis / noticiados

IMPACTO Número de pessoas envolvidas (no fato) Número de pessoas afetadas (pelo fato) Grandes quantias (dinheiro)	**PROEMINÊNCIA** Notoriedade Celebridade Posição hierárquica Elite (indivíduo, instituição, país) Sucesso/Herói
CONFLITO Guerra Rivalidade Disputa Briga Greve Reivindicação	**ENTRETENIMENTO/CURIOSIDADE** Aventura Divertimento Esporte Comemoração
POLÊMICA Controvérsia Escândalo	**CONHECIMENTO/CULTURA** Descobertas Invenções Pesquisas Progresso Atividades e valores culturais Religião
RARIDADE Incomum Original Inusitado	**PROXIMIDADE** Geográfica Cultural
SURPRESA Inesperado	**GOVERNO** Interesse nacional Decisões e medidas Inaugurações Eleições Viagens Pronunciamentos
TRAGÉDIA/DRAMA Catástrofe Acidente Risco de morte e Morte Violência/Crime Suspense Emoção Interesse humano	**JUSTIÇA** Julgamentos Denúncias Investigações Apreensões Decisões judiciais Crimes

Fonte: Silva, G. (2005). Para pensar critérios de noticiabilidade. Estudos em Jornalismo e Mídia, 2 (1). Retirado de https://periodicos.ufsc.br/index.php/jornalismo/article/viewFile/2091/1830.

Metodologia

Com o objetivo de identificar os valores-notícia mais frequentes no consumo de conteúdos jornalísticos no *Facebook* e compará-los com os atributos dos acontecimentos das notícias acessadas por meio da *homepage* do site, foram escolhidas as métricas "*pageviews*" ou "páginas vistas" e "engajamento". A primeira é referente à quantidade de páginas acessadas pelos usuários no site, mensurada neste artigo pelo *Google Analytics*.

A segunda diz respeito ao envolvimento dos leitores com as publicações do jornal no *Facebook*. Definido como a manifestação comportamental do consumidor diante de uma marca, que vai além da simples compra do produto em questão, o engajamento se dá quando é criada uma conexão entre o consumidor e a empresa, que pressupõe uma interação permanente do consumidor. (Van Doorn et al., 2010).

Para fins práticos, a taxa de engajamento pode ser mensurada a partir do comportamento e das interações do usuário com determinada *fan page* e com os posts nela publicados. Entre as possibilidades de interação que o *Facebook* disponibiliza em uma postagem estão as reações, comentários e compartilhamentos. A soma desses elementos, dividida pelo total de curtidores de uma página e multiplicada por 100 gera a taxa de engajamento. Neste artigo, os dados de engajamento utilizados foram extraídos de uma planilha que o próprio *Facebook* fornece.

Como estudo de caso, foi escolhido o jornal *Diário Catarinense*, do grupo NC. Criado em 1986, o periódico tem uma média de 6 milhões de visitas por mês em seu website e mais de um milhão de fãs em sua página no *Facebook*. Para a análise, foram feitos três levantamentos: as 20 notícias com mais engajamento na página do jornal no *Facebook*, as 20 notícias mais lidas por meio do *Facebook* e as 20 notícias mais acessadas via homepage, todas referentes ao ano de 2017. As ferramentas usadas para a extração dos dados, conforme já citado, foram o próprio *Facebook* e o *Google Analytics*.

Cada uma das notícias elencadas nos três rankings foi classificada com base no quadro de valores-notícia proposto por Gislene Silva, exposto anteriormente. Além disso, foi acrescentado a cada uma um ou mais atributos secundários, que podem ser outros valores-notícia entre aqueles já propostos no modelo utilizado; características que já estavam contempladas dentro dos valores-notícia da tabela ou ainda características identificadas pela autora deste artigo, com a finalidade de complementar os valores-notícia atribuídos. O resultado de tal categorização pode ser observado abaixo.

A primeira tabela mostra a lista das 20 notícias com mais engajamento na página do DC no *Facebook*:

Tabela 2. As 20 notícias com mais engajamento no Facebook do Diário Catarinense em 2017

	Título da notícia	Valor-notícia	Atributo secundários
1	VÍDEO: Veja a diferença das praias catarinenses depois do avanço da água	Raridade	Fenômeno climático
2	Casa de menino que ajudou no resgate das vítimas com o avião da Chapecoense é reformada	Tragédia / Drama	Emoção, interesse humano
3	Cão que desapareceu durante tornado volta para casa quase dois anos depois em SC	Tragédia / Drama	Emoção, interesse humano, animais
4	Frio intenso chega ao Estado nos próximos dias.	Proximidade	Fenômeno climático
5	Carnes podres e uso de produtos cancerígenos: o que a PF encontrou na operação contra frigoríficos	Justiça	Informação de serviço
6	Orcas são avistadas na Barra da Lagoa, em Florianópolis	Raridade	Animais
7	Banhista chama polícia para tirar cão-guia de turista cega da praia em Balneário Camboriú e gera tumulto	Polêmica	Animais
8	GALERIA: Fotos da neve em Urupema	Raridade	Fenômeno climático
9	Vereadores de Blumenau dispensam celular e pedem passe de ônibus no lugar do carro oficial	Raridade	Proeminência
10	SC registra queda de granizo e rajadas de vento de até 104 km/h	Raridade	Fenômeno climático
11	Menino de 6 anos comove policiais com gesto e ganha presente de Páscoa em Jaraguá do Sul	Tragédia / drama	Emoção, interesse humano
12	MP que autoriza saque do FGTS de contas inativas corre risco de não ser votada por causa de crise	Governo	Informação de serviço
13	Cobra semelhante à naja é encontrada em Balneário	Raridade	Animais

	Camboriú		
14	Confira dicas para passeio na calmaria da Ilha do Grant, em Barra Velha	Entretenimento / curiosidade	Informação de serviço, programação
15	Canadá busca brasileiros para setor de TI, com salários de até R$ 19 mil	Raridade	Informação de serviço
16	Inverno começa quarta-feira e será típico com frio e tempo seco em SC	Proximidade	Fenômeno climático
17	Brasil e SC são eleitos o país e o Estado mais lindos do mundo	Proximidade	Notícia positiva
18	Florianópolis é a segunda melhor capital para se viver no país	Proximidade	Notícia positiva
19	Vila na Itália oferece 2 mil euros para pessoas se mudarem para lá	Raridade	Informação de serviço
20	Alunos da rede estadual de SC não terão mais exame final e nota média para aprovação será 6	Governo	Informação de serviço

Fonte: Elaborada pela autora com dados do Facebook e informações do artigo Silva, G. (2005). Para pensar critérios de noticiabilidade. Estudos em Jornalismo e Mídia, 2 (1). Retirado de https://periodicos.ufsc.br/index.php/jornalismo/article/viewFile/2091/1830.

Na segunda tabela, são exibidas as 20 notícias do DC mais lidas via *Facebook*.

Tabela 3. As 20 notícias do DC mais lidas via *Facebook* em 2017

	Título da notícia	Valor-notícia	Atributo secundários
1	Banhista chama polícia para tirar cão-guia de turista cega	Polêmica	Animais
2	Vídeo da PM mostra ligações reais de mulheres violentadas	Tragédia / drama	Violência
3	Casa de menino que ajudou no resgate das vítimas com o avião da Chapecoense é reformada	Tragédia / Drama	Emoção, interesse humano
4	Padre é preso suspeito de abusar de ao menos cinco crianças em Joinville e São Francisco do Sul	Tragédia / Drama	Violência
5	"A minha morte foi decretada quando fui banido da universidade!!!", diz reitor da UFSC em bilhete	Tragédia / Drama	Morte
6	Tratamento em Houston não consegue salvar a vida de Camille	Tragédia / Drama	Morte
7	"Ele prometeu que ia matá-las", conta pai das três moças mortas em Cunha Porã, no Oeste de SC	Tragédia / Drama	Morte
8	Identificado motorista que atropelou três pessoas em Jurerê neste domingo, em Florianópolis	Tragédia / Drama	Violência no trânsito
9	Reitor da UFSC comete suicídio em shopping de Florianópolis	Tragédia / Drama	Morte
10	Pai é suspeito de matar a filha e crime é descoberto em velório do acusado	Tragédia / Drama	Violência, raridade
11	Fatma pede que banhistas evitem banho de mar nas próximas 24 horas em Santa Catarina	Impacto	Informação de serviço
12	Alunos da rede estadual de SC não terão mais exame final e nota média para aprovação será 6	Governo	Informação de serviço
13	Cobra semelhante à naja é encontrada em Balneário Camboriú	Raridade	Animais
14	Convite de Bolsonaro a Prates movimenta tabuleiro e repercute no país	Governo	Proximidade, raridade
15	Carga de concreto despenca do	Raridade	Inusitado

	maior prédio do país em Balneário Camboriú		
16	Trabalhadores receberão parte dos lucros do FGTS; saiba se você terá direito	Governo	Informação de serviço
17	Vila na Itália oferece 2 mil euros para pessoas se mudarem para lá	Raridade	Informação de serviço
18	Turista morta em Florianópolis casou há nove meses e planejava ter filhos	Tragédia / drama	Violência
19	Calendário para saques de contas inativas do FGTS divulgado nas redes sociais é falso, alerta Caixa	Governo	Informação de serviço
20	Cão que desapareceu durante tornado volta para casa quase dois anos depois em SC	Tragédia / Drama	Emoção, interesse humano, animais

Fonte: Elaborada pela autora com dados do Google Analytics e informações do artigo Silva, G. (2005). Para pensar critérios de noticiabilidade. Estudos em Jornalismo e Mídia, 2 (1). Retirado de https://periodicos.ufsc.br/index.php/jornalismo/article/viewFile/2091/1830.

A terceira tabela traz as 20 notícias mais lidas do DC via *homepage* do site.

Tabela 4. As 20 notícias do DC mais lidas via *homepage* em 2017

	Título da notícia	Valor-notícia	Atributo secundários
1	Reitor da UFSC comete suicídio em shopping de Florianópolis	Tragédia / Drama	Morte
2	"A minha morte foi decretada quando fui banido da universidade!!!", diz reitor da UFSC em bilhete	Tragédia / Drama	Morte
3	AO VIVO: acompanhe o dia de paralisações em Santa Catarina	Conflito	Greve, informação de serviço
4	Veja categorias que paralisarão atividades nesta sexta-feira em SC	Conflito	Greve, informação de serviço
5	Florianópolis tem noite de ataques a bases policiais e intenso tiroteio	Tragédia / drama	Violência
6	"A universidade não vai esquecer jamais de quem foi Luiz Carlos Cancellier", diz vice-reitora da UFSC	Tragédia / drama	Morte, emoção
7	Duas pessoas morrem em dois acidentes com sete carros na SC-401	Tragédia / drama	Violência no trânsito
8	Três homens morrem após confronto entre grupos rivais na Costeira, em Florianópolis	Tragédia / drama	Violência, conflito
9	Dois delegados federais são mortos a tiros em Florianópolis	Tragédia / drama	Violência, proeminência
10	Público vai decidir o novo nome da RBS TV em Santa Catarina	Entretenimento / curiosidade	Proximidade
11	Policial civil desaparecida é encontrada morta em Balneário Camboriú	Tragédia / drama	Violência
12	Reitor da UFSC é preso em operação da PF que investiga desvio de recursos	Justiça	Proximidade
13	O que já se sabe sobre a morte de dois delegados da Polícia Federal após troca de tiros em Florianópolis	Tragédia / drama	Violência, proeminência
14	Saiba quem são os sete presos e os cinco conduzidos em operação	Justiça	Proximidade

	da PF na UFSC		
15	Pelo menos 10 cidades de Santa Catarina registram chuva forte, vendaval ou queda de granizo	Raridade	Fenômeno climático
16	Carga de concreto despenca do maior prédio do país em Balneário Camboriú	Raridade	Inusitado
17	Mulher morre em acidente com moto na avenida Beira- Mar	Tragédia / drama	Violência no Trânsito
18	AO VIVO: acompanhe as manifestações em SC nesta sexta-feira de greve geral	Conflito	Informação de serviço
19	Morre jovem atropelado em Jurerê, no Norte da Ilha	Tragédia / drama	Violência no trânsito
20	Banhista chama polícia para tirar cão-guia de turista cega da praia em Balneário Camboriú e gera tumulto	Polêmica	Animais

Fonte: Elaborada pela autora com dados do Google Analytics e e informações do artigo Silva, G. (2005). Para pensar critérios de noticiabilidade. Estudos em Jornalismo e Mídia, 2 (1). Retirado de https://periodicos.ufsc.br/index.php/jornalismo/article/viewFile/2091/1830.

Embora cada notícia possa ser identificada com mais de um atributo, optou-se neste artigo por escolher um valor-notícia principal para cada uma – selecionando aquele que melhor representasse o acontecimento ou tema em questão – seguido do atributo secundário, que complementa a avaliação.

Outra ponderação necessária é o fato de que as notícias elencadas foram publicadas em diferentes formatos. A maioria delas eram links que continham textos, porém algumas eram vídeos, contidos dentro de links ou publicados diretamente na plataforma do *Facebook*. A diferença no formato interfere na taxa de engajamento, uma vez que o site de rede social privilegia determinados formatos, como o vídeo. No entanto, entendeu-se que o fator determinante nos levantamentos feitos foi o conteúdo em si, por essa razão, mantiveram-se aqui os diferentes formatos.

Por fim, é necessário observar também que, para além do interesse do leitor e do que ele julga relevante, as notícias mais lidas ou que tiveram maior envolvimento do público dependem de outros fatores, como o período de tempo que o link de determinada notícia permaneceu na capa do site e qual foi o destaque que ela ganhou na *homepage* (se foi a manchete principal, se ocupou um espaço menos nobre e com menos visibilidade, se ficou mais em cima ou mais para baixo na rolagem da página). O ranking também depende do algoritmo do *Facebook*, que determina se o alcance das publicações estava alto ou baixo no dia da publicação das notícias em questão. É influenciado ainda pela foto que foi usada, se era muito ou pouco atrativa. De qualquer maneira, feitas essas ressalvas, considera-se que o fator preponderante para determinar os assuntos e acontecimentos mais acessados é realmente o interesse do leitor.

Análise

No ranking do engajamento (tabela 2), o valor-notícia encontrado com maior frequência foi "raridade", presente em oito dos 20 itens analisados, contendo temas como fenômenos climáticos, aparecimento de animais e oportunidades em outros países. Em segundo lugar, ficou "proximidade", com quatro ocorrências. Esse atributo foi empregado em duas notícias positivas sobre Florianópolis e Santa Catarina, e em dois conteúdos a respeito de fenômenos climáticos que não são raros, como frio intenso e inverno típico.
O terceiro colocado em engajamento foi "tragédia / drama", com três ocorrências, todas elas voltadas à emoção e ao interesse humano, como o garoto que ganhou presente de Páscoa de policiais ou o menino que ajudou na queda do avião da Chapecoense e teve sua casa reformada. As três notícias também poderiam ser classificadas como histórias inspiradoras. O valor-notícia "governo" apareceu duas vezes, ambas situações em que as informações prestadas podem ser categorizadas como informações de serviço, pois trazem assuntos que interferem diretamente na vida do leitor, como mudança na nota média de aprovação da rede estadual de ensino e saque do FGTS de contas inativas.
Os valores "polêmica", justiça" e "entretenimento / curiosidade" aparecem uma única vez cada um. Nessas duas últimas categorias, as notícias também poderiam ser classificadas como informação de serviço, já que tratavam do estado da carne encontrada em uma operação da Polícia Federal e de dicas para passeio em Barra Velha, respectivamente. Ou seja, ambas trazem temas que podem impactar diretamente no dia a dia no usuário.
Entre as reportagens que tiveram mais *pageviews* via *Facebook* (tabela 3), o valor-notícia encontrado em maior quantidade foi "tragédia / drama", com 11 ocorrências, mais da metade das 20 analisadas. Nota-se que, entre as 11, apenas duas diziam respeito a assuntos emocionantes ou de interesse humano. A maioria, nove, eram referentes a morte ou violência. Em seguida, aparece "governo", com quatro notícias categorizadas, sendo 3 delas informações de serviço, como, por exemplo, dados sobre saque de FGTS. "Raridade" foi identificado como valor-notícia principal em 3 dos conteúdos analisados. "Polêmica" e "impacto" apareceram uma vez cada um. Novamente, a notícia que recebeu a classificação de "impacto" também pode ser entendida como uma informação de serviço ao leitor, pois tratava-se de um alerta para que banhistas evitassem o banho de mar em Santa Catarina.
No último levantamento (tabela 4), sobre os conteúdos mais acessados via *homepage* do site do Diário Catarinense, o componente "tragédia / drama" também foi o que mais apareceu, com 11 ocorrências – todas relacionadas a violência ou morte. Em segundo lugar ficou a categoria "conflito", exibida três vezes, todas elas referentes a informações de serviço, como paralisações e greves, que provocariam o não- funcionamento de alguns setores no Estado. "Raridade" e "justiça" foram valores encontrados em duas notícias cada um. Já "polêmica" apareceu uma única vez. Nesse último caso, tratou-se da matéria "Banhista chama polícia para tirar cão-guia de turista cega da praia em Balneário Camboriú e gera tumulto", que ficou na 20° posição em acessos via *homepage*. Essa mesma matéria ficou em primeiro lugar no levantamento das mais acessadas por meio do *Facebook*, e na 6° posição entre os conteúdos com mais engajamento na mídia social. Percebe-se que as notícias se repetem entre as três tabelas, o que denota que os interesses dos públicos que consomem conteúdo jornalístico via *homepage* e via *Facebook*, além daqueles que comentam, compartilham ou reagem a uma publicação no site de rede social são parecidos. No entanto, algumas características são peculiares a cada grupo.

Notícias relacionadas a fenômenos climáticos tendem a provocar mais discussão e reações por parte dos usuários do que audiência. Elas foram encontradas cinco vezes no ranking de engajamento, uma no levantamento de acessos via *homepage* e nenhuma na lista de acessos via Facebook. Outra particularidade do engajamento foram os conteúdos inusitados, como vereadores que pediram passe de ônibus em vez de carro oficial. As histórias inspiradoras, classificadas aqui dentro de "tragédia / drama", também geraram comentários, reações e compartilhamentos.

As informações de serviço – presentes em matérias classificadas por diferentes valores-notícia e observadas na coluna dos atributos secundários – aqui entendidas como notícias que trazem conteúdos que interferem diretamente na vida dos leitores, que fazem com que possam planejar suas rotinas com base nelas, foram encontradas nos três rankings: 6 vezes no engajamento, 5 vezes nos acessos via *Facebook* e 3 vezes nas páginas vistas por meio da *homepage*.

Publicações que continham temas relacionados a animais também apareceram nos três levantamentos, sendo 4 ocorrências no ranking do engajamento, 3 ocorrências na lista de cliques por meio do *Facebook* e uma vez nos acessos via capa do site.

Já as notícias que abordavam violência ou morte, categorizadas como "tragédia / Drama", estiveram presentes com maior frequência nos rankings de páginas vistas, seja pela *homepage*, com 11 ocorrências, seja pelo *Facebook*, com 9 situações encontradas. No levantamento do engajamento, não apareceu nenhuma notícia relacionada a violência ou morte. Isso mostra que os leitores clicam nesse tipo de reportagem, porém não se engajam, não curtem, comentam ou compartilham essa espécie de conteúdo, ou, pelo menos, não a ponto de que isso ficasse evidente na lista de 20 matérias com mais envolvimento, como observado na tabela 2.

É interessante observar também que alguns valores-notícia ficaram de fora ou apareceram com pouca frequência nos rankings analisados, como "impacto", "conhecimento / cultura", "justiça", "entretenimento / curiosidade" e "polêmica". Ao pensar em temas ou em editorias de um jornal, não apareceram nos levantamentos reportagens de economia e de esportes. No caso da política, a única notícia exibida foi "Convite de Bolsonaro a Prates movimenta tabuleiro e repercute no país". Já os conteúdos sobre segurança foram encontrados nos dois rankings de acessos, tanto via homepage como por meio do *Facebook*.

Conclusões

As mídias sociais, em especial o *Facebook*, ainda são extremamente importantes para os veículos de comunicação. Além de ser um poderoso distribuidor dos conteúdos jornalísticos, com potencial de alcance global, o *Facebook* é um importante canal de comunicação com os leitores, uma plataforma que permite aos jornalistas aproximarem-se do público e fazerem parte das conversações travadas por ele.

Além da geração de tráfego para os sites e da possibilidade de diálogo, o site de rede social permite o *feedback* do leitor em tempo real, o que pode ser de grande importância na definição das pautas e abordagens a serem seguidas. Reações, comentários e compartilhamentos podem ser indicadores preciosos sobre o comportamento do usuário. Os dados de audiência e engajamento disponibilizados pela plataforma também tornam mais fácil o conhecimento do público.

No entanto, a falta de transparência sobre os critérios que regem o algoritmo e a recente

decisão do *Facebook* de restringir o alcance de páginas jornalísticas coloca em risco a relação da plataforma com os veículos de comunicação. Isso prejudica não apenas as organizações jornalísticas, mas também o site de rede social, que deixa de fazer parcerias para disseminação de conteúdos jornalísticos que poderiam ser interessantes para, por exemplo, evitar a divulgação das chamadas "*fake news*".

Neste artigo, buscou-se verificar se há diferença entre os conteúdos que mais geram envolvimento dos leitores no *Facebook*, as notícias mais clicadas no *Facebook* e aquelas mais acessadas via *homepage* do site. O objetivo foi constatar se há distinções entre os valores-notícia percebidos pelos usuários ao consumir conteúdos jornalísticos em diferentes plataformas. O resultado mostrou nove notícias em comum a pelo menos dois dos três levantamentos. No total, foram seis conteúdos comuns ao ranking de engajamento e ao de acesso via *Facebook*; quatro notícias comuns às tabelas de acessos por meio do Facebook e da capa do site e apenas uma notícia comum à lista de engajamento e de reportagens mais lidas via *homepage*.

Ao olhar para os valores-notícia encontrados em cada uma das 60 notícias classificadas, percebe-se que "tragédia / drama" foi o atributo mais frequente tanto para conteúdos acessados através do *Facebook* como via capa do site, enquanto "raridade" foi o valor-notícia mais presente no ranking do engajamento na mídia social. Embora haja distinções entre os atributos das notícias nos três levantamentos, não se verificou, na análise realizada, um acesso maior a conteúdos pouco relevantes jornalisticamente pelo *Facebook* em comparação com a capa do site. Se praticamente não foram observadas notícias de cunho econômico ou político, tampouco foram encontrados conteúdos sobre famosos ou temas frívolos de maneira geral.

O conhecimento do público e dos conteúdos buscados por ele permite aos jornalistas – muito além de poder produzir notícias que seus leitores querem ler – desenvolver abordagens e formatos mais atrativos para assuntos de relevância pública. Embora os dados aqui analisados sejam referentes ao jornal selecionado, entende-se que eles podem assemelhar-se ao comportamento do público de outros veículos e trazer inspiração para jornalistas e pesquisadores de maneira geral.

Referências bibliográficas

Bruns, A. (2005). *Gatewatching: collaborative online news production*. New York, NY: Peter Long Publishing

Canavilhas, J. (2010). Do gatekeeping ao gatewatcher: o papel das redes sociais no ecossistema mediático. *Anais II Congresso Internacional Comunicación 3.0*. Outubro de 2010. Retirado de http://campus.usal.es/~comunicacion3punto0/comunicaciones/061.pdf

Facebook Business. (2016). *102 milhões de brasileiros compartilham seus momentos no Facebook todos os meses*. Abril de 2016. Retirado de https://www.facebook.com/business/news/102-milhes-de-brasileiros-compartilham-seus-momentos-no-facebook-todos-os-meses

Facebook Business. (2016). *Building a Better News Feed for You*. Junho de 2016. Retirado de http://newsroom.fb.com/news/2016/06/building-a-better-news-feed-for-you

Facebook Business. (2014). *Informação da empresa*. Setembro de 2014. Retirado de http://br.newsroom.fb.com/company-info

Ferrari, P. (2004). *Jornalismo Digital.* (2 ed.). São Paulo, Brasil: Contexto.

Ferreira, G. & Marcus; Dalmonte, E. (2008). Webjornalismo, critérios de noticiabilidade e efeitos de sentido. *Comunicação: Veredas*, 7 (7). Novembro de 2008. Retirado de https://repositorio.ufba.br/ri/bitstream/ri/1803/1/Webjornalismo,%20crit%C3%A9rios %20de%20noticiabilidade%20e%20efeitos%20de%20sentido.pdf

Jarvis, J. (2018). *Facebook's Changes*. Janeiro de 2018. Retirado de https://medium.com/whither-news/facebooks-changes-235c9089ae40

Jenkins, H. (2009). *Cultura da Convergência*. (2 ed). São Paulo, Brasil: Aleph.

Primo, A. (2011). Transformações no jornalismo em rede: sobre pessoas comuns, jornalistas e organizações; blogs, Twitter, Facebook e Flipboard. *Intexto*, 2 (25), 130-146. Dezembro de 2011.

Recuero, R. (2012). *A conversação em rede: comunicação mediada pelo computador e redes sociais na internet*. Porto Alegre, Brasil: Sulina.

Recuero, R. (2009). Atos de ameaça à face e à conversação em redes sociais na internet. In Primo, A., *Interações em rede*. Porto Alegre: Sulina

Recuero, R. (2009). *Redes Sociais na Internet*. Porto Alegre, Brasil: Sulina.

Recuero, R. (2009). Redes sociais na internet, difusão de informação e jornalismo: elementos para discussão. In Soster, A.; Firmino, F., *Metamorfoses jornalísticas 2: a reconfiguração da forma* (pp. 39-55). Santa Cruz do Sul: EDUNISC

Recuero, R. (2008). *O que é Mídia Social?* Outubro de 2008. Retirado de http://www.raquelrecuero.com/arquivos/o_que_e_midia_social.html

Reuters Institute (2017). *Digital News Report 2017*. Retirado de https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/Digital%20News%20Report %202017%20web_0.pdf

Santaella, L., & Lemos, R. (2010). *Redes sociais digitais: a cognição conectiva do Twitter*. São Paulo, Brasil: Paulus.

Silva, G. (2005). Para pensar critérios de noticiabilidade. *Estudos em Jornalismo e Mídia*, 2 (1). Retirado de https://periodicos.ufsc.br/index.php/jornalismo/article/viewFile/2091/1830

Toffler, A. (1980). *A terceira onda: a morte do industrialismo e o nascimento de uma nova civilização*. (2. ed.). Rio de Janeiro, Brasil: Record.

Vann Doorn, J., Lemon, K.N., Mittal, V., Nass, S., Pick, D., Pirner, P. & Verhoef, P. C. (2010), Customer Engagement Behavior: Theoretical Foundations and Research Directions. *Journal of Service Research*, 13 (3), 253-266.

Meio e mensagem: o conteúdo nas pesquisas em comunicação

Media and message: content in communication research

Fernando Strongren[213]

Resumo: O papel da mensagem nas pesquisas em comunicação pode ser considerado o elemento que divide as pesquisas do campo em duas correntes. De um lado, temos a mais tradicional e ampla corrente de pesquisa em comunicação que, partindo do modelo de Lasswell – quem diz o que para quem com qual efeito –, debruça-se de alguma forma sobre a informação transmitida pelos meios de comunicação. Com outra perspectiva, aparecem os autores da Teoria do Meio, como Harold Innis e Marshall McLuhan, cuja preocupação central é compreender de que forma as características dos meios de comunicação se relacionam com a organização social. Neste artigo, buscamos apresentar algumas das principais concepções de meios de comunicação presentes nos estudos de comunicação, suas divergências e o papel que a tecnologia da comunicação e a mensagem comunicada toma em cada uma delas.

Palavras-chave: Meios de comunicação, teoria da comunicação, conceito.

Introdução

Se alguém lhe parasse agora e perguntasse "O que é um meio de comunicação?", qual seria sua resposta? Um suporte midiático, como o conjunto de placas, fios e uma tela de LCD que formam os aparelhos de televisão; um jornal ou revista impressa; ou ainda o sistema de redes que formam a internet? Ou sua resposta seria as instituições que controlam o conteúdo que circula por esses aparelhos técnicos, como a *Rede Globo*, *Folha de S. Paulo*, *Facebook*, entre tantas outras?

Essa dificuldade de definir o que é um meio de comunicação é fruto da ambiguidade presente no próprio termo, utilizado cotidianamente como equivalente dos suportes midiáticos, como televisão, rádio, jornal, telefone e celular; instituição midiática (nesse caso somado ao suporte), como a revista *Veja*, rádio *CBN*, o jornal *Estado de S. Paulo*; ou ainda, de modo menos usual, as linguagens e os signos que a compõe. Como aponta Martino (2017a, p. 74-75), essa dificuldade em conceituar o meio de comunicação também atinge a própria área da Comunicação, que foge de uma definição conceitual, apostando em respostas descritivas, pontuais ou metafóricas.

Neste artigo, buscamos apresentar algumas das principais concepções de meios de comunicação presentes nos estudos de comunicação, suas divergências e o papel que a tecnologia da comunicação e a mensagem comunicada toma em cada uma delas.

O que são os meios de comunicação?

[213] Doutorando, Programa de Pós-Graduação em Comunicação, Universidade de Brasília.
Email: f.strongren@yahoo.com.br

Segundo Martino (2017a, p. 75-76), três aspectos dificultam a busca por um conceito de meio de comunicação no campo. O primeiro é resultado da naturalização dos meios de comunicação no nosso dia-a-dia. Inseridos em um mundo onde os meios de comunicação estão presentes em todos os momentos e locais, ao se perguntar o que é um meio de comunicação, a tendência é que apontemos (ou descrevamos) o objeto ao qual nos referimos. Outra dificuldade identificada por Martino decorre da compreensão do objeto de estudo da comunicação como um fenômeno complexo, que só poderia ser analisado dentro de um campo interdisciplinar. Tal postura leva as pesquisas da área à buscarem respostas aos fenômenos comunicacionais em outras áreas do conhecimento, como a linguística, sociologia, psicologia, etc., enfraquecendo o debate conceitual sobre seu objeto. Por fim, a ideia da centralidade do meio de comunicação nas pesquisas levaria a um medo de que a comunicação caminhasse para um determinismo tecnológico, onde a tecnologia de comunicação seria o elemento determinante na formação da cultura e da sociedade. Como aponta o pesquisador, essa última concepção é fruto de uma confusão entre o determinismo ontológico e o determinismo teórico. Diferente de sua perspectiva ontológica, na qual a causa (tecnologia de comunicação) é a causa real do efeito (cultura), o determinismo teórico é resultado da reflexão teórica de uma determinada área do conhecimento sobre os fenômenos sociais, podendo ela ser da psicologia, da sociologia, da ciências políticas ou da comunicação.

Com tais dificuldades para uma clara definição do que são os meios de comunicação, as pesquisas nesta área do conhecimento acabam se desenvolvendo sobre diferentes metáforas, que, como aponta Joshua Meyrowitz (1999, p. 44, tradução nossa), "tem operado silenciosamente e simultaneamente sob a superfície das pesquisas de tecnologias da comunicação"[214]. Meyrowitz identifica três metáforas que, cada uma à sua maneira, compreendem os meios de comunicação como: i) recipiente ou condutor; ii) linguagem; ou iii) ambiente.

A primeira metáfora - que também é a mais difundida entre as pesquisas em Comunicação – compreende os meios de comunicação como simples condutores das mensagens, sendo sobre estas últimas que recaem a atenção dos pesquisadores. Aqui, meio e mensagem são elementos distintos e que pouco se relacionam na equação comunicacional, sendo que uma mesma mensagem pode ser veiculada de forma impressa, televisada ou trasposta para o cinema sem diferenças significativas. Nas palavras de Meyrowitz (1999, p. 46, tradução nossa), essas pesquisas "acreditam frequentemente que existe alguma 'essência do conteúdo' que pode ser transportado sem mudanças de um meio para o outro e da interação ao vivo para o meio"[215].

As pesquisas que compreendem o meio de comunicação como linguagem rompem com completa dissociação entre meio e mensagem presente na perspectiva anterior. Ao assumir a metáfora da linguagem, os pesquisadores entendem que cada meio de comunicação traz seu próprio potencial de expressão, carregando, assim, uma linguagem própria. Nessa linha, afirma Meyrowitz (1999, p. 46), o foco cai sobre a gramática (ou variáveis de produção) de cada meio e como essa gramática afeta a mensagem. Ou seja, características próprias do processo de produção do conteúdo para cada meio produzem

[214] *Metaphors that have operated silently and simultaneously beneth the surface of reseach on communication technologies*. (Meyrowitz, 1999, p. 44, tradução nossa).

[215] *[...] often believe that there is some 'content essence' that can be transported unchanged from medium to medium and from live interaction to medium*. (Meyrowitz, 1999, p. 46, tradução nossa).

diferenças na mensagem que chega ao público-alvo. A fala do ex-presidente Lula antes de se entregar à Polícia Federal no final de março produziu efeitos diferentes no público que estava presente em São Bernardo do Campo, que assistiu em transmissões ao vivo pela televisão e que leu a notícia nos jornais impressos no dia seguinte. Essas diferenças seriam causadas por fatores intrínsecos de cada meio de comunicação e decisões tomadas no processo de produção:

> Variáveis gramaticais incluem tamanho e estilo na impressão ou fontes do computador, ângulo da câmera e seleção do foco na fotografia, padrões na captação de áudios pelo microfone. Televisão e filme (e cada vez mais, a Web) incorpora todas as variáveis da fotografia e áudio assim como dissolver, fades, velocidade de corte, zooms, dollies, tilts, panorâmicas e mudanças de foco (Meyrowitz, 1999, p. 47, tradução nossa)[216].

Diferente dos conteúdos, que são mais explícitos, a gramática dos meios de comunicação é mais sutil e, por isso, difícil de perceber. A tipologia das fontes, os cortes de câmera e ângulos estão presentes nos jornais, no cinema e na fotografia, mas notá-los conscientemente e compreender seus efeitos demanda um direcionamento da atenção do público.

A terceira metáfora que subjaz as pesquisas em comunicação, que compreende os meios de comunicação como ambientes, traz uma perspectiva ainda mais difícil de ser percebida. Estas pesquisas deixam de lado a preocupação com o conteúdo dos meios de comunicação ou das variáveis da produção para examinar as características mais ou menos fixas de cada meio. Desta forma, os meios de comunicação ganham uma perspectiva mais voltada para a tecnologia dos meios de comunicação e seus usos, ao mesmo tempo em que o seu conteúdo torna-se um elemento mais abstrato, uma vez que o principal efeito é decorrente das características do meio, como os tipos de informação que determinado meio pode ou não transmitir, grau de imediatismo da comunicação, sentido da comunicação (unidirecional, bidirecional, multidirecional), grau de aprendizado necessário para uso do meio, entre outros. Para ilustrar essa linha de pesquisa, Meyrowitz traz um exemplo de seu próprio trabalho, *No sense of place*:

> O uso de uma nova mídia muda "quem sabe o que sobre quem" e "quem sabe o que comparado a quem". Televisão – apesar de frequentemente apresentar um conteúdo conservador e reacionário, talvez até por conta disso – fez muitas pessoas menos dispostas a permanecerem em seus velhos lugares – físicos e sociais (Meyrowitz, 1999, p. 51, tradução nossa)[217].

Nesta seção, vimos que apesar das barreiras que dificultam uma definição de meio de comunicação, como apontadas por Martino, subjazem às pesquisas em Comunicação três metáforas que guiam diferentes correntes de pesquisa. Essas metáforas, mesmo falhando na robustez teórica de um conceito (Martino, 2017a, p. 79-80), forneceu um substrato que

---

[216] *Grammar variables include size and style of type in print or computer fonts, camera angle and selection of focus in photography, pickup patterns of microphones in audio. Television and film (and increasingly, the Web) incorporate all the variables of still photography and audio as well as such variables as dissolves, fades, cutting speed, zooms, dollies, tilts, pans, and changes in focus.* (Meyrowitz, 1999, p. 47, tradução nossa).

[217] *The use of new media changes "who knows what about whom" and "who kwons what compared to whom". Television – in spite of its often conservative and reactionary content, perhaps even more so because of it – has made many people less willing to stay in their old places – physical and social.* (Meyrowitz, 1999, p. 51, tradução nossa).

permitiu o desenvolvimento da Comunicação como área do saber. Na próxima seção, iremos ver como o meio de comunicação e a mensagem aparecem dentro das principais correntes de pesquisa da área.

A mensagem é o meio: o modelo de Lasswell

Em seu artigo *Contribuições para o estudo dos meios de comunicação*, Martino (2000) aponta que, apesar de todas as críticas, o paradigma de Lasswell segue como um baluarte das pesquisas em comunicação. Ao se deparar com o problema dos meios de comunicação na sociedade contemporânea, Lasswell definiu os cinco elementos que compreendem as pesquisas em comunicação com a pergunta: "*Quem* diz *o que*, por *qual canal*, para *quem* e com *qual efeito*?".

De forma ampla, as pesquisas em Comunicação vertem com mais intensidade sobre um dos elementos da equação de Lasswell, sem, é claro, ignorar por completo às demais. Desta forma, o pesquisador pode buscar compreender o papel do emissor (quem diz), da mensagem (o que), do meio (canal), do receptor (para quem) ou dos efeitos. Entretanto, como afirma Martino (2000, p. 104), nota-se que a maior parte das pesquisas que se desenvolveram no campo voltaram suas atenções principalmente sobre o emissor e a mensagem.

Esse jogo entre o elemento central de cada pesquisa e os demais componentes do processo comunicacional pode ser melhor compreendido com o estudo de Klaus B. Jensen e Karl E. Rosengren (1993). Ao lançarem um olhar histórico sobre as pesquisas em comunicação com o objetivo de identificar suas principais tradições, Jensen e Rosengren identificam cinco grandes linhas que balizam o campo, são elas:

1. Pesquisas sobre os efeitos, que buscam compreender o que os meios de comunicação fazem com os indivíduos;

2. Pesquisas sobre os usos e gratificações, ou o que os indivíduos fazem dos meios;

3. Análises literárias, voltados para a análise da mensagem dos meios de comunicação;

4. Estudos de recepção, preocupados em compreender a análise que o público faz das mensagens.

5. Abordagens culturalistas, que compreendem os meios de comunicação como elementos integrantes da organização social.

As metáforas que subjazem as pesquisas em comunicação, tal como apresentadas por Meyrowitz, encontram-se diluídas de diferentes formas nessas linhas de pesquisa. Nas quatro primeiras linhas podemos encontrar pesquisas que compreendem o meio de comunicação como um recipiente (primeira metáfora) ou como linguagem (segunda metáfora). Por sua vez, as abordagens culturalistas trazem com sigo a metáfora dos meios de comunicação com ambientes. Nos próximos parágrafos iremos abordar cada uma dessas linhas, que também representam a maior parte das pesquisas em Comunicação.

As pesquisas sobre os efeitos podem ser compreendidas com as que deram origem às pesquisas em Comunicação. Apontada como uma das primeiras explicações sobre os

meios de comunicação (Wolf, 2008), a Teoria da Agulha Hipodérmica é um dos extremos sobre os quais pendem as pesquisas desta linha. Ao afirmar que os meios de comunicação são emissores de estímulos que agem diretamente sobre o receptor, esta teoria abriu caminho para uma série de explicações sobre possíveis efeitos fortes e fracos dos meios sobre os indivíduos. A diversidade dessa linha se mostra tanto nos resultados encontrados – efeitos globais ou específicos, diretos e de curto prazo aos efeitos difusos e de longo prazo –, assim como também apresenta uma diversidade de compreensões do receptor – passivo e influenciado pelas mensagens ao receptor ativo e seletivo aos conteúdos (Jensen & Rosengren, 1993, p. 283). De forma resumida, as pesquisas sobre os efeitos buscam compreender de que forma as mensagens influenciam a opinião pública sobre determinado assunto.

Se as pesquisas sobre os efeitos dos meios se preocupam em saber o que a mídia faz aos indivíduos, a segunda linha de pesquisa identificada por Jensen e Rosengren inverte a questão e busca identificar o que os indivíduos fazem dos meios. São os chamados estudos sobre os Usos e Gratificações. Segundo os autores, essa corrente se origina do programa de pesquisa sobre os efeitos desenvolvidos por Paul Lazerfeld com a pesquisadora Herta Herzog, no qual buscavam compreender quais as gratificações obtidas pela audiência de programas de rádio nos anos 1940. Assim como nas pesquisas sobre os efeitos, a tradição dos Usos e Gratificações trabalha com o binômio mensagem/receptor, mas como explica Martino (2000, p. 105), "desta vez a atenção se volta sobre o sentido efetivo que os usuários conferem aos conteúdos da mensagem e por conseguinte as gratificações que eles obtêm dessa forma de ocupação do tempo pessoal".

Apesar de ter sua origem na longa tradição de pesquisa de literatura, a terceira linha de pesquisa em Comunicação identificada por Jensen e Rosengren – a análise literária – está muito próxima dos estudos sobre os efeitos dos meios de comunicação. Como aponta Martino (2000, p. 105), "estas duas linhas de pesquisa tomam a mensagem como a intenção do emissor, a diferença aparece na medida em que esta última [análise literária] interpreta a noção de mensagem de uma maneira mais ou menos restrita, seja como primado do código, seja como a intenção política ou ideológica". A diferença entre ambas as linhas está no maior distanciamento das análises literárias com as pesquisas empíricas dos efeitos das mensagens sobre os receptores, uma vez que tais efeitos são presumidos a partir da mensagem veiculada.

Sem escapar do modelo de Lasswell, os estudos de recepção se diferenciam das linhas de pesquisas anteriores ao voltar-se para o polo do receptor. Preocupando-se, desta forma, em compreender de que forma o indivíduo que recebe as mensagens as compreendem, as decodificam e interpretam, estas pesquisas buscam, nas palavras de Jensen e Rosengren (1993, p. 287, tradução nossa), "uma análise dos conteúdos pelo público"[218]. Segundo os autores (Jensen & Rosengren, 1993, p. 286-287), tais pesquisas surgem de lacunas deixadas pelas análises literárias e por pesquisas sociológicas, formando uma linha de pesquisa que busca integrar perspectivas sociológicas e literárias no estudo em Comunicação, fundando-se sobre métodos qualitativos e empíricos. Entretanto, Martino (2000, p. 105) aponta que esta outra linha não deixa de ser um caso particular dos estudos dos efeitos, uma vez que a decodificação das mensagens não deixa de ser uma reação às mesmas.

[218] […] *une analyse des contenus par le public.* (Jensen & Rosengren, 1993, p. 287, tradução nossa).

Por fim, a abordagem culturalista se destaca das demais ao adotar uma perspectiva diferente dos meios de comunicação. Segundo Jensen e Rosengren (1993, p. 285), para os integrantes dessa linha, o foco não está nos meios de comunicação, mas nas práticas sociais e culturais mais amplas. Tais pesquisas se desenvolvem a partir da articulação entre as pesquisas sociológicas e textuais, tendo como base as hipóteses estruturalistas sobre a sociedade capitalista-industrial e sobre a autonomia relativa das formas culturais. Desta forma, os meios de comunicação tornam-se objeto de pesquisa como um aspecto das práticas sociais cotidianas, o que se desenvolve em pesquisas que abordam a produção de sentido que tenha em vista a ação social e as possibilidades de intervenção dos indivíduos no social.

Teoria do Meio: uma abordagem sobre o meio

Em seu comentário sobre as tradições de pesquisa em comunicação identificadas por Jensen e Rosengren, Martino (2000, p. 106) vai além do grupo de estudiosos apontados pela dupla de pesquisadores – centrados nos autores dos Estudos Culturais (Stuart Hall, Richard Hoggart e Raymond Williams), da Escola de Frankfurt (Adorno e Horkheimer) e pesquisadores estadunidenses como Hebert Gans e James Carey – e acrescenta os pesquisadores da Teoria do Meio, nomeadamente Marshall McLuhan. Apesar de não mencionados pelos autores suecos, os pesquisadores da Teoria do Meio podem ser identificados com esta última linha ao proporem pesquisas cuja centralidade está na compreensão do meio de comunicação não como um fenômeno específico (processo comunicacional), mas como um elemento explicativo do social.

Teoria do Meio foi a expressão cunhada por Joshua Meyrowitz para designar um grupo de pesquisadores que tinham como foco de suas pesquisas a análise das influências das tecnologias da comunicação na sociedade, a partir da abordagem das características de cada meio de comunicação. Segundo o pesquisador estadunidense, essa corrente, na qual ele se inclui, busca compreender quais são os elementos/características (*features*) relativamente fixos de cada meio de comunicação (*means of communicating*, isto é, o dispositivo tecnológico) e de que forma eles implicam em diferenças físicas no meio de comunicação (*medium*, ambiente virtual efeito do uso dos dispositivos tecnológicos) e nos usos sociais e pessoais destes com relação aos outros meios e na interação face-a-face. Desta forma, as pesquisas abordam elementos como: quais os sentidos necessários para acessar determinado meio, se a comunicação é bidirecional ou unidirecional, a velocidade da disseminação das mensagens e o nível de aprendizagem necessária para codificar e decodificar estas, entre outras variáveis que influenciam o uso do meio de comunicação e seu impacto social, político e psicológico.

Tal síntese das pesquisas levadas a cabo pelos autores da Teoria do Meio permite entrever uma ruptura com as outras linhas de pesquisas em comunicação apresentadas na seção anterior. Aqui, o problema de pesquisa deixa de estar em torno da mensagem (e seus efeitos), para posicionar-se sobre os efeitos dos meios de comunicação, enquanto tecnologias da comunicação, sobre os indivíduos e a sociedade. O conteúdo, por sua vez, assume um papel secundário nos estudos, em diálogo com as mudanças possibilitadas pela tecnologia de comunicação

O papel diferenciado dos meios de comunicação na Teoria do Meio e suas consequências teóricas são identificados por Luiz Claudio Martino (2008; 2012) e Rodrigo Miranda Barbosa (2014). Segundo os pesquisadores brasileiros, a centralidade dos meios de

comunicação é o núcleo duro do programa de pesquisa comunicacional proposto por Harold A. Innis e Marshall McLuhan, dois dos principais autores desta corrente, uma vez que serve tanto como objeto de estudo, como conceito-chave para a leitura dos processos sociais. Tal centralidade dada aos meios de comunicação implica em duas posições importantes da Teoria do Meio: (i) a não-neutralidade do meio de comunicação e (ii) a ideia de meios de comunicação como extensão do ser humano.

Innis e McLuhan: a primeira geração

Precursor da Teoria do Meio, Innis já destacava em sua obra o reconhecimento dos meios de comunicação como um elemento central na organização social – e não como mero condutor de conteúdo. Como destaca no título de sua principal obra comunicacional, O viés da comunicação (Innis, 2011), o pesquisador canadense postula a existência de um *viés* nos meios de comunicação, isto é, uma tendência que emerge de cada meio de acordo com suas características, propriedades materiais e sua relação com a realidade social, com a produção simbólica e constituição de impérios. Segundo Robert Babe (2008, p. 12, tradução nossa), "os meios de comunicação para Innis (e para McLuhan) são aquilo que se coloca entre os seres humanos para permitir e afetar (ou 'enviesar') suas interações"[219].

Innis identifica dois vieses nos meios de comunicação. O viés do tempo, característico dos meios duráveis e difíceis de transportar, como a pedra, argila e pergaminho, gera uma tensão entre passado e presente, sendo que o predomínio de um meio de comunicação com este viés liga a sociedade ao passado, à tradição, aos costumes, ao sagrado, além de implicar em uma organização política descentralizada e um menor individualismo. Por sua vez, os meios pouco duráveis e fáceis de transportar, como o papel, papiro e os meios eletrônicos, orientam a sociedade para o viés do espaço, tensionando o global com o local e favorecendo impérios expansionistas, com uma autoridade centralizada e complexa, assim como uma acentua tendência para o individualismo (perda do sentimento de comunidade).

Tal como Innis, McLuhan adotou os meios de comunicação como elemento central para suas explicações sobre a organização social, negando assim a neutralidade dos meios, comum em outras teorias da comunicação. Esses dois pontos do pensamento mcluhaniano são resumidos, em forma de paradoxo, na mais famosa frase do pesquisador: "o meio é a mensagem". Título do primeiro capítulo de seu mais famoso livro, *Os meios de comunicação como extensões do homem*, McLuhan (2005) faz uso dessa afirmativa na tentativa de separar o meio de comunicação do conteúdo que ele veicula, apontando para a necessidade de se compreender efeitos sociais dos meios.

Outra importante contribuição de McLuhan à Teoria do Meio é a tese de que os meios de comunicação são extensões dos seres humanos. Embora tenha afirmado em uma carta que seu tema principal era a extensão do sistema nervoso na Era Elétrica (Barbosa, 2014, p. 125) e utilizar o conceito de extensão no subtítulo de seu principal livro[220], McLuhan nunca deixou claro o que entendia por extensão. A tarefa de compreender melhor tal

[219] *Media for Innis (as for McLuhan) are what come between humans to enable and affect (or "bias") their interections.* (Babe, 2008, p. 12, tradução nossa).

[220] No original, *Understanding Media: the extensions of man*. Na tradução brasileira (McLuhan, 2005), o conceito de extensão aparece no título principal: Os meios de comunicação como extensões do homem.

conceito central para o pesquisador canadense foi realizada por Rodrigo Miranda Barbosa, em sua tese de doutorado dedicada ao pensamento de Innis e McLuhan.

Segundo Barbosa (2014, p. 126), a noção básica de tecnologia como extensão designa uma forma particular na qual os objetos técnicos se relacionam com as faculdades do corpo humano. Apesar da dificuldade em identificar o que McLuhan entendia por extensão, o autor (2014, p. 130-131) aponta que McLuhan compreendia as tecnologias como capazes de atuarem como extensões do corpo ou das faculdades cognitivas dos seres humanos. No caso das tecnologias de comunicação, esta capacidade é expressa como extensões de órgãos sensoriais, o rádio e o telefone, por exemplo, atuam como extensões dos ouvidos; livros e jornais, dos olhos; ou do sistema nervoso central, como a memória que se estende por meio da escrita.

Ao se desenvolverem como extensões de capacidades humanas, os meios de comunicação tornam-se, segundo McLuhan (2005), parte de nós mesmos, promovendo um efeito de entorpecimento no qual somo incapazes de notar o meio de comunicação e os ambientes criados por eles, o que explica a dificuldade em perceber tais efeitos. Essa relação entre os indivíduos e as tecnologias da comunicação é apresentado por McLuhan como uma relação de mútua influência, na qual somos modificados pelas tecnologias, assim como as modificamos.

> Incorporando continuamente tecnologias, relacionamo-nos a elas como servomecanismos. Eis por que, para utilizar esses objetos extensões-de-nós-mesmos, devemos servi-los, como a ídolos ou religiões menores. Um índio é um servomecanismo de sua canoa, como o vaqueiro de seu cavalo e um executivo de seu relógio. Fisiologicamente, no uso normal da tecnologia (ou seja, de seu corpo em extensão variada vária), o homem é perpetuamente modificado por ela, mas em compensação sempre encontra novos meios de modificá-la (McLuhan, 2005, p. 64-65).

Apesar de caminhar um pouco mais para a compreensão do que é um meio de comunicação, McLuhan se detém na ideia da extensão promovida para as faculdades do ser humano, mas também atrela à ideia de meio de comunicação objetos como a luz elétrica, roupas, meio de transporte, entre outros que são dificilmente entendidos como tais.

Joshua Meyrowitz será um dos autores dentro da Teoria do Meio a identificar esse lapso conceitual e tentar preenche-lo. O pesquisador estadunidense é um dos responsáveis pela retomada do pensamento de McLuhan nos anos 1980, com uma segunda geração de teóricos do meio. Autor de *No sense of place – The impact of electronic Media on Social Behavior*, um marco no desenvolvimento da Teoria do Meio, Meyrowitz é também responsável por uma primeira sistematização dessa linha de pesquisa, apontando semelhanças e diferenças entre as gerações.

Se por um lado, todos os teóricos do meio centravam sua abordagem nos impactos dos meios de comunicação sobre a sociedade, as diferentes gerações se diferenciam por conta do objeto sobre o qual esse efeito é observado. Os dois nomes da primeira geração – Innis e McLuhan – tinham em vista compreender as mudanças macrossociais provocadas pela emergência de novos meios, isto é, como os meios de comunicação modificavam as grandes instituições sociais, como Estado, escola, religião, etc. Por sua vez, a segunda geração da Teoria do Meio voltou-se para os aspectos microssociais, ou seja, sobre os efeitos dos meios de comunicação sobre o comportamento dos indivíduos.

Um dos principais nomes dessa segunda geração, Meyrowitz busca compreender como os meios eletrônicos moldam o comportamento social. Para tanto, ele busca unir duas teorias sobre o comportamento social que, em princípio, não dialogam, mas possuem forças e fraquezas complementares (Meyrowitz, 1985, p. 3-4): o Interacionismo Simbólico de Erving Goffman e o pensamento comunicacional de McLuhan. Segundo o autor, se, por um lado, Goffman se prende a interação face-a-face, ignorando os efeitos da mídia entre suas variáveis, McLuhan destaca os efeitos da mídia, ignorando os aspectos estruturais das relações face-a-face.

Ao aproximar-se do Interacionismo Simbólico, Meyrowitz rompe com o alto grau de abstração e excessiva dificuldade que Innis e McLuhan tinham em comprovar suas teses e traz um maior grau de cientificidade para a Teoria do Meio. Partindo das situações sociais, denominador comum do pensamento de Goffman e McLuhan, Meyrowitz propõe que os meios eletrônicos modificam os palcos sociais onde cada indivíduo atua e suas respectivas audiências, modificando, combinando e criando novas situações sociais.

> Eu sugiro que o mecanismo no qual os meios eletrônicos afetam o comportamento social não é um místico balanço sensorial, mas um rearranjo muito discernível dos palcos sociais nos quais nos exercemos nossos papeis e uma mudança resultante em nosso senso de "comportamento apropriado". Quando os públicos mudam, também mudam as performances sociais. [...] O ponto é que quando distintas situações sociais são combinadas, um comportamento até então apropriado pode tornar-se inapropriado. Quando uma situação particular privada torna-se mais pública por misturar-se em outras situações, o estilo de comportamento deve adaptar-se e mudar (Meyrowitz, 1985, p. 4-5, tradução nossa)[221].

Desta forma, Meyrowitz afirma que os meios de comunicação criam ambientes sociais – ou palcos, para usar a terminologia teatral de Goffman, nos quais diferentes sujeitos atuam e relacionam-se entre si: "Mídia, como paredes e janelas, pode esconder e revelar. Mídia pode criar um sentido de compartilhamento e pertencimento ou um sentimento de exclusão e isolamento. Mídia pode reforçar um sentimento de 'nós vs. eles' ou pode miná-lo" (Meyrowitz, 1985, p. 7, tradução nossa)[222].

Com a emergência de um novo meio de comunicação, os meios eletrônicos, no caso da pesquisa de Meyrowitz (1985), esse ambiente se modifica, levando a novas formas de interações. No caso dos meios eletrônicos, a grande mudança foi a ruptura com o sentido de lugar, fundamental para o comportamento social sob a égide da imprensa. Até a ampla disseminação dos meios eletrônicos, em especial da televisão, os ambientes sociais eram fortemente determinados pela presença física, que incluía ou excluía indivíduos de participarem de dada situação. Com os meios eletrônicos, entretanto, essas barreiras são

---

[221] *I suggest that the mechanism through which electronic media affect social behavior is not a mystical sensory balance, but a very discernible rearrangement of the social stages on which we play our roles and a resulting change in our sense of "appropriate behavior." For when audiences change, so do the social performances. […] The point is that when distinct social situations are combined, once appropriate behavior may become inappropriate. When a particular private situation becomes more public by being merged into other situations, behavior style must adapt and change.* (Meyrowitz, 1985, p. 4-5, tradução nossa).

[222] *Media, like walls and windows, can hide and they can reveal. Media can create a sense of sharing and belonging or a feeling of exclusion and isolation. Media can reinforce a "them vs. us" feeling or they can undermine it.* (Meyrowitz, 1985, p. 7, tradução nossa).

quebradas, com diversas situações sociais sendo agora permeáveis a sujeitos que antes estavam apartados.

Ao trazer para as pesquisas da Teoria do Meio fundamentos teórico-metodológicos do Interacionismo Simbólico e desenvolver sua pesquisa com base em grupos sociais pré-estabelecidos para, então, compreender o impacto dos meios de comunicação eletrônicos sobre esses grupos, Meyrowitz permitiu um ressurgimento e um desenvolvimento mais sólido para a Teoria do Meio. Entretanto, apesar deste avanço, a obra de Meyrowitz falha em apresentar um conceito de meio de comunicação, desenvolvendo-se mais sobre a metáfora do meio como ambiente, o que não é suficiente para um amplo desenvolvimento teórico, nas palavras de Martino (2017a, p. 79-80):

> [...] metáforas, como sabemos, servem de instrumentos heurísticos, seria descabido atribuir-lhes qualquer pretensão teórica. Sobretudo se restam "sub-conscientes", pois tendem a uma visão naturalizada dos meios e ficam expostos a outros obstáculos epistemológicos.

Na busco de superar essa falta de definição conceitual de meio de comunicação, Martino buscou formular um conceito de meio de comunicação segundo o pensamento dos autores da Teoria do Meio. Tendo como principal ponto de partida a obra de Innis e McLuhan, o pesquisador brasileiro (Martino, 2012, p. 604) identifica duas definições de meio de comunicação dentro da Teoria do Meio. Uma primeira definição, mais geral, entende o meio como resultado da articulação entre o objeto material e a consciência; já uma segunda definição, desta vez mais restrita, compreende que cada meio de comunicação estabelece uma relação particular com uma capacidade da consciência, tal qual a memória, a percepção do social, a compreensão do espaço ou do tempo. Tal concepção, apesar de ampla, já abre um caminho pelo qual o conceito de meio de comunicação poderá ser melhor compreendido e formulado dentro dos parâmetros da Teoria do Meio.

O meio de comunicação como dimensão virtual

São essas bases teóricas que fundamentam, por exemplo, o conceito de meios de comunicação proposto por Martino. Em seu artigo *Contribuições para o estudo dos meios de comunicação*, Martino aponta que a significação do meio de comunicação não pode ser restrita ao plano técnico (aparelho) ou institucional (organização midiática), mas deve ser pensada em um plano do usuário, onde o dispositivo técnico, o usuário e a prática social criam uma “dimensão virtual na qual mergulha a consciência individual: o telespectador não tem conta do funcionamento dos transistores, mas ele se vê ‘religado’ a outra realidade gerada por um dispositivo tecnológico” (Martino, 2000, p. 109). Nesse sentido, Martino (2000, p. 109) argumenta que:

> É somente nesta convergência entre a dimensão virtual, uma técnica e a expressão social da experiência que nós podemos situar o problema dos meios de comunicação, já que eles não podem ser reduzidos a nenhum de seus componentes técnicos, ou a nenhum de seus *métiers*, ou ainda à singularidade da experiência dos indivíduos isolados. Enfim, um meio de comunicação é a expressão social da experiência através da dimensão virtual aberta por um certo grau de simulação técnica da experiência.

Esta simulação técnica, segundo Martino, é o que caracteriza do próprio meio de comunicação. Para o pesquisador, o meio de comunicação não deve ser entendido a partir de definições pontuais, mas como uma tecnologia que simula a consciência, em outras palavras, uma tecnologia (meio) que age sobre o processo de comunicação. Desta forma, o conceito de meio de comunicação para Martino passa primeiro pela compreensão de cada um de seus elementos.

A compreensão de comunicação para Martino parte da concepção nietzschiana de consciência e da abordagem husserliana da linguagem, na qual a consciência é entendida como um esquema composto por reatividade e rede, na qual a comunicação não limita-se à transmissão, mas é vista como o processo no qual um receptor é capaz de simular os estados mentais do emissor (reatividade). Esta simulação, afirma Martino (2014, p. 5), não é mecânica, nem exata, porém é similar, por compartilhar um mesmo objeto mental, e simultânea, pois ocorre no tempo. Logo, o processo comunicacional se desenvolve fruto da capacidade dos seres humanos de dar forma as suas reações através de símbolos (palavras), assim como sua capacidade de reagir a estes símbolos. Nas palavras de Martino (2014, p. 5), “a comunicação, portanto, liga os homens uns aos outros, coloca-os em um mundo dotado de significações, com isso ela enriquece e muda a natureza da consciência animal, na medida que faz do homem um ser simbólico (cultura)”.

Se a comunicação é o processo de simulação de consciência, os meios de comunicação são as tecnologias que permitem modificar este processo. Desta forma, a tecnologia, entendida como um objeto material que realiza uma ação do corpo sobre o mundo (ação mediada), traz novas capacidades para o processo comunicacional, superando, por exemplo, limitações de espaço e tempo das interações interpessoais.

> Consequentemente, chegamos a nossa definição de meio: são tecnologias que alteram nossa reatividade, trazem novas capacidades à mente humana. Neste sentido são tecnologias que simulam a mente, são extensões de alguma de suas propriedades. Isso nos permite apontar a especificidade dos meios de comunicação como tecnologia do simbólico, que deve ser distinguida de outros tipos. O produto da atividade de um meio de comunicação não é uma transformação do mundo (como fazem as tecnologias em geral), mas da representação que temos dele (consciência, mente), pois eles incidem sobre o elo que liga um homem a outro, produzindo outras maneiras de representar e novas representações do "nós". (Martino, 2014, p. 6)

Esta definição leva Martino (2014, p. 10-11) a identificar diferentes meios de comunicação pela forma como cada um se acopla à mente humana. Esse processo se dá através de uma sinergia criada pelas equivalências funcionais das partes materiais que compõe o meio de comunicação com algum elemento do processo comunicacional. Assim, a escrita permanece como uma simulação da memória. Já um livro e um jornal, resultado de processos tecnológicos muito semelhantes, geram respectivamente simulações da memória e da percepção do social.

Essa dimensão virtual criada a partir dos usos das tecnologias de comunicação está presente em outras propostas conceituais que buscam explicar os meios de comunicação. Uma delas é de Thierry Bardini. Ao buscar superar as definições de mídia resultantes da experiência direta, Bardini propõe deixar o uso da expressão “meio de comunicação”, para assumir o conceito de dispositivo mediático, que refletiria melhor a complexidade do objeto de estudo do campo.

> A palavra *medium* [meio de comunicação] muito frequentemente se refere apenas aos dispositivos técnicos de transmissão ou de difusão da informação. Ao inverso, por configuração ou dispositivo mediático, entendo que se trata de um objeto de caráter complexo e compósito, constituído por redes dinâmicas de gestos, de imagens, de atos de linguagem ou de discurso, ancorado nas práticas que mobilizam entidades humanas e não humanas, naturais e artificiais, em processos de comunicação (que eles mediam). Em outros termos, uma configuração mediática é um dispositivo específico de mediação e, em vez de insistir no objeto *medium*, insisto no processo de mediação habilitado por um dispositivo específico. (Bardini, 2013, p. 112)

Assim como o conceito de meio de comunicação de Martino, o dispositivo mediático carrega em si a ideia de um efeito emergente da relação entre sujeitos, sociedade e objeto técnico (meio de comunicação). No caso de Martino, a ideia de uma dimensão virtual promovida pelos meios de comunicação está presente em outro conceito chave do pensamento do autor: a atualidade mediática. Nas palavras do pesquisador brasileiro, a atualidade mediática é "uma dimensão virtual, que interliga e unifica as existências individuais" (Martino, 2017b, p. 104) através de um dispositivo tecnológico de mediação. Ao unificar a complexidade da vida social, a atualidade mediática fornece aos indivíduos informações a partir das quais ele pode representar e agir no mundo.

Considerações finais

Partindo do problema da definição do que é meio de comunicação, o presente trabalho perpassou diferentes linhas de pesquisas da comunicação visando compreender como cada uma delas compreendia o meio de comunicação e sua relação com dois elementos centrais do campo: a mensagem ou conteúdo e a tecnologia da comunicação.

Esse caminho nos levou a uma diferenciação dessas linhas em dois grandes grupos. O primeiro, mais amplo e majoritário entre as pesquisas na área, tem sua atenção voltada para a mensagem propagada pelos meios de comunicação, seja colocando o foco no emissor, no receptor ou na própria mensagem. Fazem parte desse grupo aquelas pesquisas que se desenvolvem sobre o esquema clássico proposto por Lasswell: quem diz o que para quem com qual efeito. Em outro grupo encontramos as pesquisas que Jensen e Rosengren chamam de "abordagens culturalistas", cujo diferencial está na compreensão do meio de comunicação como elemento integrante da organização social. Dentro das abordagens culturalistas, Martino também inclui as pesquisas da Teoria do Meio, que se diferencia das demais por discutir os efeitos das tecnologias da comunicação sobre a sociedade e os indivíduos.

Por fim, é dentro da perspectiva da Teoria do Meio que iremos encontrar uma definição do meio de comunicação que vai além das respostas descritivas, pontuais ou metafóricas, tão comum no campo da comunicação. Esse conceito, apesar de distinguir-se em cada um dos autores apresentados, pode ser resumida na ideia de meio de comunicação como uma dimensão virtual gerada a partir da interação dos indivíduos com as tecnologias da comunicação. As concepções de atualidade mediática, de Martino, e configuração mediática, de Bardini, assim como a abordagem de Meyrowitz, nos auxiliam a romper com algumas das barreiras que se colocam diante das pesquisas em comunicação, isto é, a naturalização do meio de comunicação e/ou sua redução ao suporte material, permitindo a compreensão do meio de comunicação como uma dimensão na qual diferentes formas de interação social são desenvolvidas.

Referências

Babe, R. E. (2008). Innis and the emergence of Canadian communication/media studies. *Global Media Journal – Canadian Edition*, *1*(1), 9-23. Recuperado em 26 outubro, 2017, de http://www.gmj.uottawa.ca/0801/inaugural_babe.pdf.

Barbosa, R. M. (2014). *Um programa de pesquisa comunicacional a partir de Harold Innis e Marshall McLuhan*. Tese de Doutorado, Faculdade de Comunicação, Universidade de Brasília, Brasília, Distrito Federal, Brasil.

Bardini, Th. (2013). Entre ecologia e arqueologia: uma perspectiva sobre a teoria mediática. In Luiz Claudio Martino et al (Orgs.). *Teorias dos meios de comunicação no Brasil e no Canadá.* (Vol. 1, 111-136). Salvador: Edufba.

Innis, H. A. (2011). *O Viés da Comunicação*. Trad.: Luiz C. Martino. Petrópolis: Vozes.

Jensen, K. B.; Rosengren, K. E. (1993). Cinq traditions à la Recherche du Public. *Revue Hermès*, 11-12, numéro spécial, 281-310. Recuperado em 5 abril, 2018, de http://hdl.handle.net/2042/15500.

Martino, L. C. (2000). Contribuições para o estudo dos meios de comunicação. *Revista FAMECOS*, (13), 103-114. Dezembro de 2000.

Martino, L. C. (2008) Pensamento comunicacional canadense: as contribuições de Innis e McLuhan. *Comunicação, mídia e consumo*, *5*(14), 123-148. Novembro de 2008.

Martino, L. C. (2012). Le Concept de Moyen de Communication dans l'École de Toronto. *Canadian Journal of Communication*, *37*(4), 595-611. Recuperdo em 30 de setembro, 2016, de http://www.cjc-online.ca/index.php/journal/article/view/2661/2345.

Martino, L. C. (2017a). O que é meio de comunicação? Uma questão esquecida. In: Martino, Luiz Claudio. *Escritos sobre epistemologia da comunicação*. Porto Alegre: Sulina, p. 74-95.

Martino, L. C. (2017b). Atualidade mediática: o conceito e suas dimensões. In: Martino, Luiz Claudio. *Escritos sobre epistemologia da comunicação.* Porto Alegre: Sulina, p. 96-110.

McLuhan, Marshall. (2005). *Os meios de comunicação como extensões do homem*. São Paulo: Cultrix.

Meyrowitz, Joshua. (1985). *No sense of place*: The impact of electronic media on social behavior. New York: Oxford University Press.

Meyrowitz, Joshua. Understandings of media. (1999, spring). *ETC: A Review of General Semantics*, *56*(1), 44-52. Recuperado em 20 abril, 2018, de http://www.jstor.org/stable/42579860.

Wolf, Mauro. (2008). *Teorias da Comunicação de Massa*. São Paulo: Martins Fontes.

Acessibilidade comunicacional e instrumental na difusão científica para pessoas com deficiência visual

Communicational and instrumental accessibility in scientific diffusion for visually impaired people

Renata Teles da Silva[223]

Resumo: A Banca da Ciência é um projeto interdisciplinar da Universidade de São Paulo (Brasil) de intervenções não-formais de difusão dialógica crítica da Ciência para pessoas de todas as faixas etárias. Contudo, seus/as mediadores/as, estudantes de diferentes cursos de graduação, carecem de formação acadêmica na área de acessibilidade e inclusão para pessoas com deficiência. Nesse âmbito, esses/as mediadores/as conseguem incluir idosos cegos e com baixa visão em suas intervenções? Para responder esta questão, este artigo visa refletir acerca dos desafios da eliminação de barreiras comunicacionais e instrumentais nas intervenções da BC para a inclusão. Foi constatado que todos/as mediadores/as definiram a deficiência visual pelo modelo médico, reduzindo a deficiência à questão do sentido; tiveram dificuldades de como conversar com as pessoas com deficiência visual; e não se dedicaram em pesquisar propostas acessíveis para adaptar o acervo. Estima-se que esta pesquisa participativa com a diversidade humana sirva para romper as barreiras atitudinais em todas as relações sociais – principalmente na difusão científica – eliminando os preconceitos e ideologias.

Palavras-chave: acessibilidade, pessoa com deficiência visual, difusão científica.

Diálogos iniciais[224]

No cenário das pessoas com deficiência, é possível constatar que a invisibilidade, discriminação e negação de direitos são fatos identificados em inúmeras circunstâncias da vida em sociedade (Mello; Costa, 1995; Figueira, 2008; Almeida, 2014), principalmente no acesso às práticas e conhecimentos científicos que, além de serem escassos no Brasil e possuir custos elevados e dispositivos sofisticados que distanciam da realidade brasileira, é visível a segmentação dessa área de acordo com o sexo, gênero, raça, classe, etnia e impedimentos físicos, mentais, intelectuais e/ou sensoriais das pessoas.
Para a doutora em Educação, Margareth Diniz (2012), a palavra *deficiente* tem um significado muito forte, ela se opõe à palavra *eficiente*. “Ser deficiente é não ser ‘capaz’,

[223] Renata Teles da Silva. Mestranda em Estudos Culturais pela Escola de Artes, Ciências e Humanidades da Universidade de São Paulo. Brasil. Email: teles.rts@gmail.com.

[224] Este artigo resulta de um recorte da minha pesquisa de mestrado financiada pela Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES), bem como as contribuições da Escola de Verão ALAIC. Silva, Renata Teles da. A Banca da ciência e a pessoa com deficiência visual: um estudo sobre acessibilidade atitudinal na difusão científica. Orientador, Luís Paulo de Carvalho Piassi. Dissertação (Mestrado em Filosofia) - Programa de Pós-Graduação em Estudos Culturais, Escola de Artes, Ciências e Humanidades, Universidade de São Paulo, São Paulo. 2018. 295 f.

não ser 'eficaz'" (Diniz, 2012, p.52). Contudo, essa percepção da sociedade não seria porque há muitas barreiras na interação das pessoas com deficiência e o meio onde elas estão inseridas? Baseando-se no artigo 4o da Lei Brasileira de Inclusão da Pessoa com Deficiência, a qual prevê que "toda pessoa com deficiência tem direito à igualdade de oportunidades com as demais pessoas" (Brasil, 2015), e nos princípios da Convenção sobre os Direitos das Pessoas com Deficiência da Organização das Nações Unidas (ONU), com destaque para "o respeito pela dignidade inerente, a plena e efetiva participação e inclusão na sociedade, a igualdade de oportunidades e a acessibilidade" (Brasil, 2009, art. 3°), este artigo visa refletir acerca dos desafios da eliminação de barreiras comunicacionais e instrumentais da Banca da Ciência (BC) na difusão científica para idosos com deficiência visual (DV), visto que o processo de envelhecimento da população brasileira vem sendo enfatizado (Ramos, 1987).

No último censo do IBGE, em 2010, o porcentual de pessoas idosas no Brasil era cerca de 10,8% do total da população, correspondendo a aproximadamente 20 milhões de pessoas com 60 anos ou mais. O déficit visual leva a diminuição na qualidade de vida dos idosos, estando associado à maiores taxas de suicídio nessa população (Filho et al, 2012).

A BC tenta realizar intervenções para todos os públicos. Contudo, os mediadores conseguem incluir os idosos cegos e com baixa visão em suas intervenções? Para a reflexão, foi sistematizado as experiências (Holliday, 2006) de formação e atuação desses/as mediadores/as com idosos com DV e buscou-se neste artigo fundamentação em autores/as que falam sobre as pessoas com deficiência, acessibilidade, inclusão e didática multissensorial. No Brasil há poucos exemplos de difusão científica com materiais de baixo custo, que dirá projetos que promove a ação sociocultural, como é o caso da Banca da Ciência, que difunde saberes onde as próprias pessoas também produzem, adaptam e ressignificam materiais e propõem atividades, constituindo planos de trabalho que as mobilizam frente a um objetivo. Essa compreensão vem, portanto, justificar a importância desta pesquisa que propõe tornar acessível as ações da Banca da Ciência, melhorando seus meios de estratégias de mediação para oferecer condições das pessoas com deficiência visual poderem dialogar e participar das intervenções.

Também considero que pesquisas acerca dessa temática são não são destinadas para públicos específicos, mas válidas no relacionamento com todas as pessoas, agregando conhecimento, contribuindo para o entendimento desse processo e facilitando quaisquer ações futuras pró-acessibilidade. Além disso, suponho que tenha bastante aderência no âmbito acadêmico, o que julgo uma forma positiva de progresso.

A sociedade, a pessoa com deficiência e a acessibilidade

Segundo Lima (2004, p.09-10), a sociedade demonstrou basicamente três atitudes distintas perante às pessoas com deficiência:

> [...] inicialmente, seguindo a seleção biológica dos espartanos, ela demonstrou menosprezar, eliminar/destruir todas as crianças malformadas ou deficientes [...] Posteriormente, numa atitude reativa, provinda da proteção e assistencialismo do Cristianismo, evidenciou-se um conformismo piedoso; e, em seguida, já na Idade Média, o comportamento da sociedade caracterizou-se pela segregação e marginalização da pessoa com deficiência, operadas pelos 'exorcistas' e 'esconjuradores' da época, os quais acreditavam que as pessoas com deficiência faziam parte de crenças demoníacas, supersticiosas e sobrenaturais [grifos nossos].

Isto é, a existência de barreiras à inclusão social das pessoas com deficiência é um fato atual com ramificações históricas. De acordo com Sassaki (2003), a sociedade passou por três fases conceituais até alcançar o modelo de Inclusão Social defendido atualmente. Excluídos socialmente, na primeira fase não era oferecido programas objetivando atender as pessoas com deficiência e a sociedade as baniam do convívio social, rejeitando seus direitos básicos. No segundo momento, as pessoas com deficiência eram segregadas, ou seja, surgiram programas fechados voltados para ela apenas em instituições especializadas. Na terceira fase, as pessoas com deficiência eram integradas no convívio social, ou seja, por conta própria, elas precisavam se adequar às exigências da sociedade, sem que esta, contudo, fizesse um movimento de autotransformação para acolher aquelas pessoas.

A partir desse contexto histórico sobre as pessoas com deficiência é que muitas barreiras atitudinais foram construídas e consolidadas, podendo ser encontradas nos dias atuais, nos mais diversos ambientes sociais e sob variadas formas, dentre elas na própria comunicação.

Estando presentes na comunicação, as barreiras atitudinais podem levar à total exclusão de uma pessoa com deficiência no meio social. Segundo Dischinger e Machado (2006, p.36) "as barreiras atitudinais são aquelas estabelecidas na esfera social, em que as relações humanas centram-se nas restrições dos indivíduos e não em suas habilidades".

Romeu Sassaki (2003) afirma que a eliminação de barreiras comunicacionais é uma consequência da criação de acessibilidades comunicacionais, definidas como sendo a ausência de barreiras:

> [...] na comunicação interpessoal (face-a-face, língua de sinais, linguagem corporal, linguagem gestual), na comunicação escrita (jornal, revista, livro, carta, apostila, incluindo textos em braile, textos com letras ampliadas para quem tem baixa visão, notebook e outras tecnologias assistivas para comunicar) e na comunicação virtual (acessibilidade digital). (Sassaki, 2003, p.41)

O mesmo autor considera a acessibilidade um amálgama entre arquitetura, atitude, comunicação, instrumento, metodologia e programação. Segundo Sassaki (2009) todos esses itens são importantes e complementares entre si e os explica da seguinte maneira: (1) acessibilidade arquitetônica como a supressão dos impedimentos físicos que dificultam o acesso aos ambientais; (b) acessibilidade atitudinal como a supressão de atitudes preconceituosas, estigmatizantes, estereotipadas e discriminatórias; (c) acessibilidade comunicacional, já citada, sendo a supressão dos impedimentos de comunicação interpessoal, escrita e virtual; (d) acessibilidade instrumental a supressão dos impedimentos nos instrumentos, utensílios e ferramentas pedagógicas; (e) acessibilidade metodológica a supressão dos impedimentos nos métodos pedagógicos e técnicas de estudos; e, (f) acessibilidade programática como a supressão dos impedimentos ocultos em políticas públicas. Percebe-se que a acessibilidade para pessoas com deficiência é algo complexo e, para ser efetiva na sociedade, precisa estar na formação em todas as áreas do conhecimento. Mas antes de discorrermos sobre este assunto, precisamos definir o que é uma pessoa com deficiência numa visão social.

Conceituando a deficiência a partir de uma concepção ecológica

Desde a internalização da Convenção Sobre os Direitos da Pessoa com Deficiência

patrocinada pela Organização das Nações Unidas – ONU, aprovada pelo Brasil por intermédio do Decreto Legislativo no 186/2008, na forma do artigo 5o, §3o, da Constituição Federal, ratificada em 2008 e promulgada pelo Decreto N° 6.949 em 2009, o ordenamento jurídico brasileiro conta com um novo conceito, dessa vez de status constitucional, de pessoa com deficiência que leva em conta a dificuldade de inserção social do indivíduo para a sua caracterização (Brasil, 2008, 2009; Maia, 2013).
Esta Convenção, já em seu preâmbulo, na alínea "e", aponta para a incompletude do conceito de deficiência, que deverá ser verificado e atualizado em cada momento histórico, apontando, ainda, para sua dimensão social, não mais a considerando como algo intrínseco à pessoa. Nessa Convenção, a deficiência é definida como:

> Pessoas com deficiência são aquelas que têm impedimentos de longo prazo de natureza física, mental, intelectual ou sensorial, os quais, em interação com diversas barreiras, podem obstruir sua participação plena e efetiva na sociedade em igualdades de condições com as demais pessoas (ONU, 2006, Art.1).

Essa definição foi adotada na legislação brasileira a partir de 2009, o que revela um posicionamento ideológico na perspectiva ecológica no ordenamento jurídico brasileiro. Entende-se que se integrou nos aspectos ambientais a compreensão da deficiência, ao passo que se supõe que os aspectos biológicos não são os únicos decisivos dessa condição, posto que o ambiente em que a pessoa está inserida pode potencializar ou reduzir as limitações funcionais ocasionadas por uma deficiência. Nesse sentido, o enfoque passou a ser também a funcionalidade da pessoa, e não apenas a deficiência, considerando que o mais relevante é identificar como a pessoa funciona no seu ambiente e quais são os apoios de que precisa para ter mais qualidade de vida.
Destarte, a Banca da Ciência vem, nos últimos meses, tentando eliminar as barreiras instrumentais e comunicacionais em suas intervenções. Assim, dissertamos a seguir a inclusão das pessoas com deficiência visual no processo de difusão científica.

A inclusão das pessoas com deficiência visual na difusão científica

Bueno (2009) entende que "a difusão científica é toda e qualquer atividade desenvolvida para informar, comunicar ou transmitir características, conceitos, propostas, teorias, inovações e procedimentos da ciência e da tecnologia" (Bueno, 2009, p. 159). Nas palavras de Bueno "o conceito de difusão tem limites bastante amplos. Na prática, faz referência a todo e qualquer processo utilizado na veiculação de informações científicas e tecnológicas" (Bueno, 2009, p. 159).
Para este autor, a difusão científica abrange a totalidade de processos que objetiva, de alguma forma, à comunicação de informações científicas e tecnológicas, sejam elas destinadas à comunidade científica ou às pessoas leigas nessa área. "A difusão científica, portanto, pode ser organizada com base em suas características e, de acordo com o autor [Bueno], classificadas como comunicação científica e divulgação científica, que são definidas pelo estabelecimento do público alvo (Lima, 2016, p.20).
Concordo com Gaspar (1992) ao dizer que na nossa sociedade, a concepção de que "ensinar é tarefa da escola" é muito arraigada, no entanto, as ações educativas são muito complexas e se desenvolvem tanto na escola como em casa; há infinitas formas e meios de ensinar/aprender e muitas ocorrem nas experiências cotidianas. A partir dessas características, é possível classificar os sistemas educacionais em três formas básicas: a

educação formal, não-formal e informal. Constatando-se, assim, que a “educação formal” diz respeito aos sistemas de ensino tradicionais; a “educação não-formal” corresponde às ações de aprendizagem fora dos sistemas de ensino; e, a “educação informal” é ocorre cotidianamente ao longo da vida.

Criada em 2008, por professores da Universidade de São Paulo – USP e Universidade Federal de São Paulo (UNIFESP), a Banca da Ciência é um projeto interdisciplinar de intervenções não-formais de comunicação dialógica e crítica da ciência para todas as faixas etárias em espaço educativo escolar e não-escolar, que tem como característica a abordagem lúdica de temas científicos em conexão com grupos relacionados às manifestações artístico- culturais e temas sociais, por mediação de seus/as mediadores/as, cuja base do projeto são as bancas móveis, parecidas às usadas para venda de jornais e revistas, mas que operam como centros de ciências, sendo espaços cuja visitação faz sentido como experiência cultural, independente da aquisição de mercadores, visto que contem exposições de materiais interativos para a popularização da ciência e da tecnologia utilizando materiais simples e de baixo custo.

Atualmente, a Banca da Ciência está intervindo em três Escolas Estaduais de São Paulo, uma Escola Municipal de Educação Infantil de São Paulo, um Centro para Crianças e Adolescentes (CCA) – serviço conveniado à Secretaria Municipal de Assistência e Desenvolvimento Social (SMADS) –, e faz apresentações em congressos científicos, espaços não-escolares (Figura 1) e na EACH-USP sob agendamento (Figura 2).

Figura 1. Apresentação da BC na Estação de trem Luz da CPTM[225] para público diverso.

Fonte: Arquivo pessoal (Nov.2016).

Descrição da figura 1: Na frente da imagem há um mediador explicando para adultos e crianças as estações do ano a partir de uma maquete de isopor. Ao fundo, no lado direito e esquerdo, há diversas crianças brincando com jogos lógicos.

[225] Portal da CPTM. Disponível em: <http://www.cptm.sp.gov.br/Pages/Home.aspx>.

Figura 2. Apresentação da BC na EACH/USP para alunos do terceiro ano do Ensino Médio de uma Escola Estadual da Zona Leste de São Paulo

Fonte: Arquivo pessoal (Abr.2017).

Descrição da figura 2: Banca móvel aberta com diversos adolescentes observando as coleções de experimentos em exposição, como o Ludião e jogos lógicos. A banca mede aproximadamente 2m de altura, 3m de largura e 1,5m de profundidade. Ela é cinza com as cantoneiras em azul royal. Na parte superior há um letreiro na cor azul escrito *Banca da Ciência* na cor branca.

Para o desenvolvimento das intervenções, sob a coordenação de uma mestranda em Estudos Culturais pela USP, há uma equipe interdisciplinar de mediadores/as composta por 15 estudantes de graduação dos cursos oferecidos pela EACH-USP[226] – Biotecnologia, Ciências da Natureza, Educação Física e Saúde, Gestão Ambiental, Gestão de Políticas Públicas, Gerontologia, Lazer e Turismo, Marketing, Obstetrícia, Sistemas de Informação e Têxtil e Moda –, que em sua maioria são bolsistas de programas de apoio da USP e voluntários.

Foi constatado que todos os cursos oferecidos pela EACH/USP não possuem disciplinas obrigatórias e optativas em sua matriz curricular sobre acessibilidade e inclusão para pessoas com deficiência, principalmente a deficiência visual que é o foco deste artigo. Logo, foi necessária uma formação de seus/as mediadores/as e uma adaptação multissensorial[227] de materiais em suas intervenções para quando se deparar com esse público. E, como propõe como propõe Ballestero-Álvarez (2002) e Camargo (2016), além dos/as estudantes cegos, a multissensorialidade é também produtiva e favorável para estudantes sem deficiência visual, ao passo que reforça e intensifica "o aprendizado em qualquer disciplina" (Ballestero-Álvarez, 2002, p.49), principalmente "o significado de seu aprendizado científico" (Camargo, 2016, p.33).

Segundo Camargo (2017), a inclusão é um modelo utilizado em diferentes espaços físicos e simbólicos. Nos contextos inclusivos, os grupos de indivíduos têm suas características idiossincráticas reconhecidas, participando, assim, plenamente. De acordo com o modelo citado, identidade, diferença e diversidade retratam proveitos sociais que facilitam a formação de relações de cooperação. Para o autor, nos cenários sociais inclusivos, tais

[226] Cursos oferecidos pela EACH/USP e suas respectivas grades de disciplinas. Disponível em: <http://www5.each.usp.br/apresentacao-graduacao/#cursoGraduacao>.

[227] Multissensorialidade é algo que envolve ou implica dois ou mais estímulos sensoriais simultaneamente. Será discutido no decorrer deste artigo.

grupos são ativos “em relação dialética com o objeto sociocultural, transformam-no e são transformados por ele” (Camargo, 2017, p.1).

A difusão científica para estudantes com e sem deficiência visual nos faz levantar uma questão: quais devem ser as características de atividades relacionados à Ciência comuns a todos/as os/as estudantes, com e sem deficiência visual, respeitando suas singularidades?

A compreensão desta indagação passa pelo entendimento do debate entre o incentivo de discriminação pela igualdade e pela diferença. Segundo Mantoan (2004, p.7-8) “[...] há diferenças e há igualdades, e nem tudo deve ser igual nem tudo deve ser diferente, [...] é preciso que tenhamos o direito de ser diferente quando a igualdade nos descaracteriza e o direito de sermos iguais quando a diferença nos inferioriza”.

Este artigo foca na comunicação e nos instrumentos utilizados na difusão científica, assim, apresento meios de tornar acessíveis ambos âmbitos. Seguindo os princípios da inclusão, Soler (1999) questiona, em seu referencial *Multisensorial de las ciencias*, o fato do ensino das ciências naturais possuir um enfoque em elementos puramente visuais. A partir desse fato, o Camargo (2016, p.30) afirma que:

> [...] ocorre a perda de muitas informações não visuais, a falta de motivação nessas disciplinas para alunos cegos e com baixa visão, uma interpretação tendenciosa do meio ambiente que nos rodeia e um entendimento muito reduzido da observação científica, visto que essa ação se reduz ao ato de olhar” (Camargo, 2016, p.30).

De acordo com Camargo (2016), a didática multissensorial pode atuar como canais de entrada de informações importantes, pois estimula o tato, a audição, a visão, o paladar e o olfato. Nessa perspectiva, o ato de observar deixa de ser uma prática puramente visual. “Observar requer a captação do maior número de informações por meio de todos os sentidos que um indivíduo possa pôr em funcionamento” (Camargo, 2016, p.31). Este autor exemplifica falando da observação de um ambiente em uma aula de campo, que, para o aluno, é mais significativo, além de observar visualmente o ambiente, descrever seu cheiro, sua sensação térmica, texturas de seus componentes, entre outras características.

A comunicação pode ser entendida como o “processo social básico de produção e compartilhamento do sentido através da materialização de formas simbólicas” (Camargo, 2016, p.39). Em um processo de comunicação interpessoal, ocorre uma relação entre o emissor e o receptor, no qual, o primeiro, de forma intencional, veicula ao segundo uma mensagem, ideia ou informação. Logo, “é possível dizer que a finalidade desse processo é o compartilhamento de significados sobre um determinado objeto, mensagem, informação ou ideia” (Camargo, 2016, p.40).

Em contrapartida, a linguagem diz respeito ao sistema de códigos utilizados na comunicação, e pode ser verbal (pela palavra – escrita, falada, gesticulada) ou não verbal (por símbolos, música, cores, etc) (Quadros; Karnopp, 2007).

Mediante ao que foi apresentado, é possível interpretar a aprendizagem formal e não-formal como um processo de comunicação pretendida acerca de significados (no caso deste estudo, significados relacionados à ciência), sendo que o veículo utilizado no processo comunicativo é a linguagem (Camargo, 2016).

Para entender as condições de acessibilidade de alunos cegos, Camargo (2012) definiu linguagem a partir de duas estruturas: a empírica e a semântico-sensorial.

> A estrutura empírica diz respeito à materialização da linguagem por meio dos códigos: visual, auditivo, tátil, etc., articulados de forma independentes ou interdependentes. Assim, temos estruturas fundamentais (códigos articulados de forma independentes) e estruturas mistas (códigos articulados de forma interdependentes). Uma linguagem de estrutura empírica fundamental, por exemplo, auditiva e visual, é acessível se o receptor tiver acesso à, pelo menos, um dos códigos que formam a linguagem. Já uma linguagem de estrutura empírica mista, por exemplo, audiovisual, somente é acessível se o receptor tiver acesso simultâneo aos dois códigos que constituem a linguagem. A estrutura semântico-sensorial diz respeito aos efeitos produzidos pela percepção sensorial nos significados das palavras utilizadas para a veiculação de fenômenos, conceitos ou situações. (p.40) [grifos nossos]

Nesse âmbito, em relação à participação das pessoas com deficiência visual nas intervenções da BC, cabe sempre aos/às mediadores/as questionar quais são as características de acessibilidade às informações durante a condução das atividades.
Uma condição fundamental para a participação das pessoas com deficiência visual nas intervenções da BC diz respeito à "desconstrução da estrutura empírica audiovisual interdependente" (Camargo, 2016, p.42). Essa estrutura pode ser facilmente reconhecida em perfis comunicativos do tipo:

> *Isto é igual a isto* (professor demonstrando a resolução de equação); *notem as características deste gráfico...* (professor aponta com as mãos características do gráfico escrito ou projetado); *de acordo com o que nos informa a tabela...* (aponta características descritas na tabela) [...] (Camargo, 2016, p.42).

Consinto com Camargo (2016, p.42) quando diz que "linguagens como tal estrutura não proporcionam a alunos cegos ou com baixa visão as mínimas condições de acessibilidade às informações veiculadas", logo, é preciso que elas sejam destituídas, pois, caso contrário, essas pessoas se encontrarão em uma *condição de estrangeiro*[228], uma vez que, por receberem códigos auditivos que, por estarem associados a códigos visuais, serão desprovidos de significados. Deste modo, é importante a utilização de maquetes e outros materiais possíveis de serem tocados ou observados auditivamente, isto é, com um detalhamento das informações veiculadas.

Processo metodológico e contexto da pesquisa

A reprodução desta pesquisa se caracterizou sob a linha pesquisa participante (Brandão, 2001; Brandão & Borges, 2007), ao passo que ela tende a ser concebida como um instrumento, um método de ação científica de um trabalho popular de dimensão pedagógica e política, como é o caso da Banca da Ciência que tem dimensão pedagógica e visa tornar acessível as práticas e conhecimentos científicos para a população em geral, notadamente a periférica, realizando intervenções que conversam com o contexto social

[228] "O termo condição de estrangeiro foi construído para caracterizar a presença de discentes com deficiência visual em sala de aula onde a veiculação de informações se dá por meio de linguagens de estrutura empírica audiovisual interdependente" (Camargo, 2012, p.256). Nesse ambiente social, a condição do discente é semelhante à de um estrangeiro em um país de língua desconhecida".

do público[229].

De acordo com Brandão (2001), na pesquisa participante é importante conhecer para formar pessoas estimuladas a transformar os cenários sociais de suas próprias vidas, e não apenas para solucionarem alguns problemas locais restritos e isolados. Contudo, este artigo é um recorte de uma pesquisa de mestrado, cuja duração é de dois anos, o propósito mais imediato da ação social de acessibilidade comunicacional e instrumental na difusão científica para pessoas com deficiência visual associada à pesquisa participante será local e específica com os/as mediadores/as da Banca da Ciência e os/as idosos/as cegos/as e com baixa visão da Sociedade Assistencial para Cegos Nossa Senhora da Guia (SACNSG).

Para Schmidt (2006, p.14) o participante é "convocado a participar da investigação na qualidade de informante, colaborador ou interlocutor". Para Brandão; Borges (2007, p.55) "é do constante diálogo não doutrinário de parte a parte que um consenso sempre dinâmico e modificável deve ir sendo também construído". Nessa circunstância, participei de todas as etapas desta pesquisa como informante, colaboradora e interlocutora. A coleta de dados sucedeu de registros sistemáticos (filmagem com câmera fixa acoplada, sequências fotográficas e tomada de notas).

Deste modo, foram realizadas uma roda de conversa com a profissional da educação inclusiva, Liliane Garcez, atualmente consultora do Instituto Rodrigo Mendes[230] e oficina teórico-prática, a fim de proporcionar uma experiência perceptiva (Masini, 2003), e discutido as formulações de intervenções acessíveis eliminando as barreiras instrumentais.

A roda de conversa com a Garcez durou cerca de 2 horas, onde os/as mediadores/as puderam tirar suas dúvidas a respeito de como atuar com as pessoas cegas e com baixa visão. Já a oficina, com duração de 3h, abordou teoria e proporcionou vivências de percepção sensorial – infelizmente não foi possível levar pessoas cegas para a atividade. Ela foi realizada no Laboratório de Desenvolvimento de Recursos Didáticos em Ciências da Natureza da EACH/USP e focou em discutir inclusão, acessibilidade, comunicação sensorial e multissensorialidade, apreciação de um filme com audiodescrição usando os diversos sentidos sem a visão (Figura 3), e vivência de percepção sensorial pelo campus da universidade (Figuras 4, 5 e 6).

[229] Vale destacar que a pesquisa foi realizada no segundo semestre de 2017, e foi submetida ao Comitê de Ética da EACH/USP, passando por todos os trâmites junto à Comissão Nacional de Ética em Pesquisa (CONEP), cujo parecer favorável é apresentado no anexo.

[230] Instituto Rodrigo Mendes (IRM), fundado em 1994 na cidade de São Paulo pelo Rodrigo Hübner Mendes, é uma organização sem fins lucrativos com a missão de colaborar para que toda pessoa com deficiência tenha uma educação de qualidade na escola comum. Disponível em: <https://institutorodrigomendes.org.br/>.

Figura 3. Mediadores/as assistindo um filme com audiodescrição

Fonte: Arquivo pessoal.

Descrição da figura 3: Há cinco mediadoras e três mediadores sentados em cadeiras estofadas assistindo um filme com os olhos vendados.

A vivência de percepção sensorial pelo campus da universidade sucedeu da seguinte maneira: seis duplas foram formadas, sendo que enquanto uma pessoa ficava vendada, a que estava sem venda guiava-a, e vice-versa. Os/as mediadores/as foram instruídos/as a, ao estar no papel de guia, fazer uma descrição oral detalhada dos lugares por onde caminhavam, melhorando a qualidade da vivência.

Figura 4. Mediadoras guiando/ sendo guiada nos pisos táteis na EACH

Fonte: Arquivo pessoal.

Descrição da imagem 4: Uma Mediadora sem venda auxilia outra mediadora com vendas a andar pelo piso tátil.

Figura 5. Mediadoras guiando/ sendo guiada no gramado do campus da EACH/USP

Fonte: Arquivo pessoal.

Descrição da imagem 5: Uma mediadora sem venda guia outra mediadora vendada pelo gramado do campus universitário.

Figura 6. Mediadoras fazendo compras na cantina com os olhos vendados

Fonte: Arquivo pessoal.

Descrição da figura 6: Duas mediadoras, uma sem venda guiando a que está com os olhos vendados, fazendo compras na cantina da EACH-USP. A dupla está à frente do balcão, de costas para a fotografia, e atrás do balcão estão dois funcionários atendendo-as.

As pesquisas do modelo de intervenção pedagógica são aplicadas, isto é, elas visam auxiliar na resolução de problemas práticos (Gil, 2010). Damiani (2013, p.58), as denomina "pesquisas no mundo real" por serem realizadas sobre e com pessoas, fora do ambiente protegido de um laboratório.

As intervenções também podem ser consideradas como pesquisas por se assemelharem aos experimentos, no sentido de que ambos estão ocupados em "tentar novas coisas – e ver o que acontece" (Damiani *et al*, 2013, p.59). Nessa perspectiva, tentamos formular novas coisas, adaptar outras, para ver o que acontecia nas intervenções dos/as mediadores/as da BC com os/as idosos/as com deficiência visual.

Ao todo, foram realizadas quatro intervenções, mas descrevo a seguir apenas o que foi adaptado na primeira formulação, pois serviu de parâmetro para os demais instrumentos realizados nas intervenções posteriores.

Os/as mediadores/as da BC iniciaram a adaptação pelos jogos lógicos, visto que são os materiais da Banca que mais chamam a atenção do público de todas as faixas etárias. Abaixo são apresentados três exemplos de como foram formuladas todas as adaptações pensando na multissensorialidade para pessoas cegas e com baixa visão.

O jogo "Dama" (Figura 7) versão de 64 casas (8 por 8), cujo objetivo do jogo é imobilizar ou capturar todas as peças do adversário, apresenta muitas barreiras para a pessoas com deficiência visual manuseá-la. O tabuleiro de madeira leva as cores preta e bege, e as peças são nas cores pretas e brancas.

Figura 7. Jogo Dama[231]

Fonte: Arquivo pessoal.

Para a pessoa cega, este jogo é excludente, visto que ela não consegue limitar os espaços divididos no tabuleiro e não conseguem distinguir quais são as suas peças e as peças do seu adversário. Dependendo do grau da baixa visão de uma pessoa, ela pode sofrer muitos empecilhos. A baixa visão, como afirma Domingues (2010, p.9):

> Pode acarretar perda de campo visual e comprometer a visão central ou periférica. O campo visual corresponde à área total da visão. Quando a perda ocorre no campo visual central, a acuidade visual fica diminuída, e a visão de cores pode ser afetada com possíveis alterações de sensibilidade ao contrate e dificuldade para ler e reconhecer

[231] Não há descrições da figura 7 à figura 13, pois elas já estão detalhadas no texto corrido.

pessoas. Nesse caso, é recomendável o aumento do contrate e o controle da iluminação.

Segundo a ABNT 9050 (2015) “o contraste visual tem como função destacar elementos entre si por meio da composição claro/escuro ou escuro/claro para chamar a atenção do observador (5.2.9.1.1).

> Pessoas com baixa visão podem não ser capazes de identificar as cores, mas podem perceber tons claros e escuros, uma vez que esta característica é intrínseca das superfícies coloridas. O contraste visual entre superfícies adjacentes facilita a percepção e a legibilidade da informação desejada pelas pessoas com deficiência visual. (ABNT 9050, 2015, Anexo B.5)

Portanto, foi necessário colar velcro (macho) branco nas partes beges do tabuleiro para, além de ser um meio para a pessoas com DV saber onde movimentar suas peças e deixa-las fixas, proporcionar um contraste com a cor preta (Figura 8). Colou-se duas texturas (feltro e E.V.A) nas peças com cores diferentes (verde limão e vermelho), e velcro (fêmea) embaixo para que sejam fixadas no tabuleiro.

Figura 8. Jogo Dama adaptado

Fonte: Arquivo pessoal.

No “Dominó de Formas Geométricas” (Figura 9), o objetivo é associar as formas geométricas (círculo, quadrado, retângulo e triângulo) com imagens de objetos do cotidiano, como fogão, televisão, janela, dado e etc. Para a pessoas cega, o jogo é inacessível por não ter qualquer tipo de relevo ou textura. Por conter imagens pequenas, a pessoas com baixa visão poderá sofrer dificuldades na associação.

Figura 9. Dominó de Formas Geométricas

Fonte: Arquivo pessoal.

Em relação aos materiais de um objeto, Sá; Campos; Silva (2007, p.27) recomendam:

> O relevo deve ser facilmente percebido pelo tato e, sempre que possível, constituir- se de diferentes texturas para melhor destacar as partes componentes do todo. Contrastes do tipo liso/áspero, fino/espesso, permitem distinções adequadas. O material não deve provocar rejeição ao manuseio e ser resistente para que não se estrague com facilidade e resista à exploração tátil e ao manuseio constante. Deve ser simples e de manuseio fácil, proporcionando uma prática utilização e não deve oferecer perigo.

Segundo as recomendações supracitadas, as peças do "Dominó de Formas Geométricas" foram adaptadas da seguinte forma: no lado que possuía as formas geométricas, foi contornado com tinta 3D na cor laranja florescente para obter relevo; no lado com as imagens – contornar com a mesma tinta para obter relevo seria inviável, visto que as imagens são pequenas, dificultando a compreensão da criança com baixa visão –, optou-se por colar E.V.A em formas geométricas (Figura 10). Nesta adaptação, se perdeu o objetivo de associar formas geométricas com imagens, mas proporcionou que crianças com DV fossem incluídas no ato de jogar.

Figura 10. Dominó adaptado com relevos de formas geométricas.

Fonte: Arquivo pessoal.

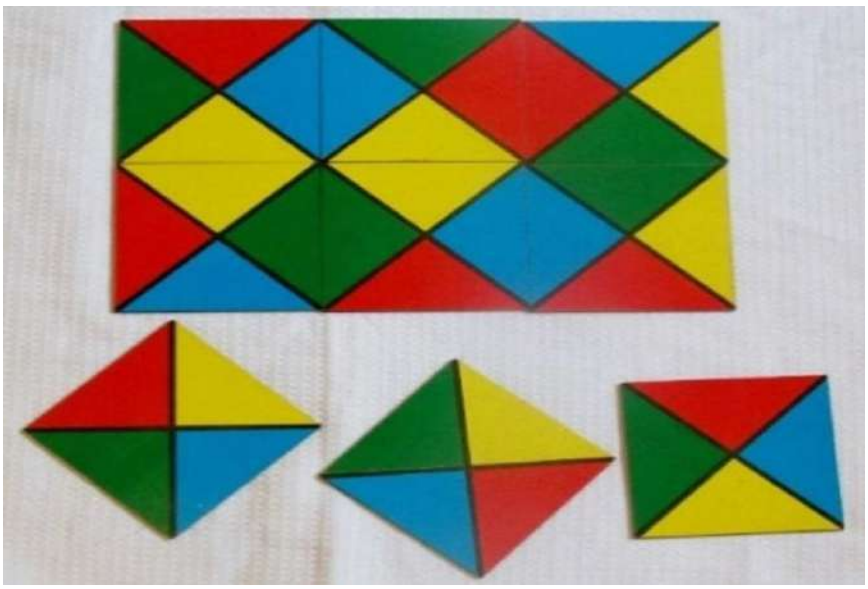
Por se tratar de um dominó, é possível serem feitas diversas adaptações, como inserir texturas. A figura número 11 é a adaptação do mesmo dominó com botões na cor rosas, E.V.A azul, feltro verde limão e tinta 3a 3D na cor laranja florescente.

Figura 11. Dominó adaptado com texturas.

Fonte: Arquivo pessoal.

Para finalizar os exemplos de adaptação, há o "Tetra Cores" (Figura 12) que consiste em montar um quadrado usando todas as peças, de maneira que cores iguais sejam vizinhas. São nove quadrados com quatro cores cada – amarelo, azul, verde e vermelho. Por se tratar de associação de cores, as pessoas cegas não conseguirão jogá-lo e as pessoas com autismo poderão sofrer dificuldades em associar as cores.

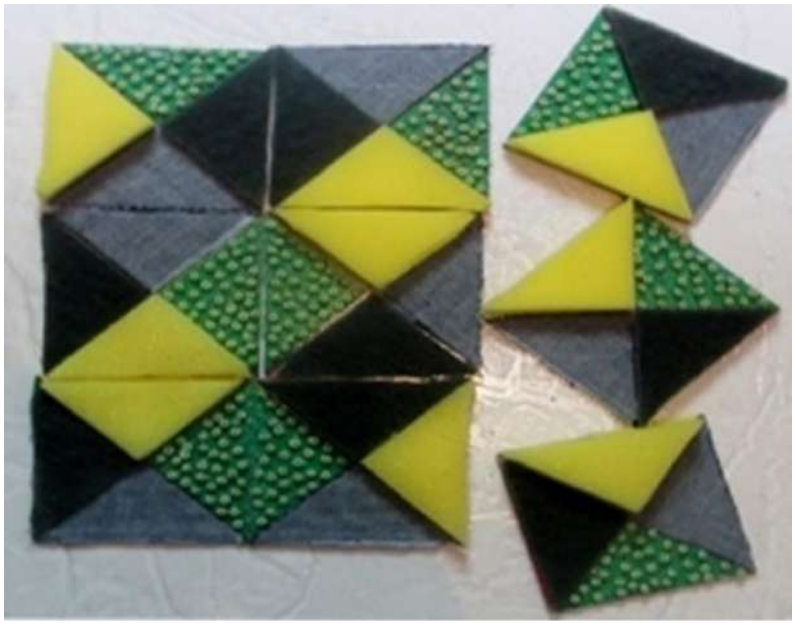
Figura 12. Tetra Cores



Fonte: Arquivo pessoal.

Segundo a ABNT 9050 (2015) a legibilidade (5.2.9.1.2.1) “deve haver contraste [...] cuidando para que a iluminação do entorno – natural ou artificial – não prejudique a compreensão da informação”. Para que todas as pessoas com DV e daltonismo pudessem ser incluídas no ato de jogar o tetra, optou-se por colar quatro texturas nos quadrados, que foram: tecido jeans, miçangas verdes e esponja de lavar louças – espuma e lã de aço (Figura 13).

Figura 13. Tetra Cores adaptado



Fonte: Arquivo pessoal.

Concluindo a formação, os/as mediadores/as deram início à formulação das intervenções acessíveis para coloca-las em prática com as pessoas com deficiência visual. A seguir são apresentados os resultados que foram obtidos através das intervenções com os idosos cegos e com baixa visão.

Principais resultados

Os resultados aqui apresentados são de quatro intervenções da BC na SACNSG, que está localizada no Itaim Paulista, zona leste do Município de São Paulo.
Seguindo a perspectiva de diálogo de Paulo Freire, onde este deve ser numa relação horizontal baseada na confiança entre os sujeitos (Freire, 1897), a BC, que nunca tinha feito uma intervenção focada para o público da terceira idade com deficiência visual, foi ao lar de idosos SACNSG se apresentar, conhecer seu público e seu interesse por Ciência, visto que o processo de envelhecimento é único, próprio de cada pessoa.
No dia da visita, foram levados salgados e refrigerantes para o diálogo ser prazeroso e fluir naturalmente (Figura 14).

Figura 14. Primeira visita dos/as mediadores/as à SACNSG

Fonte: Arquivo pessoal.

Descrição da figura 14: Há sete pessoas sentadas em uma sala conversando. No centro da imagem, há um sofá e nele estão sentados uma idosa cega de cabelos brancos, segurando na mão direita um copo e na esquerda um salgado. Ela olha para o idoso que está ao seu lado falando. Ele, um idoso cego de cabelos grisalhos, está com o cotovelo esquerdo no apoio de braço do sofá. As demais pessoas à direita e à esquerda da imagem estão sentadas em cadeiras prestando atenção no que este idoso fala. À esquerda da imagem estão: uma idosa cega de cabelos brancos segurando as mãos; uma idosa de cabelos tingidos segurando um copo; e, um mediador moreno com o corpo inclinado para o sofá. À direita da foto há duas mediadoras, uma morena segurando um copo, outra japonesa segurando uma embalagem de biscoitos.

Baseando-se no que aprenderam na formação e na visita, os/as mediadores/as deram início à formulação das intervenções acessíveis para esse público. Por já ter os jogos lógicos adaptados, a primeira intervenção foi com esta temática (Figuras 15 e 16).

Figura 15. Intervenção de jogos lógicos com os/as idosos/as com DV

Fonte: Arquivo pessoal.

Descrição da figura 15: Mediadora e idosa cega sentadas no sofá rindo enquanto jogam. O jogo é de associação de texturas, logo, a primeira auxilia a segunda a jogá-lo.

Figura 16. Intervenção de jogos lógicos com os/as idosos/as com DV

Fonte: Arquivo pessoal.

Descrição da figura 16: Dois mediadores sentados no chão observando o idoso com baixa visão que está concentrado enquanto brinca com um jogo de encaixe; este está sentado num degrau.

Como há um sistema solar em escala feito de isopor e biscuit no acervo da BC, na reunião para a formulação da segunda intervenção, foi sugerido pelos/as mediadores/as que a temática fosse sobre o Sistema Solar e que fosse feita a adaptação deste material de acordo com sua constituição de cada planeta. Isto é, para os planetas telúricos (formado sobretudo por rochas), seria utilizado algum material gelatinoso, e, para planetas gasosos (constituídos majoritariamente de gases), seria utilizado esponjas. No entanto, a adaptação de textura foi falha, pois não encontraram materiais adequados. Logo, foi utilizado na segunda intervenção o material disponível no acervo da BC focando nas curiosidades sobre os planetas e em suas escalas (Figura 17).

Figura 17. Intervenção de Sistema Solar com os idosos com DV

Fonte: Arquivo Pessoal.

Descrição da figura 17: Idosa cega, sentada numa cadeira, manuseia o planeta Mercúrio feito de biscuit.

No início, houve resistência de um idoso em querer participar, visto que ele não tinha concluído o ensino fundamental e não se lembrava de quase nada sobre os planetas (Figura 18). Porém, com muito diálogo, explicação e dedicação do mediador para mostrar que o que levamos era algo fácil e que ele podia ter acesso, logo ele se interessou pelo tema, como pode ser constatado na figura 19 onde o idoso cego sorri ao saber a comparação do planeta Terra com os demais. Ele participou da intervenção até o final.

Figura 18. Idoso cego participando da intervenção com os planetas

Fonte: Arquivo pessoal.

Descrição da figura 18: Mediador direciona a mão do idoso cego, que está com o semblante sério, a sentir os planetas.

Figura 19. Idoso cego participando da intervenção com os planetas

Fonte: Arquivo pessoal.

Descrição da figura 19: Idoso cego sorrindo com uma mão sobre os planetas.

Por ter um idoso com baixa visão que gosta de palavras-cruzadas, foi elaborado um em duas versões: a primeira em letra ampliada para que ele mesmo pudesse completa-la com o auxílio dos mediadores quando solicitado, e a segunda com tamanho padrão, onde os mediadores/as liam para os idosos cegos e, a partir de suas respostas, completavam-na (Apêndice).

Como as duas primeiras intervenções estimularam o sentido do tato, para a terceira foi elaborado uma intervenção com músicas cuja temática foi o meio ambiente. Planejou-se depois de ouvir cada música, discutir com os idosos a análise de cada uma e, por serem músicas antigas, o que cada uma representava para eles. As músicas selecionadas foram: Planeta Água, composição Guilherme Arantes[232]; Planeta Azul, composição Aldemir e Xororó[233]; e, Xote Ecológico de Luiz Gonzaga[234] (Figura 20).

Figura 20. Intervenção com música com os/as idosos/as com DV

Fonte: Arquivo pessoal.

Descrição da figura 20: Uma idosa e um idoso cegos sentados no sofá. Ela está com as pernas dobradas e os braços cruzados. Ele, enquanto fala, coça a cabeça. Dois mediadores sentados em cadeiras à esquerda da imagem, olham para o idoso que está falando.

A última intervenção aqui apresentada é com a temática Botânica, a fim dos idosos conhecerem, reconhecerem e aprenderem sobre as plantas estimulado seus sentidos. Foram cuidadosamente definidas seis plantas aromáticas e de uso na medicina popular[235]

[232] Música Planeta Água. Disponível em: <https://www.letras.mus.br/guilherme-arantes/46315/>.

[233] Música Planeta Azul. Disponível em: <https://www.letras.mus.br/chitaozinho-e-xororo/45235/>. 12 Música Xote Ecológico. Disponível em: <https://www.letras.mus.br/luiz-gonzaga/295406/>.

[234] Música Xote Ecológico. Disponível em: <https://www.letras.mus.br/luiz-gonzaga/295406/>.

[235] Lista das plantas medicinais aprovadas pela Agência Nacional de Vigilância Sanitária (ANVISA) disponível em: <https://bit.ly/2HHm5xc>.

(Quadro 1), pois sabe-se que tais plantas são comumente utilizadas no cotidiano de muitos brasileiros, têm diversidade de cheiros, tamanhos e texturas, e não oferecerem riscos de acidente com a exploração tátil (Figuras 21, 22 e 23).

Quadro 1 – Lista das plantas usadas na intervenção sobre Botânica

Nome Científico	Nome Popula	Imagem e Descrição
Plectranthus barbatus Andrews	Boldo	Folhas opostas, pecioladas e de formato oval. Tem bordos serrilhados, ponta aguda, base arredondada e textura aveludada.
Sansevieria trifasciata	Espada de São Jorge	Vaso mediano com plantas ornamentais verdes com folhas espessas e manchas amareladas nas margens, sem caule, de 70 a 90 cm de altura.
Mentha	Hortelã	Folhas violáceas verdes, ovaladas e rugosas.
Spathiphyllum wallisii	Lírio da Paz	Vaso mediano com planta ornamental, acaule, ereta, possuindo de 30 a 40 cm de altura. Suas folhas são consistência coriácea brilhante, cor verde-escura, ovais de pecíolo longo, e suas flores são brancas com espádice.

Ocimum basilicum	Manjericão	Folhas opostas, ovais, pecioladas e de cor verde-clara.
Alternanthera Brasiliana	Penicilina ou Erva Dori	Folhas ovaladas de forma longa, em cores que variam do vermelho ao roxo, de textura lisa. Suas flores são de cor branca e de tamanho pequeno. Fonte: Elaborada pela autora.

Fonte: Elaborada pela autora.

Figuras 21, 22 e 23. Intervenção botânica com os/as idosos/as com DV

Fontes: Arquivo pessoal.

Descrição da figura 21 (esquerda): Idosa cega tateando um Lírio da Paz.
Descrição da figura 22 (centro): Idoso cego tateando uma Espada de São Jorge.
Descrição da figura 23 (direito): Idoso com baixa visão cheirando um caule de hortelã.

Ao término de cada intervenção, houve um *feedback* dos/as mediadores/as e idosos/as para saber suas dificuldades e sugestões de melhorias. Os/as idosos/as adoraram todas

as intervenções e não sentiram *estrangeiros* na comunicação, pois, à medida que sentiam dúvidas na comunicação, os/as mediadores se prontificavam em explicar.
Já os/as mediadores/as, relataram que em todas as reuniões sentiram muitos bloqueios para levar algo acessível para os idosos. Nas primeiras intervenções, os relatos de não saber como conversar foram bem frequentes, pois, com exceção de um, todos/as os/as mediadores/as que atuaram nas intervenções nunca tinham interagido diretamente com uma pessoa com deficiência visual. Todavia, no decorrer das demais intervenções, os/as mediadores/as notaram que os impedimentos na fala diminuíram, embora ainda sentiam dificuldades de descrever os objetos para os que não enxerga.

Considerações finais

Este artigo focou-se em refletir acerca dos desafios da eliminação de barreiras comunicacionais e instrumentais da Banda da Ciência na difusão científica para idosos/as com deficiência visual. Como pode ser constatado, incluí-los não foi uma tarefa simples, visto que foi preciso realizar uma formação de seus/as mediadores/as para que esse público tivesse plena e efetiva participação em igualdade de condições com as demais pessoas.
No entanto, por ser uma pesquisa em escala piloto focando apenas em intervenções acessíveis para idosos/as cegos/as, o resultado pode não ser o mesmo com públicos mistos de diferentes idades com e sem deficiência visual. Deste modo, os/as mediadores/as devem evidenciar as características de atividades relacionados à Ciência comuns a todas as pessoas, com e sem deficiência visual, respeitando suas singularidades.
Foi constatado que todos/as mediadores/as definiram a deficiência visual pelo modelo médico, reduzindo a deficiência à questão do sentido; alguns/as mediadores/as expuseram noção superficial sobre acessibilidade, inclusão e multissensorialidade para pessoas com deficiência visual e outros entendem as temáticas abordadas, mas não têm conhecimento sobre as terminologias corretas.
Com referência às formulações das intervenções acessíveis para aplicar com os/as idosos/as cegos e com baixa visão, em suma, os/as mediadores/as não se dedicaram em levar propostas de atividades para as reuniões. Eles alegavam não saber o que sugerir, porém não buscaram orientação da pesquisadora participante em como trabalhar como recursos didáticos multissensoriais, tampouco pesquisaram a fim de construir um conhecimento a respeito da difusão cientifica para pessoas cegas.
Através das atitudes de alguns/as mediadores/as, transpareceu que consideravam a atuação na Sociedade Assistencial para Cegos Nossa Senhora da Guia uma pesquisa apenas da pesquisadora participante, e não algo da Banca da Ciência e de grande importância em suas formações.
Presumo necessária uma qualificação de seus/as mediadores/as continuamente e uma multissensorialidade de seus produtos culturais em suas intervenções, não apenas para pessoas com baixa visão, mas para atuar com todos os públicos.
Estima-se que esta pesquisa participativa com a diversidade humana sirva para romper as barreiras atitudinais em todas as relações sociais – principalmente na difusão científica – eliminando os preconceitos e ideologias, possibilitando, assim, aos profissionais da educação identificarem a potencialidade de estudantes com deficiência, resultando na demanda de discussões e procedimentos que possibilitem recursos didáticos eficazes

para o desenvolvimento educacional de estudantes com necessidades educativas especiais.
Admitir a diversidade da condição humana expressa que tudo que vem da probabilidade de ser e estar no mundo não há como se esculpir em modelos e rótulos lacrados iguais aos objetos. É preciso que os/as mediadores/as da Banca da Ciência (a sociedade) entendam que a dinâmica presente em cada singularidade pessoal está muito além dos condicionantes.

Referências bibliográficas

Associação Brasileira de Normas Técnicas – ABNT.NBR 9050 (2015). *Acessibilidade a edificações, mobiliário, espaços e equipamentos urbanos*. Rio de Janeiro: ABNT.

Almeida, Késia. P. (2014). *A luta pelo direito à cidadania na cidade de Uberlândia*: o movimento das pessoas com deficiência entre a legalidade e a legitimidade. Dissertação Mestrado, Universidade Federal de Uberlândia, Programa de Pós-Graduação em História, Uberlândia, Minas Gerais, Brasil.

Ballestero-Álvarez, J. A. (2002). *Multissensorialidade no ensino de desenho a cegos*. 2002. 121p. Dissertação (Mestrado em Artes). Escola de Comunicação e Artes, Universidade de São Paulo, São Paulo. Disponível em: <http://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/27/27131/tde-21032005-213811/pt-br.php>. Acesso em: 21 mar.2018.

Brandão, Carlos R.; Borges, Maristela C. (2007). A pesquisa participante: um momento da educação popular. *Rev. Ed. Popular*, Uberlândia, v. 6, p.51-62. jan./dez. Disponível em: <http://www.seer.ufu.br/index.php/reveducpop/article/view/19988>. Acesso em: 10 out.2017.

Brandão, Carlos R. (Org.). (2001). *Pesquisa participante*. São Paulo: Brasiliense.

Brasil. *Decreto Legislativo no 186*, de 10 de julho de 2008 (2008). Aprova o texto da Convenção sobre os Direitos das Pessoas com Deficiência e de seu Protocolo Facultativo, assinados em Nova Iorque, em 30 de março de 2007. Diário Oficial da União - Seção 1, p.1.

Brasil. *Decreto no 6.949*, de 25 de agosto de 2009 (2009). Promulga a Convenção Internacional sobre os Direitos das Pessoas com Deficiência e seu Protocolo Facultativo, assinados em Nova York, em 30 de março de 2007. Diário Oficial da União - Seção 1 - 26/8/2009, Página 3.

Brasil. *Lei no 13.146*, de 6 de julho de 2015 (2015). Institui a Lei Brasileira de Inclusão da Pessoa com Deficiência (Estatuto da Pessoa com Deficiência). Diário Oficial da União - Seção 1 - 7/7/2015, Página 2.

Bueno, W. (2009). Jornalismo científico: revisitando o conceito. In: Victor, C.; Caldas, G.; Bortoliero, S., *Jornalismo científico e desenvolvimento sustentável*. São Paulo: All Print.

Camargo, E. P. (2016). Inclusão, multissensorialidade, percepção e linguagem. In: Camargo, Eder P. (Org.), *Inclusão e necessidade especial: compreendendo identidade e diferença por meio de física e da deficiência visual*. São Paulo: Editora Livraria da Física.

Camargo, E. P. (2012). *Saberes docentes para a inclusão do aluno com deficiência visual em aulas de Física* [*online*]. São Paulo: Editora UNESP. 274p. Disponível em: <https://bit.ly/2uRrQET>. Acesso em: 24 mar.2017.

Damiani, M. F.; Rochefort, R. S.; Castro, R. F. de.; Dariz, M. R.; Pinheiro, S. S. (2013). Discutindo pesquisas do tipo intervenção pedagógica. *Pelotas* [45] 57 – 67, maio/agosto. Disponível em: <https://periodicos.ufpel.edu.br/ojs2/index.php/caduc/article/view/3822/3074>. Acesso em: 15 set. 2017.

Diniz, M. (2012). *Inclusão de pessoas com deficiência e/ou necessidades específicas*: avanços e desafios. Belo Horizonte: Autêntica Editora.

Dischinger, M.; Machado, R. (2006). Desenvolvendo ações para criar espaços escolares acessíveis: inclusão. *Revista da Educação Especial*. Brasília: SEE, v.1, n.1, p.33-39, jul.

Domingues, C. A. (2010). *A Educação Especial na Perspectiva da Inclusão Escolar: os alunos com deficiência visual – baixa visão e cegueira*. Brasília: Ministério da Educação, Secretaria de Educação Especial; Fortaleza: Universidade Federal do Ceará, v.3.

Figueira, E. (2008). *Caminhando em Silêncio: uma introdução à trajetória das pessoas com deficiência na história do Brasil.* São Paulo: Giz Editora.

Filho, V. T. F. *et al*. (2012). Impacto do déficit visual na qualidade de vida em idosos usuários do sistema único de saúde vivendo no sertão de Pernambuco. *Arq. Bras. Oftalmol*. vol.75 no.3 São Paulo Mai/Jun.

Freire, P. (1987). *Pedagogia do oprimido*, 17a. ed. Rio de Janeiro, Paz e Terra.

Gaspar, A. (1992). O ensino informal de ciências: de sua viabilidade e Interação com o ensino formal à concepção de um Centro de Ciências. *Cad.Cat.Ens.Fis*.,Florianópolis, v.9,n.2: p.157-163, ago. p.157-163. Disponível em: <https://periodicos.ufsc.br/index.php/fisica/article/view/7493/6872>. Aceso em: 07 mar.2017.

Gil, A. C. (2010). *Como elaborar projetos de pesquisa*. 5a. Ed. São Paulo: Atlas.

Holliday, O. J. (2006). *Para sistematizar experiências***.** Tradução de: Maria Resende. 2. ed., revista. – Brasília: MMA.

IBGE (2010). *Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. Censo Demográfico 2010*. Brasília, DF, 2010. Disponível em: http://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/periodicos/94/cd_2010_religiao_deficiencia.pdf>.

Lima, F. J.; Araújo, C. M. de; Azevedo, G. E. M.; Guedes, L. C.; Brasileiro, A. K. (2004). *Inclusão da Pessoa com deficiência no Ambiente Social de Trabalho: Sugestões para Seleção e Contratação*. Pernambuco: UFPE.

Lima, G. da S. (2016). *O professor e a divulgação científica*: apropriação e uso em situações formais de ensino. Tese (Doutorado) Faculdade de Educação da Universidade de São Paulo. São Paulo.

Maia, M. (2013). Novo Conceito de Pessoa com Deficiência e Proibição do Retrocesso. *Revista da AGU*, v. 37, p. 289.

Mantoan, M. T. E. (2004). O direito de ser, sendo diferente, na escola. *Revista CEJ*, Brasília, n. 26, p. 36-44. Disponível em: <http://www.cjf.jus.br/ojs2/index.php/revcej/article/view/622>. Acesso em: 20 set. 2017.

Masini, E. F. S. (2003). A experiência perceptiva é o solo do conhecimento de pessoas com e sem deficiências sensoriais. *Psicologia em Estudo*, Maringá, v. 8, n. 1, p. 39-43, jan./jun. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/pe/v8n1/v8n1a06.pdf>. Acesso em: 25 mai.2018.

Mello, L. I. A.; Costa, L. C. A. (1995). *História antiga e medieval*. São Paulo: Scipione.

ONU, Organização das Nações Unidas (2006). Declaração da ONU. *Convenção Internacional sobre os direitos das pessoas com Deficiências,* Brasília.

Quadros, R. M.; Karnopp, L. B. (2007). *Língua de Sinais brasileira: estudos linguísticos.* Porto Alegre: Artmed.

Ramos L. R.; Veras R. P.; Kalache, A. (1987). Envelhecimento populacional: uma realidade brasileira. *Rev Saúde Pública*. 21(3):211-24.

Sá, E.D. de; Campos, I.M. de; Silva, M.B.C. (2007). *Atendimento Educacional Especializado: deficiência visual*. Ministério da Educação: Brasília. SASSAKI, Romeu. K.(2003). *Inclusão no Lazer e Turismo: Em Busca da Qualidade de Vida*. São Paulo: Áurea.

Sassaki, R. K. (2009). Inclusão: acessibilidade no lazer, trabalho e educação. *Revista Nacional de Reabilitação*, São Paulo, p. 10-6, Ano XII, mar./abr.

Schmidt, M. L. S. (2006). Pesquisa Participante: alteridade e comunidades interpretativas. *Psicologia USP*, 2006, 17(2), 11-41. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.1590/S0103- 65642006000200002>. Acesso em: 10 out. 2017.

Soler, M. (1999). *Didáctica multisensorial de las ciencias*. Barcelona: Ediciones Paidós Ibérica.

Capítulo 5.
El trabajo periodístico y otras prácticas de producción cultural

Sindicatos de periodistas argentinos. Orígenes y contextos políticos.

Trade unions of Argentine journalists. Origins and political contexts.

Silvina Martínez[236]

Resumen
El estudio realiza una primera reconstrucción cronológica sobre la creación de los sindicatos de prensa argentinos y los diferentes contextos políticos, sociales e institucionales en los que estos transcurrieron. Se considera a los periodistas como profesionales que producen bienes culturales de gran valor social y, especialmente, desde su condición de trabajadores. Las administraciones del gobierno nacional son tomadas como variable de análisis y se indaga sobre su vinculación con la vigencia y real ejercicio de derechos laborales fundamentales como son la libertad de asociación, la libertad sindical y la libertad de negociación colectiva. El trabajo se ocupa de los procesos de sindicalización de los periodistas argentinos que tuvieron lugar en el período 1942-2015, años en los que se otorgaron los únicos reconcimientos legales a 26 agrupaciones sindicales de distintas provincias y ciudades argentinas. Son escasos los estudios que investigan a los periodistas en su condición de trabajadores por lo que se pretende, con la presente investigación, conocer y comprender esos procesos y, de algún modo, realizar un aporte que permita mejorar y fortalecer los niveles de asociativismo gremial de los periodistas como así también y el ejercicio de sus derechos laborales.

Palabras clave: periodistas; sindicatos de prensa; derechos laborales

Introducción

El estudio que se presenta es parte complementaria del trabajo de tesis de maestría que lleva adelante la autora y en el cual se indaga sobre las condiciones laborales de los periodistas y su incidencia en la práctica profesional. Es en el abordaje de su condición como trabajadores que se profundiza, en la presente investigación, el estudio sobre los procesos de asociativismo sindical que se dieron entre los trabajadores de prensa en la Argentina. Se pretende identificar y organizar cronológicamente la constitución formal de las asociaciones sindicales de primer grado de periodistas en Argentina; e iniciar un abordaje preliminar sobre los contextos institucionales (constitucionales y de facto), políticos (ideológicos y partidarios) y sociales (procesos de industrialización y surgimiento del proletariado) en los que sucedieron.
Se trata de una investigación de naturaleza descriptiva - exploratoria, en tanto explora un aspecto de la profesión periodística como fenómeno social y su carácter es cuali-cuantitativo, al investigar el sentido y significado del trabajo periodístico como acción o hecho social y considerar aspectos objetivos y susceptibles de cuantificación. Son los trabajadores de prensa el objeto-sujeto de estudio que tiene como variable principal de

[236] Universidad Nacional de Río Negro, Argentina. Licenciada en Ciencias de la Comunicación.
Email: silvinadetrelew@yahoo.com.ar.

análisis la administración de gobierno. Se considera en este sentido que los modelos macroeconómicos instrumentados junto a las políticas sociales y laborales establecidas en los distintos períodos gubernamentales y sus consecuentes legislaciones, tienen vinculación con la libertad de asociación sindical, y por ende la constitución de agrupaciones de trabajadores, como con los acuerdos colectivos de trabajo alcanzados.

La tarea investigativa se realizó mediante la consulta de fuentes primarias y secundarias, además de la diversa bibliografía consultada, investigaciones y estudios académicos que abordan el tema, se realizó una intensa examinación de variada fuentes documentales (bases de datos gubernamentales, boletines oficiales, sitios web institucionales, archivos periodísticos, publicaciones de asociaciones sindicales, etc.).

La corriente de los estudios culturales como así también la sociología de la producción noticiosa y del trabajo comprenden el enfoque teórico mediante el cual se avanzó en la investigación. Los paradigmas del derecho a la comunicación y al trabajo, como derechos humanos fundamentales, son ejes del desarrollo del estudio. La investigación busca identificar determinados procesos sociopolíticos y culturales, analizarlos y favorecer la concreción de transformaciones. Se propone un abordaje desde el paradigma crítico de la comunicación, en tanto se busca realizar una reflexión crítica sobre el tema que se indaga y en su relación con el poder.

Con la intención de establecer una referencia histórica y cronológica que pudiera ofrecer un contexto más amplio para la comprensión del tema, se recopiló y sistematizó información sobre las fechas de creación en las que surgieron las principales organizaciones que nuclean a asociaciones sindicales de prensa en el orden internacional (occidental), regional y de países de Sudamérica. Luego, se realizó un relevamiento y registro de las fechas de creación de las asociaciones sindicales de primer grado que constituyeron en la República Argentina distintos colectivos de trabajadores de prensa y que tienen actualmente algún grado de reconocimiento como tales por parte del ministerio de Trabajo de la Nación, autoridad de aplicación en el tema. En virtud de que también existen entidades sin registro oficial, se efectuó la identificación de esos sindicatos que tienen algún grado de actuación en sus respectivas jurisdicciones pero en condición de filiales de la Federación Argentina de Trabajadores de Prensa (FATPREN).

A partir de estos primeros datos obtenidos, sistematizados y organizados cronológicamente, se elaboró una una matriz de análisis que permitió identificar categorías, establecer relaciones y hacer una aproximación al reconocimiento y descripción de los contextos políticos, institucionales y sociales de cada época en la que se constituyeron y reconocieron legalmente las asociaciones sindicales de prensa argentina. El énfasis se puso en las entidades que cuentan con los trámites legales que, según hayan obtenido la personería gremial o la inscripción gremial en el marco de la ley nacional N° 23.551 de Asociaciones Sindicales, las habilita para representar a los trabajadores con mayor o menor nivel de autonomía en la defensa de sus derechos y en las negociaciones paritarias.

Por último, se elaboraron las primeras reflexiones y conclusiones respecto de estos procesos de sindicalización de periodistas y los contextos en los que sucedieron.

Cultura, trabajo y derecho

La investigación toma como marco teórico de referencia a los estudios culturales ingleses, corriente de pensamiento surgida en los años 50 al finalizar la Segunda Guerra Mundial y que tuvo como uno de los iniciadores al pensador marxista Raymond Williams. En sus estudios cuestiona a la cultura como tradición y práctica e incorpora la idea de la producción cultural como social y material y, a partir del concepto de hegemonía de Antonio Gramsci, entiende que en la sociedad capitalista existe una interconexión entre significados, cierta internalización de los valores, ideología y prácticas de los sectores dominantes que se constituyen como hegemónicas y que influencian y configuran la acción de las personas. En América Latina, Jesús Martín Barbero y García Canclini, con esta misma perspectiva, iniciaron la línea de estudios culturales latinoamericanos, "la cultura misma, es un espacio de hegemonía: la dominación, lejos de ser un proceso de imposición desde el “exterior” de lo social y de la cultura, es un proceso en el que una clase se hace hegemónica en la medida en que logra representar intereses diferentes de las clases populares y, además, en la medida en que los sectores populares se reconocen “adentro” del proceso hegemónico, lo asumen, lo hacen propio, son conformistas con él" (Martín Barbero, 1987).

Aspectos de la sociología del trabajo también son tomados en este estudio al ocuparse de los derechos laborales de los periodistas, en su condición de trabajadores que ejercen una actividad productiva para un tercero por la cual obtienen una remuneración determinada. Se toman estudios y conceptualizaciones de la Organización Internacional del Trabajo (OIT) (Neffa, J. 2008; Aldao Zapiola, 2013) ; y se indaga sobre la vigencia y ejercicio de los derechos de libertad de asociación, libertad sindical y libertad de negociación colectiva de los trabajadores de prensa. Las diferentes legislaciones nacionales y normativas que comprenden al trabajo como actividad organizada, que reconocen a las asociaciones de trabajadores en general, y a los periodistas en particular, también integran el marco de referencia utilizado para conocer y comprender los contextos institucionales, políticos y jurídico laborales que se fueron estableciendo en el tiempo y que implicaron, e implican, a la práctica profesional de los periodistas y al ejercicio de sus derechos laborales (Loreti & Lozano, 2014).

La sociología de la producción noticiosa es tomada, en algún aspecto, como referencia teórica en tanto aborda el análisis de los emisores desde sus características sociales, económicas, políticas y culturales que influyen en los productos de los medios y en los procesos de construcción de los mensajes, producción y toma de decisiones (Alsina, 1989; Lozano, 1995). A partir de la gran influencia e interés que generaron en Argentina los estudios de comunicación norteamericanos, existen diversos trabajos locales basados en el *newsmaking*, (Martini, 2004 ; Arrueta, 2010) que analizan las rutinas productivas; en la *agenda setting* que abordan contenidos y el tipo de tratamiento noticioso de los medios de comunicación y también sobre la instancia de recepción, la *teoría del framing* (D´Adamo, 2007; Aruguete, 2010). Sin embargo esta investigación toma distancia de ese enfoque e intenta hacer un abordaje desde la poco explorada condición de trabajador y la vigencia y ejercicio de los derechos laborales de los periodistas (Parcero, 2010; Baranchuk & De Charras, 2011).

Por último, se tomó como eje el paradigma de la comunicación y los derechos humanos, específicamente en el derecho a la comunicación y a la libertad de expresión, tomando en cuenta que todo impedimento o dificultad que se registre en el proceso de producción

noticiosa, también por el caso del eventual deterioro de los derechos laborales de los periodistas como productores de información, no sólo afecta la libertad de expresión sino también el derecho a la comunicación de las audiencias, entendidas como audiencias ciudadanas. El derecho a la comunicación se comprende como un "derecho habilitante" de otros derechos (Uranga, 2016).

Periodistas organizados

En procesos anteriores o simultáneos a los locales, surgieron y se constituyeron formalmente organizaciones sindicales de orden internacional y regional. La primera organización que se considera es la Federación Internacional de Periodistas (FIP) y sobre ella se realiza un desarrollo sintético pero detallado de su conformación en virtud de que se trata de la mayor organización mundial de periodistas pero también porque su historia expone cómo cuestiones ideológicas y políticas, más que organizacionales o específicas del ejercicio de la profesión, dividieron y, aún lo hacen, al colectivo de periodistas del mundo. La FIP contiene a unos 600.000 trabajadores de prensa de 140 países que, nucleados mediante sus respectivas federaciones nacionales, integran la FIP. Pero si bien sus orígenes de constitución datan del año 1926, tuvo un funcionamiento interrumpido como consecuencias de diversos sucesos histórico-políticos. La finalización de la Segunda Guerra Mundial, posibilitó que en junio de 1946, en Copenhague, Dinamarca, se realizara un Congreso Internacional de Periodistas en el que se relanzó la Organización Internacional de Periodistas (en inglés *International Organization of Journalists - IOJ*) integrada por los países triunfantes y aliados en el conflicto bélico. Dos años después, en 1948, comenzó la Guerra Fría y una ola de cambios en el sistema político en Europa Central y Oriental llevó a una división por lo que miembros occidentales europeos y norteamericanos establecieron una nueva FIP en Bruselas en 1952 (Nordenstreng, 2016). Con la caída del Muro de Berlín a fines de los 80 y el fin del comunismo en los países de Europa del Este más sindicatos se sumaron a la FIP transformándose en la mayor organización internacional de periodistas[237].

En el caso de América Latina, la conformación de federaciones que nuclean a asociaciones de periodistas ocurrió en el mes de junio de 1976 en México, con la Federación Latinoamericana de Periodistas (FELAP), y en el mes de mayo del año 2004, la Federación de Periodistas de América Latina y el Caribe (FEPALC). La FELAP, que está asociada a la UNESCO como organización no gubernamental, congrega a medio centenar de federaciones, uniones, sindicatos, colegios y asociaciones profesionales de periodistas de distintos países mientras que la FEPALC, nuclea a 13 federaciones y sindicatos de prensa nacionales de América Latina y el Caribe.

En cada país de la región se constituyeron federaciones de trabajadores de prensa cuyas precisiones históricas y de contexto resultan de gran interés pero exceden al presente estudio. Sin ánimo de considerarse éste un relevamiento exhaustivo al respecto, se mencionan algunos casos: en el año 1923 se constituyó el Sindicato de Redactores de la Prensa de México; en 1928 se creó la Asociación Nacional de Periodistas de Perú (ANP); en

[237] Una detallada e interesante historia de esta organización realizaron los investigadores finlandeses, Nordenstreng Kaarle y Markéta Ševčíková en el trabajo *The rise and fall of the International Organization of Journalists (IOJ),* presentado en Praga en noviembre de 2016 en ECREA's 6th European Communication Conference Disponible online en: http://www.uta.fi/cmt/en/contact/staff/kaarlenordenstreng/publications/ECREA_paper_2016.pdf

1938 la Federación Argentina de Periodistas (que en 1957 queda constituida y legalmente registrada como Federación Argentina de Trabajadores de Prensa - FATPREN); en octubre del año 1944 se crea la Asociación de Prensa de Uruguay (APU); la Federação Nacional dos Jornalistas (FELAJ) se constituye en Brasil en el mes de septiembre de 1946; y diez años más tarde, en julio de 1956, surge el Colegio de Periodistas de Chile (en el año 1984, 13 sindicatos de trabajadores de diarios y radios chilenos conforman la Federación Nacional de Trabajadores de los Medios de Comunicación Social de Chile - FENATRAMCO).
En Argentina existen dos federaciones que nuclean a trabajadores de prensa y que están reconocidas por el ministerio de Trabajo de la Nación. La más antigua, y que está integrada por 33 asociaciones sindicales, es la Federación Argentina de Trabajadores de Prensa (FATPREN) que, como se mencionó, fue antecedida por la FAP y el Sindicato Argentino de Prensa, y en los registros oficiales su conformación data del día 18 de junio de 1957. Los gremios que según registros de la propia federación al año 2018 la integran son: Asociación de Periodistas de Corrientes (APC), Sindicato de Prensa de Buenos Aires (SIPREBA), Asociación de Prensa de Buenos Aires (APBA), Sindicato de Prensa de Mendoza, Sindicato de Prensa Bonaerense (La Plata), Sindicato Entrerriano de Trabajadores de Prensa y Comunicación (SETPyC), Sindicato de Prensa de Ushuaia, Sindicato de Prensa de Río Grande, Sindicato de Prensa de Santa Cruz, Sindicato de Prensa del Noroeste del Chubut (Esquel), Sindicato de Trabajadores de Prensa de Comodoro Rivadavia, Sindicato de Trabajadores de Prensa del Noreste del Chubut (Trelew), Sindicato de Trabajadores de Prensa de Bariloche y Zona Andina, Sindicato de Prensa del Alto Valle de Río Negro, Sindicato de Trabajadores de Prensa de Viedma, Sindicato de Prensa de Neuquén, Sindicato de Prensa de La Pampa (Zona Sur), Sindicato de Prensa de La Pampa (Zona Norte), Sindicato de Prensa de Necochea, Sindicato de Prensa de Tandil, Asociación de Periodistas de Olavarría, Asociación de Periodistas del Noroeste Bonaerense (APENOBA, Junín), Sindicato de Prensa de Bahía Blanca, Sindicato de Prensa de Misiones, Sindicato de Prensa de Formosa, Sindicato de Prensa del Chaco, Sindicato de Prensa de Jujuy, Sindicato de Prensa de Salta, Sindicato de Prensa de Catamarca, Círculo de la Prensa de Santiago del Estero, Sindicato de Prensa de La Rioja, Sindicato de Prensa y Comunicación Social de San Juan y Sindicato de Trabajadores de Prensa de San Luis.
La Federación de Trabajadores de la Comunicación (FETRACOM) es una organización más reciente que integran 6 sindicatos de prensa y que se constituyó en el año 2003. Los registros del ministerio de Trabajo indican que su fecha formal de creación fue el día 7 de noviembre de 2007 y es en el año 2014 que obtiene su inscripción gremial. Está integrada por la Unión de Trabajadores de Prensa de Buenos Aires (UTPBA), el Círculo Sindical de la Prensa y la Comunicación de Córdoba (CISPREN), el Sindicato de Prensa de Rosario (SPR),la Asociación de Prensa de Tucumán (APT), el Sindicato de Prensa de Mar del Plata y el Sindicato de Prensa de Santa Fe.

Escasez de datos

Resulta escasa la producción de estudios sociológicos, históricos y del propio campo de la comunicación y del periodismo que expongan datos precisos y analicen diversas cuestiones vinculadas a los derechos laborales de los trabajadores de prensa y, más aún, a sus niveles de asociativismo, compromiso y militancia sindical. Y quienes han abordado la temática desde alguna de esas perspectivas coinciden en señalar que es un campo poco explorado por la academia (Reyna, 2003; Cané, 2007; Parcero, 2010; Mignone, 2010;

Amado, 2012; Levenberg, 2014; Baranchuk, 2016). Es esta carencia lo que, entre otras razones, motivó el desarrollo de esta incipiente investigación. Podría pensarse que esta circunstancia obedece a la inexactitud de información y falta de registros históricos respecto del sindicalismo o de los convenios colectivos (Aldao Zapiola, 2013).

En la Argentina hay registradas, entre todas las actividades, un total de 1.708 asociaciones sindicales con simple inscripción, que son aquellas organizaciones que sólo pueden representar intereses individuales de sus afiliados. A estas se les suma un total de 1.668 sindicatos que tienen personería gremial, aquellos que tienen representación colectiva y que por ello se encuentran habilitados para negociar la paritaria, retener automáticamente de los salarios el dinero de la cuota sindical y administrar sus propias obras sociales. Entre unos y otros, hay 3376 gremios, según los datos oficiales difundidos recientemente[238]. Tomando en cuenta esta situación que se da en cuanto a la gran cantidad de organizaciones sindicales argentinas que no tienen personería gremial pero sí la inscripción y, al comprobar que esta circunstancia se repite en el ámbito de los sindicatos de prensa, es que se resolvió considerar para el ordenamiento de la información que se expone más adelante a todos los gremios que encuadran en ambas situaciones legales[239].

Desde los primeros intentos asociativos hasta la fecha, los trabajadores de prensa argentinos lograron conformar al menos una asociación sindical en cada uno de los estados que conforman la República Argentina (23 provincias y 1 ciudad autónoma). La legislación vigente que define al ministerio de Trabajo de la Nación Argentina como la autoridad de aplicación tanto en el reconocimiento de las asociaciones sindicales como en el control del cumplimiento de las normativas laborales correspondientes, es la ley nacional N°23.551 de Asociaciones Sindicales[240]. De acuerdo a los registros que ese ministerio tiene en su base de datos, a la que se se puede acceder en su sitio web en internet[241], el escenario actual (al mes de marzo del año 2018) se presenta con 26 sindicatos de prensa, la mitad tienen número de inscripción gremial y la otra mitad tienen personería gremial. Se trata organizaciones integradas directamente por trabajadores a las que la ley define como asociaciones de primer grado. Se suman a ellas otros 18 sindicatos que no figuran en la base de documentación del ministerio pero que han tenido y/o tienen actividad gremial en distintos puntos del país bajo la figura legal de filiales de la Federación Argentina de Trabajadores de Prensa (FATPREN). Entre todas suman 44 asociaciones sindicales de prensa registradas y/o en funcionamiento en Argentina.

Los datos obtenidos permiten puntualizar que en la provincia de Buenos Aires hay 10 sindicatos y otros 4 en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires (CABA). Entre ambas concentran el 31% de las 44 agrupaciones identificadas en el presente estudio. En Chubut

[238] https://www.lanacion.com.ar/2121902-trabajo-restringe-la-habilitacion-de-nuevos-sindicatos

[239] Existe diversa jurisprudencia que se ocupa sobre las demoras y/o rechazos por parte del ministerio de Trabajo de la Nación para dar curso a los pedidos de inscripción y/o de personería gremial que realizaron asociaciones sindicales varias. En algunos casos se indica que ha habido incumplimiento por parte de las asociaciones de ciertos requisitos y plazos establecidos en la Ley de Asociaciones Sindicales por lo que no se dio curso a las solicitudes presentadas. Para más información sobre casos puntuales que se resolvieron en instancia judicial se puede consultar a la Cámara Nacional de Apelaciones del Trabajo. Boletín temático: Jurisprudencia Derecho Colectivo del Trabajo Parte I: Asociaciones Sindicales. Sumarios de fallos de la CSJN y de la CNAT. Disponible en: https://www.pjn.gov.ar/Publicaciones/00013/00103467.Pdf

[240] Sancionada el 23 de marzo de 1988 durante la presidencia de Raúl Alfonsín (Unión Cívica Radical).

[241] http://dnasconsulta.trabajo.gob.ar/ Fecha de consulta: 20 abril 2018

y Río Negro, dos provincias patagónicas, tienen 3 sindicatos organizados cada una. Los trabajadores de prensa de Entre Ríos, Jujuy, La Pampa, San Luis, Santa Fe y Tierra del Fuego están organizados en dos sindicatos por cada provincia; en tanto que el resto de las jurisdicciones provinciales tienen un solo gremio cada una: Catamarca, Chaco, Córdoba , Corrientes, Formosa, La Rioja, Mendoza, Misiones, Neuquén, Salta, San Juan, Santa Cruz, Santiago del Estero y Tucumán.

Algunos antecedentes

El surgimiento de cada entidad gremial impulsada por los propios trabajadores de prensa argentinos a fines del siglo XIX principios del siglo XX tuvo principales razones fundacionales que fueron en general similares en cada caso y que tienen que ver con el mejoramiento y la defensa de las condiciones de trabajo de sus afiliados. En esos años era el Círculo de la Prensa, fundado el 2 de febrero de 1891 bajo el nombre de Círculo de Cronistas, el que representaba a los periodistas en Buenos Aires pero con propósitos más vinculados al ejercicio profesional y actividades mutualistas. Las demandas laborales que dieron origen a las primeras agrupaciones de periodistas en Argentina, constituidas de hecho o bajo la figura de personas jurídicas, se formalizaron institucional y legalmente en épocas y circunstancias políticas y sociales muy diversas. Fue en el mes de abril de 1919, después de una serie de protestas que involucraron con éxito a los trabajadores de la actividad gráfica, que periodistas de varios medios formaron el de Periodistas y Afines en Capital Federal[242].

Es en las primeras tres décadas del siglo XX se consolidan las industrias culturales y se inicia un veloz proceso de modernización de los diarios en la Argentina que incluyó la transformación de los contenidos. “Los diarios migraron desde un modelo europeo, con una vinculación abiertamente partidista, hacia una visión comercial más cercana al periodismo estadounidense” (Levenberg, 2014). Esta mirada más puesta en el mercado reformula también el trabajo de los periodistas que se profesionalizan y se transforman en empleados con obligaciones. Eran épocas en las que comenzaron a exponerse las contradicciones entre propietarios y periodistas respecto de considerar al diario como una entidad cultural y no como una empresa con fines de lucro. Surgen en ese contexto dos visiones del periodista como trabajador asalariado y como profesional liberal. Las particularidades y circunstancias de cada trabajo hicieron que los tipógrafos, cuya tarea está directamente vinculada con la producción periodística, organizaran su primer gremio en el año 1857 y unos veinte años más tarde, en 1878 firmaron su primer contrato colectivo de trabajo. Pero el proceso del gremio de prensa transcurrió en otros tiempos. El 1 de junio de 1908 se constituyó en la ciudad de La Plata, el Círculo de Periodistas de la Provincia de Buenos Aires como "un centro de cultura y de beneficio material para sus futuros asociados". En la historia institucional de la entidad se sindica al Círculo como un principal actor en la posterior realización del Primer Congreso Nacional de Periodistas en Córdoba (en el año 1938) y uno de los impulsores del Estatuto del Periodista Profesional.

La primera huelga de periodistas, ocurrida en el año 1919, transcurrió durante la década en la que presidieron el país dirigentes de la Unión Cívica Radical, Arturo Illia y Marcelo T. de Alvear. Fue en la gestión del segundo, en el año 1926, que un diputado nacional

[242] Cintia Mannocchi (2011). Huelga de periodistas en La Prensa (1919). La vergüenza de ser trabajador. IX Jornadas de Sociología. Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires, Buenos Aires.

oriundo de Entre Ríos, Víctor Guillot, presentó un proyecto de ley impulsando la creación del Estatuto del Periodista pero la iniciativa no prosperó como consecuencia, especialmente, de las presiones ejercidas por los propietarios de los diarios[243]. Una década más tarde, a mediados de la dictadura cívico militar que se conoció como la Década Infame, cuyos gobiernos estuvieron caracterizados, entre otras cosas, por el fraude, irregularidades y violencia, surge el 26 de marzo de 1936 en Córdoba el Círculo de la Prensa. Esta provincia mediterránea argentina sería sede dos años más tarde, en 1938, del Congreso Nacional de Periodistas en el que se constituyó la Federación Argentina de Prensa (FAP) y se consensuó la creación de un proyecto de ley que regulara a la actividad como un trabajo. En junio de 1939, quedó aprobado en Mendoza al realizarse el Segundo Congreso Nacional de Periodistas. Ese mismo año, el 29 de noviembre se formó la Asociación de Prensa de Buenos Aires (APBA) que agrupó a diversos sectores de izquierda. Luego se fusionó luego con el Sindicato Argentino de Prensa (SAP, creado en 1948), que tenía un perfil peronista, y en la década de los 80 constituyeron la Unión de Trabajadores de Prensa de Buenos Aires (UTPBA). Distintas posiciones dividían y enfrentaban a los periodistas no sólo respecto de la incidencia de las ideologías políticas (anarquistas y socialistas mayormente en los inicios y, más adelante, el peronismo) en la conformación de la FAP sino además en relación a los propietarios de los medios.

El congreso de periodistas en Córdoba es considerado un hito en la historia del sindicalismo de prensa argentino y también lo es el decreto N° 7.618 del 25 de marzo de 1944 que dictó el entonces titular del Departamento Nacional del Trabajo, teniente general Juan Domingo Perón, por iniciativa de los periodistas a quienes, en la gestión ante el funcionario, representó uno de los promotores de la norma, el periodista Octavio Palazzolo[244]. El 18 de junio del año 1946, con Perón ejerciendo la presidencia constitucional de la Nación[245], el Congreso Nacional ratifica la vigencia del Estatuto del Periodista mediante la ley 12.908[246]. Esta ley está vigente y constituye la norma legal que especifica la reglamentación laboral-profesional para las actuaciones del periodismo. "Ello implica establecer los marcos que identifican a quienes ejercen la actividad, las condiciones en que deben hacerlo y los derechos que emanan de su práctica profesional. Teniendo en cuenta que la Constitución prohíbe al Congreso Nacional dictar leyes de prensa", explican los abogados especialistas en derecho a la información, Damián Loretti y Luis Lozano (2015). En este último sentido, subrayan el hecho de que en la Argentina resultaría ilegal sancionar legislaciones como las que existen en otros países de América latina, las cuales promueven, entre otras cosas, la colegiación obligatoria.

---

[243] Más detalles sobre el proyecto de ley de Guillot se pueden encontrar en Andreetto, M. (2009) *El periodismo en Entre Ríos*. Historia del Periodismo Volumen IV. Buenos Aires, Academia Nacional de Periodismo y también en Parcero, D. (2010) *Trabajadores de prensa. Ladrilleros del periodismo (primera parte)*, Buenos Aires, Corregidor. Por su parte, el historiador Osvaldo Bayer realiza una minuciosa descripción del trágico final que tuvo la vida de Guillot en el ensayo *Palomar: El negociado que conmovió un régimen*. Bayer, O. (1975) *Los anarquistas expropiadores, Simón Radowitzky y otros ensayos*. Galerna, Buenos Aires.

[244] La historia de la organización de los trabajadores de prensa a nivel nacional y posterior sanción del Estatuto son descritas con minuciosidad en la obra de Parcero, D. (2010).

[245] Juan Domingo Perón fue electo y ejerció por dos períodos consecutivos la presidencia de la Nación, desde junio de 1946 hasta septiembre de 1955, cuando fue derrocado por un golpe de Estado militar autodenominado "Revolución Libertadora".

[246] Parcero, D. (2010, p. 127).

El día 2 de octubre de 1945, unos días antes de dejar su cargo en la secretaría de Trabajo y Previsión (y de que tenga lugar la histórica y masiva manifestación popular que reclamó por su liberación el día 17 de octubre de 1945), Perón firma el decreto 23.852/45 de Asociaciones Profesionales reconociendo legalmente a los sindicatos obreros. La norma, dictada durante la presidencia de facto del general Edelmiro Farrel, diferenciaba entre las asociaciones profesionales no inscriptas, las asociaciones profesionales inscriptas pero sin personería gremial, las asociaciones profesionales con personería jurídica y las asociaciones profesionales con personería gremial. En estas últimas se concentraba todo el poder sindical ya que su reconocimiento les imponía derechos y obligaciones, entre ellas las ventajas de negociar y celebrar convenios colectivos y representar ante instituciones estatales a sus asociados de manera individual o colectiva (Unsain, 1945)[247]. El decreto estableció las bases estructurales del denominado "modelo sindical argentino" y, desde el punto de vista jurídico, se reiteran en casi la totalidad de los cuerpos legales que, desde entonces, regularon la constitución y funcionamiento de las asociaciones sindicales y que se conservan en la ley N° 23.551 de Asociaciones Sindicales de Trabajadores aprobada en el año 1988 y vigente en la actualidad. Se fortalecía de este modo el proceso de vinculación que se dio entre las distintas administraciones de gobierno y las agrupaciones sindicales que, según los períodos institucionales y políticos, estas últimas fueron accediendo, o no, al status de ley que les reconocía su representatividad, poder de negociación y potestad de recaudación sindical.

Conformación de los sindicatos

Los períodos de gobiernos justicialistas que condujo el general Juan Domingo Perón, en los que se establecieron nuevos marcos laborales y la efectiva aplicación de legislaciones obreras anteriores favorecieron un proceso de sindicalización que se inició en esos años y se desarrolló a lo largo de distintas gestiones presidenciales (constitucionales y de facto) y de variados contextos políticos y sociales. Como se mencionó anteriormente, en este trabajo se pone énfasis en los 26 sindicatos de periodistas cuya constitución formal está registrada en la base de datos del ministerio de Trabajo de la Nación Argentina[248] y que cuentan con el correspondiente reconocimiento institucional mediante un número de inscripción o de personería gremial.

Se trata de los únicos 26 sindicatos de prensa de Argentina que cuentan con esos reconocimientos legales que, según cada caso, fueron otorgados por diferentes administraciones gubernamentales en un período de 73 años, que comenzó en el año 1942 y se extendió hasta 2015.

A los fines de ordenar la información recabada se elaboró el siguiente cuadro que detalla los contextos institucionales, políticos y sociales en los que cada agrupación sindical fue reconocida. Sólo se incluyen los períodos de gobierno en los que se reconocieron sindicatos de periodistas a excepción del período iniciado con el golpe de Estado del año 1976 en el que la más violenta dictadura cívico-militar ejerció de facto el gobierno en la República Argentina hasta fines del año 1983. Período en el que, al menos, secuestraron,

[247] Citado por: Luciani, M. (2014). *La etapa formativa de la Secretaría de Trabajo y Previsión (1943-1946) Primeros pasos organizativos y figuras relevantes*. Anuario del Instituto de Historia Argentina (14). En: http://www.memoria.fahce.unlp.edu.ar/art_revistas/pr.6721/pr.6721.pdf

[248] Ministerio de Trabajo de la Nación Argentina (Abril de 2018) http://dnasconsulta.trabajo.gob.ar/

desaparecieron y asesinaron a 130 periodistas[249].

Contextos de creación de sindicatos de periodistas en Argentina - Período 1942 / 2015

Fecha de creación		Nombre de la asociación sindical	Institucionales	Políticos		Sociales
Año	**Día**		**Período**	**Gobierno / Partido político**	**Etapa política**	**Proceso de industrialización / Situación del proletariado**
	19/05	Sindicato de Prensa de Santiago del Estero	Constitucional	Alianza conservadora	Década Infame (1930/1943)	Fin del modelo agroexportador, surgimiento modelo de sustitución de importaciones. Desarrollo industrial y alta utilización de mano de obra. Gran migración interna del campo a la ciudad que transformó la composición de la clase obrera.
1951	08/10	Sindicato de Prensa de Bahía Blanca		Justicialista	Primer peronismo (1946/1951)	Industrialización sustitutiva basada en el desarrollo de industrias livianas. Surgimiento de una incipiente burguesía industrial. Aumento de la intervención del Estado en el campo industrial. Amplio desarrollo de infraestructura institucional pública. Utilización intensiva de fuerza de trabajo asalariada, fuerte crecimiento de producción, caída de la productividad laboral y replanteo del rol de los sindicatos. Normas laborales favorables a los trabajadores asalariados.
1952	03/06	Sindicato de Prensa de Tandil			Segundo peronismo (1951/1955)	
	15/10	Sindicato de Prensa de Salta				
1953	15/02	Sindicato de Prensa de Mendoza				
	23/09	Círculo de la Prensa y la Comunicación de Córdoba				
	15/11	Sindicato de la provincia del Chaco				
1954	25/09	Sindicato de Prensa Bonaerense (La Plata)				
1958	18/05	Sindicato de Prensa de Entre Ríos		Unión Cívica Radical Intransigente	Desarrollismo (1958/1962)	Continúa etapa de sustitución de importaciones mediante el ingreso de capitales extranjeros, desarrollo en sectores agropecuarios, minería, industria y bienes tecnológicos. Reclamos del proletariado, sanción de nuevas normas obreras, conflictos y represión de trabajadores.
	11/10	Sindicato de Prensa de Mar del Plata				
1959	07/07	Sindicato de Prensa de Rosario				
1969	10/12	Asociación de Periodistas de Corrientes	De facto	Fuerzas Armadas	Revolución Argentina (1966/1973)	Modelo económico liberal, eliminación de medidas proteccionistas de la industria nacional, llegada de inversiones multinacionales. Congelamientos salariales, suspensión convenios colectivos de trabajo, protestas de trabajadores y represión estatal.
1970	07/06	Asociación de Prensa de Tucumán				
	06/09	Sindicato de Prensa de Neuquén				
	16/10	Asociación de Prensa de Santa Fe				

[249] Baranchuk, M. (2016) Los Trabajadores de los Medios y sus Organizaciones. Patria Grande: Buenos Aires.

1973	16/04	Sindicato del personal de Empresas Periodísticas de Azul				
1974	17/04	Sindicato de Prensa de la provincia de Formosa	Constitucional	Justicialista	Tercer peronismo (1973/1976)	Sustitución de importaciones, impulso al comercio exterior y expansión del gasto público. Mejoras salariales y de condiciones laborales de trabajadores.
1976	24/03	----	De facto	Fuerzas Armadas	Dictadura cívico-militar (1976/1983)	Modelo económico neoliberal basado en la acumulación de la renta y el fortalecimiento del sistema financiero, apertura irrestricta de importaciones, endeudamiento externo. Destrucción del sector industrial nacional y laboral, desempleo, eliminación de instituciones, organizaciones políticas y sindicales. Terrorismo de Estado contra dirigentes políticos, sindicales y trabajadores (secuestros, desaparición, torturas y muerte).
1984	26/04	Unión de Trabajadores de Prensa de Buenos Aires	Constitucional	Unión Cívica Radical	Radicalismo (1983/1989)	Negativas consecuencias económicas, políticas y sociales del modelo neoliberal. Endeudamiento externo, devaluación, aumento de la pobreza, crisis hiperinflacionaria. Significativa pérdida del poder adquisitivo de los trabajadores, aumento de protestas obreras y paros de actividades.
	08/09	Sindicato de Prensa de La Pampa Zona Sur				
	20/10	Sindicato de Prensa de San Luis				
1993	11/11	Sindicato de Prensa de la provincia de Santa Cruz		Justicialista	Menemismo (1989/1999)	Profundización del modelo neoliberal, desindustrialización, apertura irrestricta a importaciones, privatización de empresas públicas. Caída del empleo, aumento de la precariedad laboral, normas laborales desfavorables para los trabajadores, división de las organizaciones sindicales.
1995	19/11	Sindicato de Prensa del Noreste del Chubut				
2002	21/11	Sindicato de Trabajadores de Prensa (La Plata)			Gobierno de transición democrática	Histórica crisis económica, política, social e institucional que desemboca en la renuncia del presidente y en el inicio de un gobierno de transición.
2004	26/06	Sindicato de Prensa de Río Grande			Kirchnerismo (2003/2015)	Período post devaluación, proceso de reindustrialización, restricción de importaciones y mayor injerencia del Estado en la economía. Crecimiento del empleo en el sector industrial y de servicios. Normativas laborales favorables a los trabajadores, aplicación de convenios colectivos de trabajo, proceso de resindicalización.
2005	06/10	Asociación de Prensa de Buenos Aires				
2015	07/06	Sindicato de Prensa de la ciudad de Buenos Aires				

Fuente: Elaboración propia en base a datos bibliográficos y del Ministerio de Trabajo de la Nación

Primeros análisis

Las distintas épocas y contextos en los que se crearon los sindicatos de prensa en Argentina y en los que obtuvieron sus reconocimientos legales (información y análisis que por razones de espacio no se incluye en el presente trabajo) reflejan una variedad no sólo de gestiones de gobierno sino también de cuestiones más de fondo para analizar. Sin que una primera mirada analítica implique un prejuzgamiento respecto de los comportamientos y prácticas sindicales de los trabajadores de prensa de cada jurisdicción, de la matriz de análisis surgen datos que abren innumerables interrogantes sobre cómo se desarrollaron los procesos asociativistas de los periodistas argentinos.
Tomando como variable principal de análisis a las administraciones de gobierno, una primera lectura permite visualizar que del grupo de 26 sindicatos de prensa comprendidos en el estudio, 20 se crearon durante gobiernos democráticos, 5 en gestiones presidenciales de facto y 1 en un cuestionado período político conocido como la Década Infame.
De los 10 períodos político institucionales identificados en este análisis del proceso de sindicalización de los periodistas argentinos, se observa que 6 se corresponden con presidentes cuyas pertenencias político partidarias son afines al Partido Justicialista. Esos períodos gubernamentales resultaron parte de los contextos en los que mayor cantidad de gremios de prensa se constituyeron y recibieron el reconocimiento legal.

Del total de los 26 sindicatos de prensa analizados más de la mitad (14) se crearon en gobiernos de extracción justicialista: 8 se crearon en los gobiernos de Perón, 2 en las presidencias de Carlos Menem, 1 en la de Eduardo Duhalde y 3 en el kirchnerismo (Néstor Kirchner y Cristina Fernández de Kirchner). En tanto que en los períodos presidenciales del desarrollista Arturo Frondizi surgieron 3 nuevos sindicatos y otros 3 en la presidencia del radical Raúl Alfonsín, en el reinicio democrático.
El proceso vivido por el grupo de cinco sindicatos que se constituyeron durante gobiernos nacionales de facto, como los casos de los generales Onganía (1966-1970) y Lanusse (1971-1973), ameritaría un estudio profundo que permita comprender los contextos y circunstancias que, en distintos niveles, favorecieron tales situaciones y así poder compararlos con experiencias de otras asociaciones sindicales de prensa que, en los mismos períodos, padecieron intervenciones o sus dirigentes fueron víctimas de persecuciones e inclusive asesinatos.

Aunque en el estudio no se brinda el detalle sobre las fechas en las que se otorgaron las respectivas personerías gremiales e inscripciones gremiales a cada asociación constituída, se puede anticipar que existen significativas diferencias temporales para cada caso habiendo transcurrido 30 años, por ejemplo, para que el gremio de prensa de la provincia de Santiago del Estero recibiera su personería gremial por el Ministerio de Trabajo de la Nación, o sólo cinco meses para que se le otorgue la inscripción gremial a una asociación, como es el caso del último sindicato constituido en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires en 2015.

Reflexiones finales

Esta primera reconstrucción cronológica sobre la creación de los sindicatos de prensa argentinos y los diferentes contextos políticos, sociales e institucionales en los que estos transcurrieron permite reconocer cierta vinculación entre determinadas administraciones gubernamentales, los procesos de sindicalización de los periodistas como así también la vigencia y ejercicio de sus derechos laborales.

Pasaron algo más de siete décadas en la historia argentina desde que se formalizó la creación del primer sindicato de prensa en el marco del Ministerio de Trabajo y en sus luchas ¿de clase? los trabajadores de prensa siguen otorgando el poder simbólico de protección de sus derechos a un Estado que, con variantes político institucionales e ideológicas sintéticamente abordadas en el estudio, no sólo ha encontrado la forma de reproducir un mismo modelo de explotación laboral a lo largo de los años sino que ha logrado que los propios trabajadores lo acepten y que sus cuestionamientos al mismo estén restringidos a aspectos legales y normativos que, considerando la propiedad de los medios de producción, se podrían interpretar como colaterales.

Podría interpretarse que los valores, ideología y prácticas de los sectores dominantes político/sindicales representados, en especial, por el justicialismo se constituyeron como hegemónicos en la clase trabajadora influenciando y configurando la acción de los propios trabajadores (Gramsci). La evidente incidencia que los gobiernos justicialistas tuvieron en la conformación del modelo sindical argentino y, en este caso, en la formalización de más de la mitad de los sindicatos de prensa permite de algún modo reconocer una práctica hegemónica en la que los sectores populares se reconocieron como parte de la misma y, al decir de Martín Barbero (1987) no sólo la hicieron propia sino que adoptaron un postura conformista. Sin conciencia de clase, no se cuestionan las propias estructuras que los representan y menos aún buscan transformarlas.

La posibilidad de que se puedan producir transformaciones en el modelo hegemónico laboral sindical de los trabajadores argentinos en general, y de los periodistas en particular, es intrínseca a la toma de conciencia de clase. Si bien el incipiente abordaje realizado en el presente trabajo no permite determinar vinculaciones directas entre los gobiernos y la constitución de los sindicatos de prensa, resulta en cierto modo engañoso e ingenuo creer que los periodistas y sus asociaciones son completamente apolíticos y que el pleno ejercicio de sus derechos laborales es ajeno a las relaciones de poder. Indagar en estos procesos, para conocerlos y comprenderlos, abre la posibilidad de abordar este eje muy relacionado con la práctica profesional y su supuesto ejercicio independiente.

Esta investigación, no sólo intenta visibilizar algunas cuestiones que permitan profundizar los estudios sobre el tema, sino que procura hacer un pequeño aporte evidenciando situaciones de contradicción y desigualdad en los diferentes procesos de constitución de

las asociaciones sindicales que nuclean a los trabajadores de prensa argentinos. Su difusión en ámbitos gremiales y entre los propios profesionales puede ser un espacio de acción concreto para poder tener algún grado de incidencia al respecto.

Bibliografía

Aldao Zapiola, C. (2013). *Convenios colectivos de trabajo y productividad: Argentina 1975-2006*. Montevideo: OIT/CINTERFOR.

Amado, A. (2012). Periodismo argentino: en busca de datos sobre la profesión. *Revista Austral Comunicación*. Volumen 1 N° 2.

Andretto, M. (2009). *El periodismo en Entre Ríos. Historia del Periodismo Volumen IV*. Buenos Aires: Academia Nacional de Periodismo.

Badoza, M. y Tato, M. (2006). Cuando Buenos Aires se quedó sin diarios: los conflictos de 1919 en la prensa gráfica argentina. Recuperado de: *Sociohistórica*, No 19-20 http://www.sociohistorica.fahce.unlp.edu.ar

Baranchuk, M. (2016). *Los trabajadores de los medios y sus organizaciones*. Buenos Aires: Patria Grande.

Cané, J. (2007). Trabajadores de la pluma. Periodistas, propietarios y Estado en la transformación de la prensa argentina, 1935-1945. En Da Orden, M. Y Melón P. (Comp.) *Prensa y peronismo. Discursos, prácticas, empresas. 1943-1958*. Buenos Aires: Prohistoria Ediciones.

Figaro, R. (2008). Atividade de comunicação e de trabalho. *Trabalho, Educação e Saúde*, 6(1), 107-146. Recuperado de https://dx.doi.org/10.1590/S1981-77462008000100007

Levenberg, R. (2014). *Gremios de prensa: Una historia de la tensión entre la profesión y el trabajo. Historia de los Medios.* Documento de cátedra: UBA-Facultad de Ciencias Sociales.

Mignone, C. (2010). *Del apostolado al sindicalismo. Una historia de los gremios de prensa de Santa Fe*. Rosario: Editorial de la Universidad Nacional de Rosario.

Neffa, J. (Coord.)(2008). *La informalidad, la precariedad laboral y el empleo no registrado en la provincia de Buenos Aires*. CEIL-PIETTE, CONICET y Ministerio de Trabajo de la Pcia.de Buenos Aires, con el auspicio de la OIT.

Parcero, D. (2010). *Trabajadores de prensa. Ladrilleros del periodismo*. Buenos Aires: Corregidor.

Palazzolo, O. (Comp.) (1949). *Diez años de organización sindical Buenos Aires*. Buenos Aires: Federación Argentina de Periodistas.

Pirro, J. (Comp.). *Prensa y peronismo. Discursos, prácticas, empresas 1943-1958*. Rosario: Prohistoria Ediciones.

Reyna, R. (2003). *Una ejemplar defensa de los derechos de los trabajadores de prensa. Notas sobre la historia del CISPREN*. Círculo Sindical de la Prensa y de la Comunicación de Córdoba. Recuperado en: https://www.cispren.org.ar/organizacion/nuestra-historia/

Travancas, I. (1992). *O mundo dos jornalistas*. Sao Paulo: Summus Editorial.

Uranga, W. (2016). *Conocer, transformar, comunicar*. Buenos Aires: Editora Patria Grande.

Vinelli, N. y Suárez, M. (2017). *Trabajadores sin sindicatos. Hacia la sindicalización de las experiencias autogestivas en la Argentina. El rol de los sindicatos en el trabajo del futuro. Análisis de un caso: el gremio de prensa*. En Segundas Jornadas Latinoamericanas de Reflexión y Debate. Buenos Aires. Recuperado de http://www.relats.org/documentos/ALAL2017.DocVinelliSuarez.pdf

A representação da identidade latino-americana na pesquisa em Comunicação: um resumo de uma pesquisa de dissertação

The representation of Latin American identity in research of Communication: a summarize of a master research

Jéssica Monteiro de Godoy[250]

Resumo: O artigo trata do tema da representação da identidade latino-americana a partir do olhar de dois veículos importantes na cena brasileira sobre a América Latina, Repórter Brasil Noite, da TV Brasil, e Jornal Nacional, da TV Globo. A pauta eleitoral, mais especificamente, as notícias jornalísticas do desfecho eleitoral das eleições presidenciais na Argentina, Bolívia, Chile e Venezuela, entre 2013 e 2015 é o recorte da pesquisa. A metodologia se baseia na Análise de Enquadramento, que tem, como uma das referências, o pesquisador brasileiro Mauro Porto, que se utiliza desse tipo de análise com pauta política. O tema é primordial às pesquisas em Comunicação na região e à sociedade latino-americana, uma vez que se trata de um assunto de interesse que visa à integração e ao fortalecimento da América Latina. Partindo da premissa de existência de identidade latino-americana estudada previamente em outras ciências, como a Sociologia, fundamentá-las-emos com os autores brasileiros, referências latino-americanas: Darcy Ribeiro, Paulo Freire e Gilberto Freyre.

Palavras-chave: TV Brasil, TV Globo, identidade latino-americana, eleições.

Introdução

Intitulada "A construção das representações de identidade latino-americana no telejornalismo brasileiro: enquadramentos da cobertura eleitoral no Repórter Brasil Noite e Jornal Nacional", trata-se da pesquisa de dissertação de autoria de Jéssica Monteiro de Godoy, sob orientação da Prof. Adj. Maria Cristina Gobbi[251].

A pesquisa de mestrado tem por objetivo buscar responder ao seguinte problema: "A partir da análise da cobertura da vitória eleitoral dos últimos presidentes do Argentina, Bolívia, Chile, Argentina e Venezuela, de que forma a notícia é construída e, nela, representada a identidade latino-americana nos telejornais Repórter Brasil Noite e Jornal Nacional da TV Brasil e TV Globo respectivamente?".

Para essa empreitada, elaboramos uma fundamentação teórica dividida em três capítulos, bem como a justificativa acadêmica e social para o desenvolvimento desta pesquisa e sua respectiva metodologia, amostragem e técnica de análise. Neste artigo, apresentaremos todos esses aspectos de forma resumida.

Cada objetivo específico deu origem a um capítulo da dissertação, são os objetivos: delinear a relação entre a linguagem televisiva com o campo do jornalismo no

[250] Mestranda do Programa de Pós-graduação em Comunicação (PPGCom) da Universidade Estadual Paulista "Júlio de Mesquista Filho" (Unesp) e graduada em Comunicação Social – Jornalismo, pela Unesp, campus de Bauru, São Paulo, Brasil. Email: jehmgodoy@gmail.com.

[251] Doutora em Comunicação Social pela Umesp. Docente do PPGCom e dos cursos de graduação em Comunicação Social da Unesp. Email: mcgobbi@terra.com.br.

telejornalismo; explicar princípios e práticas que norteiam a construção noticiosa e a representação na notícia da identidade latino-americana; apontar características, papel, atuação e conformação da TV Brasil e da TV Globo.

Justificativa

Tratou-se de uma proposta de análise atual e pertinente, tendo em vista o alcance que a televisão tem no Brasil, atingindo 97% da população brasileira, considerando que 65% dos brasileiros a assistem todos os dias (Secom, 2014). Além disso, a TV Brasil e a Rede Globo de Televisão são emissoras relevantes no contexto brasileiro, observando suas particularidades: a primeira é um marco de referência na comunicação pública brasileira, visto que se trata da primeira proposta nacional de televisão pública, criada em 2007, vai ao encontro das melhores práticas em comunicação de países desenvolvidos e é prevista constitucionalmente no artigo 223, do capítulo destinado à Comunicação Social (Godoy, 2015); a última tem mais de meio século de história na radiodifusão brasileira, é a maior rede de televisão privada do país (Munhoz, 2009).

Dessa forma, os telejornais carros-chefes dessas emissoras, Repórter Brasil Noite e Jornal Nacional representam referências para o público brasileiro no consumo de notícias, mesmo que de perfis diferentes. Embora a premissa do jornalismo seja a do interesse público, essa caracterização é verdadeiramente contemplada, teoricamente, na comunicação pública (Pereira, 2009). Isso não significa que não haja interesse público em um noticiário comercial, mas que muitas vezes o interesse de empresa se sobrepõe ao interesse público (Vogel, 2013).

Partimos do pressuposto do isolamento da América Latina nas pautas da mídia brasileira, especialmente a comercial (Sant'Anna, 2006). A temática escolhida é de importância para pensarmos a integração e o fortalecimento cultural, político, econômico e social da região e do Brasil, onde a televisão e o telejornalismo tem um papel central, especialmente essas emissoras e esses telejornais. Além disso, enquanto outros temas podem não ser contemplados na pauta diária, a eleitoral é imperativa. Sem falar na importância não só política de uma eleição presidencial, senão do que representa o presidencialismo na América Latina, observando uma prática centralista, personalista e populista na história recente da região (Lapsky, Shurster & Silva, 2013).

Metodologia

O objetivo geral é analisar a construção noticiosa e como está representada a identidade latino-americana. Trata-se de uma pesquisa bibliográfica, documental e empírica, de caráter descritivo. Como técnica, optou-se pela Análise por Enquadramento, (*framing*), uma vez que revela uma retórica implícita na construção da notícia, supostamente objetiva e imparcial, revelando-se uma "(...) abordagem apropriada para estudos de matérias jornalísticas" (Soares, 2006, pp. 2-13). É importante frisar de antemão que, embora a Análise de Enquadramento possa ser usada também para analisar a recepção, optamos por propor somente uma análise da produção noticiosa para esta pesquisa.

Como explica Soares (2006), os acontecimentos são construídos de modo diferente por cada organização midiática. Ainda pontua que, em geral, a análise de enquadramento "focaliza a cobertura de um evento específico (por exemplo, uma votação, uma greve, uma denúncia)" que precisa ser contextualizado.

No Brasil, Porto (2004) que se ateve a estudar a comunicação política e novos conceitos para o enquadramento, é uma de nossas principais referências para esta pesquisa. O autor explica que no país o conceito de enquadramento passa a obter a atenção de pesquisadores, especialmente, no que tange a coberturas jornalísticas eleitorais e de movimentos sociais, isto é, nos assuntos que envolvem mídia e política.

Assim como Soares (2006), Porto ainda esclarece que não há um conceito acabado para os enquadramentos midiáticos, entretanto pontua que, a partir dos estudos realizados, é possível identificar aspectos principais. Seguimos a sugestão de Porto (2004, p. 96) e integraremos "uma análise de conteúdo quantitativa (...) [e] uma análise textual de cunho mais qualitativo".

Uma vez que o objetivo não é comparar, senão contrastar as emissoras, foram definidas quatro notícias divulgadas pelo Repórter Brasil Noite e cinco pelo Jornal Nacional, são as últimas matérias jornalísticas que trazem a pauta do desfecho eleitoral dos candidatos na Argentina, Bolívia, Chile e Venezuela entre 2013 e 2015. Na ocasião da elaboração do projeto de pesquisa, 2016 e 2017, com algumas atualizações pontuais, a partir dos apontamentos da Escola de Verão ALAIC realizada em Montevidéu, no Uruguai, em 2018, essas eleições com vitórias de Maurício Macri, Evo Morales, Michele Bachelet e Nicolás Maduro, respectivamente, foram as últimas realizadas nesses países.

Ademais, embora a quantidade e os países contemplados nas notícias sejam os mesmos, a diferença no número se dá pela variedade noticiosa quanto à cobertura do resultado eleitoral no JN: ou é divulgado a vitória eleitoral, ou o dia pré-eleitoral, ou o dia pós-eleitoral, ou ambos, ou seja, pré e pós-eleitoral, tendo em vista que, com exceção da Venezuela, cuja eleição aconteceu numa segunda-feira, as demais se sucederam em um domingo. O dado é por si só relevante. Ao não noticiar a vitória eleitoral, o Jornal Nacional quebra com a sequencialidade e desdobramento da notícia. Por outro lado, segundo busca preliminar, o Repórter Brasil Noite divulga os resultados eleitorais da Argentina, Bolívia e Chile e a posse do candidato eleito na Venezuela. As edições completas do Jornal Nacional estão disponíveis no site *Globo Play*. Quanto às da TV Brasil, estão disponíveis no canal do YouTube da TV Brasil.

Embora a análise tenha sido feita da maneira mais homogênea possível, as categorias e caracterizações são escolhas do autor, feitas de maneira subjetiva a partir de uma análise preliminar e superficial da amostragem.

A análise se baseia nos enquadramentos predominantes do material audiovisual selecionado. Levamos em conta que o audiovisual nos apresenta três matrizes que são analisadas em conjunto, devido à intersecção entre elas: visual, sonora e verbal. A análise tem caráter descritivo e interpretativo e, apesar de também ser possível analisar o aspecto técnico e estético, não os consideramos.

A partir de uma análise preliminar da amostra, ao todo, elaboramos dez categorias, com suas respectivas caracterizações, são elas: característica da imagem; gancho da notícia; entonação; tempo; posicionamento do discurso; comentário/opinião; terminologias; local da fala jornalística; equilíbrio/imparcialidade; legitimidade e identificação da fonte. É importante salientar que a identidade latino-americana não é uma categoria para ser visualizada, senão construída.

A partir dos enquadramentos surgidos com a análise, submetemo-los a duas grandes categorias: política de Estado e política de mercado. O primeiro é caracterizado pela premissa do Estado como garantidor e promotor de direitos, partindo do princípio da

igualdade social. Com esse projeto político-social é possível pensar uma América Latina fortalecida e Integrada.

Em contrapartida, o segundo é caracterizado pela premissa do Mercado como balizador dos direitos, isto é, direitos são transformados em serviços comercializáveis e aplicados como privilégios, uma vez que nem todos podem pagar. As coberturas que se assemelham à política de mercado estão mais próximas de oferecer uma representação da identidade latino-americana voltada a uma minoria social com capital político e econômico, desfavorecendo o imaginário de uma identidade latino-americana fortalecida, autônoma e independente, promovendo a desintegração da região.

Para responder ao problema de pesquisa "de que forma a notícia é construída e, nela, representada a identidade latino-americana nos telejornais Repórter Brasil Noite e Jornal Nacional da TV Brasil e TV Globo respectivamente?", fizemos uma análise cruzada com cada uma das notícias da mesma emissora, com as notícias do mesmo país e com o resultado da análise das notícias de cada uma das emissoras, submetendo-as às duas grandes categorias.

É importante frisar que não se trata de analisarmos como esses dois telejornais avaliaram o desfecho eleitoral no que diz respeito aos candidatos e suas propostas quanto finalidade, senão de entender como determinado favorecimento ou desfavorecimento/negação, qualificação ou desqualificação a determinado candidato e até mesmo ao país que este representa puderam provocar identificação ou aversão/rejeição na audiência desses veículos, sempre considerando um diálogo com o público. Ou seja, como o JN e o Repórter Brasil Noite influenciaram, nestas ocasiões, essa relação mútua entre alteridade e identidade, no caso, a latino-americana. Assim a eleição, em si, é um meio para entendermos como se dá a representação da identidade latino-americana, que por premissa teórica afirmamos existir, na construção dessas notícias televisivas.

Como resumo dos resultados, a partir da análise podemos considerar o Jornal Nacional com o predomínio da Política de Mercado, ou seja, a priorização de uma minoria social detentora de poder e privilégios e, portanto, uma América Latina estereotipada, contribuindo para uma desintegração da região e da identidade latino-americana no imaginário social. Por outro lado, o Repórter Brasil Noite, apesar de ser o carro-chefe do jornalismo da TV Brasil, uma empresa pública e que, em teoria, é plural e diversa, traz ambas perspectivas, política de Estado e de mercado, prevalecendo a política de Estado. Assim, a divulgação sobre a América Latina é predominantemente construída de forma a oferecer espaço para a diversidade e pluralidade de uma América Latina profunda, fortalecida e integrada.

Temática fundamentada

É possível estabelecer uma identidade latino-americana? Trata-se de um primeiro e talvez um dos fundamentais questionamentos para podermos analisar sua eventual representação na imprensa brasileira. Se considerarmos o conceito de "identidade macroétnica essencial" para a América Latina de Darcy Ribeiro (2017, pp. 22-24) podemos concebê-la por uma etnia regional, uma "uniformidade sem unidade" (Pinheiro, 2006, p. 173), refere-se a semelhanças, apesar das inúmeras diferenças, salvaguardada na multiculturalidade inerente de cada estado nacional.

Paulo Freire (Melo, 1982) e Gilberto Freyre (2003) utilizam o termo latino-americanidade para conceituar essa identidade latino-americana. Neste sentido, Sant'Anna (2006, p. 137) salienta que a América Latina tem uma raiz histórica e cultural em comum, com processos políticos e econômicos semelhantes.

Para a psicologia social, a identidade permite que o indivíduo "se localize em um sistema e seja localizado socialmente" (Cuche, 1999, p. 177). Ainda, neste sentido, "a identidade social se caracteriza pelo conjunto de suas vinculações em um sistema social (...) baseada em oposições simbólicas" (Cuche, 1999, pp. 176-177).

Desse modo, a identidade só existe em relação à outra, "identidade e alteridade são ligadas e estão em uma relação dialética. Isto é, a identificação acompanha a diferenciação. A identidade é sempre a resultante de um processo de identificação no interior de uma situação relacional" (Cuche, 1999, p. 183).

Fundamentada na diferença cultural, a identidade social inclui, ao identificar o grupo, e exclui, ao distinguir de outros grupos. Assim, trata-se de "uma construção social (...) [e está no] âmbito da representação", tem um caráter multidimensional e dinâmico, portanto flexível (Cuche, 1999, pp. 182-196), é construída e reconstruída constantemente nas trocas sociais (Barth, 1969 apud Cuche, 1999), mediada (Martins, 2009) e concretizada pelos veículos de comunicação, já que "conformam um horizonte espacial cognitivo e emotivo através do qual se estabelecem fronteiras que definirão os limites entre o 'nós' e o 'eles'" (Rodrigo, 2000). A identidade é multidimensional, sem perder sua unidade, não há "(...) uma definição simples, 'pura', [reduzi-la] seria não levar em conta a heterogeneidade de todo grupo social". A síntese de várias culturas forma uma identidade sincrética (Cuche, 1999, pp. 192-193).

Segundo Capelato (2013, p. 163), autores como o brasileiro, Gilberto Freyre, os argentinos Eduardo Mallea e Ezequiel Martinez Estrada, os mexicanos Samuel Ramos e Octávio Paz pressupunham que "as nações latino-americanas tinham produzido identidades falsas (...) imitadas ou copiadas do europeu". A crítica às influências do Velho Mundo nas identidades nacionais latino-americanas começou no período entre-guerras com a desilusão de um modelo falido europeu que despertou o "interesse pela construção de identidades nacionais originais".

Nesta mesma perspectiva, Ferreira (2008, p. 59) observa que o processo de dominação assola os valores autóctones, ao afirmar que "a destruição da identidade é o primeiro passo em qualquer tentativa de dominação: a colonização da personalidade". O processo de dominação durante o colonialismo da América Latina e o neoimperialismo fez com que os latino-americanos se reconhecessem como diferentes, porém se trata de uma identidade negativa, conforme Cuche (1999), o que reforça os estereótipos e preconceitos próprios e em relação a outros latino-americanos, inclusive como pertencentes a esse grupo étnico-cultural. Para ele,

> Definidos como diferentes em relação à referência que os majoritários constituem, os minoritários reconhecem para si apenas uma diferença negativa. Também pode-se ver o desenvolvimento entre eles dos fenômenos de desprezo por si mesmos. Estes fenômenos são frequentes entre os dominados e são ligados à aceitação e à interiorização de uma imagem de si mesmos construída pelos outros. A identidade negativa aparece então como uma identidade vergonhosa e rejeitada em maior ou menor grau, o que se traduzirá muitas vezes como uma tentativa para eliminar, na medida do possível, os sinais exteriores da diferença negativa. No entanto, uma mudança de situação de

> relações interétnicas pode modificar profundamente a imagem negativa de um grupo. (Cuche, 1999, pp. 184-185)

Apesar de o Brasil constituir essa identidade latino-americana, como já se sugere, a abordagem pela mídia brasileira da América Latina nas pautas, que não contemple o Brasil, é muitas vezes deixada em segundo plano. "Pouco se fala dos países que formam a região e esse pouco sempre é carregado de um contexto sensacionalista, grotesco, privilegiando o negativo" (Sant'Anna, 2006, p. 135).

De acordo com Sant'Anna (2006, p. 136), o que se retrata dos países latino-americanos na imprensa mundial é feito de forma marginal, comportamento replicado por jornais brasileiros, corpus de sua análise. O autor ainda explica que embora seja estratégica para a integração regional a construção do que ele chama de "latinidade", referindo-se ao que preferimos por "identidade latino-americana", a mídia e os jornalistas brasileiros "(...) não favorecem a construção de um imaginário pró-unidade cultural". Esse comportamento editorial é explicado, ainda conforme Sant'Anna, pela herança cultural que carregam jornalistas, empresas e o público, pela linha editorial hegemônica de grandes agências de notícias e por "interesses políticos e econômicos contrários ou indiferentes à integração latino-americana".

O discurso midiático vai explorar uma das versões identitárias que está na sociedade, ou seja, vai reproduzir levando em conta os interesses políticos, ideológicos e econômicos. A falta dessa ideia de pertencimento contribui para a criação e a manutenção de estereótipos latino-americanos no imaginário social, inclusive quanto à identidade brasileira, que perpassam gerações e servem de justificativa à intolerância. Para Sant'Anna (2006, p. 138):

> A mídia detém papel de singular importância no processo de formação de um conceito de identidade cultural, a partir do qual o cidadão baliza seus atos e conceitos. A questão que permanece é que valores são transmitidos pela nossa mídia. Estarão os MCMs [Meios de Comunicação de Massas] interessados no bem comum latino-americano, ou apenas nos interesses de uma elite cada vez mais global?

Dos *mass media*, a televisão é o que mais tem abrangência no território brasileiro. Segundo Pesquisa sobre os Hábitos de Consumo de Mídia dos Brasileiros com dados de 2013, porém divulgada em 2014 e encomendada pela Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República (Secom, 2014), a televisão alcança 97% da população brasileira, sendo que 65% dos brasileiros a assistem todos os dias. Além disso, é um meio barato, assumindo única via de acesso à informação e ao entretenimento muitas vezes (Rezende, 2000).

Devemos ainda considerar que no Brasil o uso feito por concessionários do espectro eletromagnético é indiscriminado em decorrência do anacronismo regulatório da radiodifusão no Brasil. Tal fato confere à apropriação da televisão concentração dos meios e discursos, a não observância à pluralidade e diversidade, bases do Estado de Direito, uma vez que há sobreposição da liberdade de empresa à liberdade de expressão e de imprensa, garantindo hegemonia às emissoras comerciais (Vogel, 2013).

Em outras palavras, a televisão – e principalmente as privadas no caso brasileiro – é um meio dominante e "instituição cultural central" (Rodrigo, 2009, p. 73), logo, significativo para entendermos a construção de identidades e os processos de identificação. "A identidade criada pela televisão – para que o telespectador acompanhe e consuma o produto – promove uma identificação do telespectador com o material

veiculado, fazendo com que este se veja retratado pela TV e consuma (e se exponha) ainda mais à programação" (Martins, 2009, p. 4).

Para Wolton (1996, pp. 124-142), a TV é um espelho social, onde o público se vê representado, por isso forma um "laço social tênue", que garante força à televisão, a qual "vem justamente do seu caráter ao mesmo tempo ligeiramente restritivo, lúdico, livre e especular". Além disso, ainda segundo o autor, "se a televisão agrada tanto, não é só porque ela difunde imagens, mas também porque a relação com o mundo que ela simboliza está 'sintonizada' com uma espécie de atitude cultural dominante".

De acordo com Hall (2006, pp. 370-371), o signo televisivo é constituído por dois tipos de discurso, visual e auditivo, o que o torna complexo. Neste sentido, os signos icônicos são vulneráveis de serem entendidos como naturais, assim, "o signo linguístico "vaca" não possui *nenhuma* das propriedades da coisa representada, ao passo que o signo visual parece possuir *algumas* dessas propriedades". De outro modo, significa que "o signo visual para 'vaca' realmente é (em vez de *representa*) o animal". Ou seja, as imagens televisivas carregam um processo de sedução e apreciação da realidade muito maior que qualquer outra mediação de massa de representação.

Ademais, devemos considerar que a imagem da televisão possui um contexto, o que caracteriza sua dimensão social. Essa dimensão "se encontra nas duas características de sua imagem: a identificação e a representação" (Wolton, 1996, p. 69). Assim, dos meios de comunicação de massa, "a televisão contribui diretamente (...) para retratar e modificar as representações do mundo (...), não é fácil determinar em que sentido ela o faz (...) não é porque todo mundo vê a mesma coisa que a mesma coisa é vista por todo mundo". De acordo com Wolton (1996), essas duas funções, identificação e representação, não são passivas, mas sim resultado de uma interação entre o público e os conteúdos veiculados pela TV. A ideia é corroborada por Hall (2006, p. 367):

> Embora as estruturas de produção de televisão originem os discursos televisivos, elas não constituem um sistema fechado. Elas tiram assuntos, tratamentos, agendas, eventos, equipes, imagens da audiência, "definições da situação" de outras fontes e outras formações discursivas dentro da estrutura sociocultural e política mais ampla da qual são uma parte diferenciada. Philip Eliot expressou tal ponto sucintamente, dentro de um referencial mais tradicional, em sua discussão do modo como a audiência é, ao mesmo tempo, a "fonte" e o "receptor" da mensagem televisiva.

De acordo com Williams (1997, p. 22), enquanto a televisão é uma forma cultural, o jornalismo se trata de instituição social e o telejornalismo, em si, de uma construção social. A justificativa é a de que o jornalismo tem "caráter de processo histórico e cultural" (Gomes, 2011, p. 21). Desse modo, Pires e Gobbi (2013) consideram que o jornalismo assume um papel imprescindível para a coesão social, uma vez que contribui para a expansão da cultura popular quando fortalece as representações.

Na mesma perspectiva, Rodrigo (2009, pp. 11-13) observa que a notícia se trata de uma "realidade simbólica, pública e quotidiana (...) [sobre a qual os jornalistas] conferem estilo narrativo (...) [interpretam-na] de acordo com sua enciclopédia". Como todo processo comunicativo, trata-se de um "processo de construção de sentidos" (Rodrigo, 2009, p. 39). Já que se trata de uma construção, a realidade é, de outro modo, um produto midiático em negociação com a interpretação da audiência, uma vez que se trata de um processo de produção, circulação e reconhecimento (Rodrigo, 2009); embora a realidade midiática não seja única, é a mais importante (Marletti, 1982).

Em teoria, o jornalismo assume determinados valores universais: interesse público, objetividade, credibilidade, atualidade, independência e legitimidade (Gomes, 2011, p.23), estabelecidos entre público e jornalistas por meio de um "contrato pragmático fiduciário social e historicamente definido", uma troca balizada no duo verdade-confiança (Rodrigo, 2009, p. 47).

A objetividade, um dos valores-notícia e um dos mitos mais difíceis de serem rompidos, é reforçada pela imagem na televisão. Costa (2009, p. 38) elucida que "quando o jornalismo realiza a representação de uma representação, ele está indo muito além dos pilares da verdade, justiça e ética. Porque nunca conseguirá uma representação pura". Assim, mais que compreender ou selecionar, o fundamental na função jornalística é contextualizar fatos (Rodrigo, 2009) e "estar em diálogo" (Vizeu & Correia, 2008, p. 18).

De um lado, o papel que ocupa a televisão no Brasil, de outro o que representa o jornalismo nas sociedades, a união entre esses dois campos nos confere um produto interessante. Silverstone (1996) destaca a centralidade do papel do noticiário na mediação entre os acontecimentos e a sociedade. Como construtora da realidade social, Vizeu e Correia (2008) explica a notícia televisiva como uma forma de conhecimento, ou seja, o conhecimento do telejornalismo, cujas práticas precisam ser constantemente problematizadas. Além disso, o autor considera a presença do telejornalismo no Brasil como um lugar de referência, assim como a família e a escola.

Há muitas particularidades na notícia televisiva se compararmos à imprensa. Enquanto a voz que sai pelo televisor é a de um "narrador pessoal e onisciente", a das páginas do jornal é um "narrador impessoal" (Gomes, 2011, p. 26). A televisão confere mais importância ao espetáculo que o jornal. A televisão se organiza e se apresenta no tempo, o jornal no espaço. São diferenças no tocante à "estrutura, voz e conteúdo" (Weaver, 1993, p. 297-303). Rezende (2000) coloca o telejornalismo em um patamar de destaque na democratização da informação:

> O telejornalismo cumpre uma função social e política tão relevante porque atinge um público, em grande parte iletrado ou pouco habituado à leitura, desinteressado pela notícia, mas que tem de vê-la enquanto espera a novela. (...) o telejornalismo torna-se mais importante do que se imagina, a ponto de representar a principal forma de democratizar a informação. (pp. 23-24)

É importante considerarmos que com esses conceitos de jornalismo e notícia estão imbricadas as características do processo produtivo que impinge a máquina organizativa midiática. Assim, "lembremo-nos de que toda produção está condicionada pelas práticas produtivas" (Rodrigo, 2009, p. 178). A produção da notícia é determinada por características e limitações das organizações midiáticas.

Bechelloni (1986, pp. 382-383) elucida que um conjunto de fatores demonstra o poder nas organizações, como: o ambiente, a lógica de produção, cultura do trabalho e disposições da instituição. Esse poder pode ser dividido em dois, um dentro e outro no entorno midiático, ou seja, um está incorporado nas rotinas produtivas e outro determina as características da organização e do produto em si. Rodrigo (2009, pp. 52-133) escreve que "(...) indubitavelmente, a organização condiciona a produção, não só no nível técnico, mas também no ideológico". Assim, "para estudarmos os acontecimentos da mídia, precisamos pesquisar a estrutura funcional das instituições da comunicação".

Embora a Rede Globo de Televisão seja hegemônica no território brasileiro[252], a pauta latino-americana não o é na emissora. Apoiada pela ditadura militar brasileira que tinha interesses na emissora comercial e aberta como porta-voz do regime, a TV Globo inicia suas transmissões em abril de 1965.

O incentivo do governo para a expansão da emissora em rede pelo país esteve em consonância com a troca de apoio a partir da veiculação de uma programação uniforme que exaltava uma política de integração nacional e o discurso de modernização. A emissora se tornou, assim, grande defensora da cultura brasileira (Rebouças, 2005). Aliás, "ao participar do projeto político do Estado, a TV Globo construía, através da textualidade informativa, uma identidade unívoca para o país" (Barbosa & Ribeiro, 2005, p. 209).

O noticiário da emissora que inaugurou as transmissões em rede, consolidou durante as décadas prestígio e se consagrou no horário nobre da TV aberta brasileira é o Jornal Nacional, no ar desde setembro de 1969 (Rebouças, 2005). O telejornalismo era usado pela emissora como uma rede simbólica carregada de emoções e valores patrióticos. As ideias de imediatismo, instantaneidade, igualdade, verossimilhança, onipresença, a linguagem intimista e coloquial, agilidade das âncoras e repórteres, a voz e a imagem do entrevistado emprestando credibilidade eram as novas faces que o telejornal oferecia sobre o mundo ao público (Barbosa & Ribeiro, 2005). Financiada pela publicidade, a busca da audiência é meta, assim como o estímulo ao consumo (Musse & Pernisa, 2010).

O único escritório de correspondentes internacionais na América Latina da Globo é criado em Buenos Aires, em 1979, em ocasião e só durante a Guerra das Malvinas, que terminou em 1982. O primeiro escritório fora do Brasil foi criado em 1973 em Nova Iorque, seguido de Londres (1974), Paris (1977) e Colônia-Bonn (1977). O escritório de Buenos Aires é reativado, então, em 2004, "com o envio de um único repórter, que faz as imagens, o texto, pré-edita as matérias e as envia pela internet de seu próprio apartamento" (Rebouças, 2005, p. 165). Rebouças explica alguns aspectos dessa cobertura da Globo na América Latina:

> Essa iniciativa [do escritório em Buenos Aires] substitui o envio ocasional de repórteres de Porto Alegre à capital argentina. (...) Pior desatenção se dá quando de acontecimentos ocorridos no Paraguai, o repórter de Foz do Iguaçu atravessa os 552 metros da Ponte da Amizade e faz sua matéria internacional diretamente de Ciudad del Este. (...) O que ocorre com mais frequência é a utilização de imagens geradas por agências internacionais para seus escritórios de Nova Iorque e, de lá, são geradas de volta para o Brasil com o logotipo de CNN. (Rebouças, 2005, p. 165)

A TV Brasil, por outro lado, tem uma história mais recente, ao encontro das melhores práticas de comunicação do mundo. Criada em 2007, a Empresa Brasil de Comunicação (EBC) foi pensada para gerir um sistema de comunicação pública com pretensão nacional, dentre eles, a TV Brasil, inaugurada no mesmo ano.

Também em 2007 começaram as veiculações do principal telejornal da emissora, a segunda edição do Repórter Brasil ou Repórter Brasil Noite. Trata-se da primeira proposta nacional de televisão pública, uma luta protagonizada por setores da sociedade civil organizada e acadêmicos que ganha fôlego com o processo de redemocratização brasileiro e se aprofunda durante o governo do presidente Luís Inácio Lula da Silva (PT).

[252] Em 2008, a Globo atingia 99,43% da população brasileira (Munhoz, 2009, pp. 16-17).

Com a linha editorial respaldada pela presença de um Conselho Curador integrado, na maioria, pela sociedade civil organizada, a proposta foi ao encontro do interesse e debate público (PEREIRA, 2009), na medida em que propunha suprir as lacunas de pluralidade, diversidade e regionalismo na mediação da comunicação de massa brasileira, em suma, formar cidadãos (Musse & Pernissa, 2010; Carvalho, 2013).

A TV Brasil encabeça a Rede Nacional de Comunicação Pública (RNCP) formada por outras emissoras públicas, como universitárias e educativas. Essas emissoras se retroalimentam com conteúdos regionais e exibem algumas horas do conteúdo da TV Brasil. A baixa audiência da emissora é explicada pela pequena visibilidade decorrente, ainda, da dificuldade no acesso pela TV aberta. Faltam antenas retransmissoras e há entraves entre governo federal e estadual quando oposição para a entrada do sinal. Na perspectiva de Leal Filho (2015, informação verbal):

> (...) isso [de imagens de agências usadas em reportagens] em relação ao noticiário internacional, sem dúvida. Faltam correspondentes para ter esse olhar próprio da TV Brasil no mundo. Não é que faltam correspondentes fora, faltam correspondentes dentro do Brasil. Buscar ter visão própria. O problema da TV Brasil é que se vale muito das emissoras estaduais públicas. E elas muitas vezes são muito controladas pelo governo do Estado. Então, é preciso que a TV Brasil tenha seu próprio correspondente. No Brasil e depois no exterior, pra dar essa visão própria, diferenciada do que fazem as televisões comerciais. (...) Infelizmente há várias gerações de jovens que ficaram velhos e que foram formados pelo modelo comercial, pelo padrão global. Quando são levados para a TV pública, tem essa referência, não tem outra. Então há outro problema adicional de tudo isso que é a formação de profissionais para a TV pública, que a nossa universidade infelizmente não oferece. (...) Não adianta ter correspondentes que vão fazer a matéria do mesmo jeito junto com os outros microfones, com o mesmo olhar, com as mesmas perguntas, os mesmos entrevistados.

Com a entrada do governo de Michel Temer (PMDB) após um polêmico processo de *impeachment* em 2016, cujo resultado foi a deposição da presidente eleita por voto popular Dilma Rousseff (PT), outras políticas foram adotadas. No que diz respeito à EBC, a divulgação da Medida Provisória 744/16 - que alterou a Lei 11.652/08 de criação da EBC e da TV Brasil - extinguiu o Conselho Curador. Como consequência, a caracterização jurídica e a atuação prática da empresa e dos veículos públicos encontram-se ameaçadas.

Apesar disso, os nove anos até então dessa primeira experiência nacional de comunicação pública é um marco de referência na comunicação de massa no país, não só pelo que foi, mas pela forma como se desenhará no futuro, no Brasil. Isso porquê, a Constituição Federal de 1988 prevê, no artigo 223, a complementaridade dos sistemas público, privado e estatal no capítulo destinado à Comunicação Social.

A política, o exercício e sintomas do poder e sua representação, recebe atenção privilegiada pelos meios de comunicação. Rodrigo (2009, pp. 154-177) escreve que "o exercício do poder, político, econômico, judicial, etc. é objeto de especial atenção por parte da mídia, (...) [a classe política é] depositária da função de continuidade e de manutenção da ordem". Assim, "este é, de longe, o maior gênero de 'estória' que um órgão de informação televisivo pode ser levado a cobrir", afirmou um editor da BBC (Gurevitch & Blumler, 1999). Sobre a cobertura televisiva noticiosa eleitoral britânica em 1979, pela BBC, Gurevitch e Blumler (1999, p. 193) tecem algumas características:

> A produção de noticiário eleitoral para televisão é uma luta contínua para reconciliar dois objetivos potencialmente opostos da política editorial. A cobertura de campanha deve, não só ser noticiável como também honesta. (...) os jornalistas devem comportar-se como profissionais, aplicando os seus tradicionais instintos de noticiabilidade à colheita diária de declarações e incidentes da campanha.

O contexto político na América Latina nos evidencia que em muitos países da região, não houve mudança social apesar das modernizações econômicas a partir da segunda metade do século XX. O personalismo da política sul-americana, fruto da crise de representatividade, trouxe consigo o (neo) populismo na tentativa de sanar as demandas sociais. A centralidade da figura política, mais que um representante do povo, o incumbido para, sozinho, como um personagem paternalista, salvar a pátria. O resultado é o enfraquecimento das instituições do poder e a despolitização, à medida que se toma um pelo todo e não compreende o todo como uma articulação para processos decisórios, embora seja ainda um caminho possível para as utopias latino-americanas. Pelo viés centralista se mostra uma política autoritária muitas vezes, prática que se desenha na América Latina desde o colonialismo ibérico e, posteriormente, com o mandonismo local (Lapsky, Shurster & Silva, 2013).

Considerações finais

Na pesquisa descrita neste artigo, o intuito é o de ajudar a compreender como um telejornal público e um privado, de importância na cena brasileira, o Repórter Brasil Noite e o Jornal Nacional representam a identidade latino-americana para seu público naquelas notícias de pauta eleitoral presidencial, influenciando a opinião e o debate público, com consequências nas relações entre os povos latino-americanos. Como vimos, trata-se de uma temática de pesquisa relevante para a Academia e a sociedade, não só brasileira, mas também para as outras nações latino-americanas.

Fica evidente a necessidade de democratização das comunicações se queremos aprofundar nossa democracia, uma vez que o que vemos é o oligopólio da Rede Globo de Televisão, uma emissora comercial tratando de forma a não representar a maioria da população brasileira e latino-americana, em suas particularidades. Também, precisamos aprofundar o conceito de comunicação pública na TV Brasil, começando por coibir a interferência do governo federal na EBC, por meio do aprimoramento da legislação.

Que identidade latino-americana queremos como sociedade construir? A de valorização das idiossincrasias dos povos. A de reconhecimento e valorização da existência das maiorias sociais. Queremos construir uma identidade de reconhecimento de quem somos, das nossas origens e raízes. É a de resistência contra aqueles que querem invisibilizar, anular essa existência. É pelos meios de comunicação de massa, especialmente a televisão, uma via possível de influência social. E é por meio da pesquisa científica em Comunicação que vamos difundir essas necessidades de aprimoramentos.

Referências

Barbosa, M.; Ribeiro; A. P. G. (2005). Telejornalismo na Globo: vestígios, narrativa e temporalidade. In: Bolaño, C. R. S.; Brittos, V. C. *Rede Globo: 40 anos de poder e hegemonia.* São Paulo: Paulus, pp. 205-222.

Bechelloni, G. (1986). Il potere nelle organizzazioni dei media. *Problemi dell'Informazione*, ano, n.3, pp. 367-386.

Bolaño, C.; Brittos, V. C. (2008). TV pública, políticas de comunicação e democratização: movimentos conjunturais e mudança estrutural. In: Grupo de Trabalho (GT) Economia política e políticas de comunicação, XVII Encontro da Compós, São Paulo. *Anais XVII Encontro da Compós,* São Paulo, pp. 1-13.

Bourdieu, P. (1997). *Sobre a televisão* – seguido de A influência do jornalismo e dos jogos olímpicos. Rio de Janeiro: Zahar.

Bucci. E. (2015). *É possível fazer televisão pública no Brasil?* Novos Estudos. São Paulo, Cebrap, n. 88, dez. 2010. Disponível em <http://www.observatoriodaimprensa.com.br/news/view/tv_publica_nao_deve_fazer_entretenmento>. Acesso em 29 ago. 2015.

Capelato, M. H. R. (2013). Ensaios latino-americanos: 'caráter nacional' e construção de estereótipos. *História* (São Paulo. Online), v. 32, pp. 162-174.

Carvalho, J. M. (2013). *Televisão pública no Brasil: um estudo de caso da TV Brasil e as características de um sistema público de comunicação*. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – FAAC – UNESP, sob orientação do Prof. Dr. Juliano Maurício de Carvalho.

Costa, T. C. (2009). *Jornalismo como representação da representação*. São Paulo: Líbero.

Cuche, D. (1999). *A noção de cultura em Ciências Sociais*. Bauru: EDUSC, pp. 175-202.

Ferreira, M. N. (2008). *Globalização e identidade cultural na América Latina: a cultura subalterna no texto do neoliberalismo*. 2ª ed. São Paulo: CELACC, 2008.

Freyre, G. (2003). Americanidade e Latinidade da América Latina: crescente interpenetração e decrescente segregação. *In*: Fonseca, E. N. (Org.). *Americanidade e Latinidade da América Latina e outros textos afins*. Brasília: Editora Universidade de Brasília: São Paulo: Imprensa Oficial do Estado, pp. 17-34.

Gomes, I. M. M. (2011). Metodologia de Análise de Telejornalismo. In: Gomes, I. M. M (Org). *Gêneros televisivos e modos de endereçamento no telejornalismo*. Salvador: EDUFBA.

Gurevitch, M., Blumler, J. G. (1999). A construção do noticiário eleitoral: um estudo de observação na BBC. In: Traquina, N. (Org.). *Jornalismo: questões, teorias e "estórias"*. Lisboa: Vega,.

Hall, S. (2003). Codificação/Decodificação. In: Liv Sovik (Org.), *Da Diáspora: Identidades e Mediações Culturais*; Trad. Adelaide La Guardia Resende. Belo Horizonte: Editora UFMG; Brasília: Representação da Unesco no Brasil, pp. 365-381.

Lapsky, I.; Shurster, K.; Silva, F. C. T. da (Org.) (2013). *Instituições na América do Sul – caminhos da integração*. Rio de Janeiro: Mauad.

Leal Filho, L. *Entrevista Laurindo (Lalo) Leal Filho:* depoimento [02 jun. 2015]. Entrevistador: Jéssica Monteiro de Godoy. Bauru (SP) – São Paulo (SP): ligação via Skype, 2015. 1 arquivo .mp3 (1h e 4min). A entrevista na íntegra encontra-se transcrita no Apêndice D da monografia "GODOY, JM. Uma mirada em dois projetos e concepções sul-americanas de TV Pública Digital: análise comparativa entre TV Brasil e Canal 7 Argentina. Bauru: Unesp, 2015, sob orientação do Prof. Dr. Antonio Francisco Magnoni" e no relatório de Iniciação Científica financiado pela Fapesp de mesmo título e autoria.

Leal Filho, L. (2000). A TV pública. In: Bucci, E. (Org.). *A TV aos 50. Criticando a TV brasileira no seu cinqüentenário.* 1ed.São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 2000, v. 1, pp. 153-165.

Lima, V. A. (2011). *Regulação das comunicações: história, poder e direitos*. São Paulo: Paulus.

Lima, V. A. (2009). TV Brasileira - sessentona e desregulada. *Observatório da Imprensa*, [S.l], 07, set. 2009. Disponível em: <www.observatoriodaimprensa.com.br/artigos.asp?cod=606TVQ001>. Acesso em: 19 mar. 2014.

Lopes, M. I. V. (1999). *Pesquisa em comunicação: formulação de um modelo metodológico*. São Paulo: Loyola, 1999.

Lopes, M. I. V. (2016). Proposta de um modelo metodológico para o ensino da pesquisa em
comunicação. In: Moura, C.P.; Lopes, M. I. V. (orgs.) *Pesquisa em comunicação: metodologias e práticas acadêmicas.* Porto Alegre: EDIPUCRS. pp. 99-108.

Marletti, C. (s.d.) L'informazione tematizzata – Nuove teclogie dela comunicazione dei modelli giosnalistici. In: VV. AA. *Nuove tecnologie: sociologia e informazione quotidiana*. Milão: Angeli, pp. 163-225.

Martins, S. T. (2009). A construção da notícia: sobre a influência da TV - e do Telejornalismo - no Brasil. In: *XIV Congresso de Ciências da Comunicação da Região Sudeste*, Rio de Janeiro. Intercom Sudeste 2009 - Comunicação, educação e cultura na era digital.

Melo, J. M. de (1982). El exilio de Paulo Freire. Traducción de Luiz Gonzaga Motta. *In*: Pisarek, Icaza, A., Gargurevich (*et. al*). *Chasqui - Revista Latinoamericana de Comunicación*. II época, enero, febrero, marzo de 1982. Quito: El Conejo.

Musse, C. F.; Pernisa, M. B. (2010). Telejornalismo e diversidade cultural: a TV pública e a construção de identidades. In: *8º Encontro da Associação Nacional de Pesquisadores*

em Jornalismo, 2010, São Luís. Anais... SBPJor - Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo.

Neves, F. (2008). *Telejornalismo e poder nas eleições presidenciais*. São Paulo: Summus Editorial.

Pereira, S. (Org.) (2009). *Sistema Público de Comunicação no Brasil: as conquistas e desafios*. Observatório do Direito à Comunicação, dez.

Pinheiro, L. M. (2006). *Darcy Ribeiro e a América Latina: um pensamento em busca da identidade e da autonomia latino-americanas*. Dissertação (Mestrado em História) – Programa de Pós-graduação da Faculdade de História, Direito, Serviço Social e Relações Internacionais da Universidade Estadual Paulista (Unesp), sob orientação do Prof. Dr. Alberto Aggio.

Pires, P. V. G.; Gobbi, M. C. (2013). Jornalismo: interfaces culturais. In: Marques De Melo, J; Gobbi, M. C.; Ventura, M. de S. (Org.). *Pensar e comunicar a América Latina.* 1 ed. São Paulo: Intercom, v. 1, pp. 29-54.

Rebouças, E. (2005). América Latina: um território pouco explorado e ameaçador para a TV Globo. In: Bolaño, C. R. S.; Brittos, V. C. *Rede Globo: 40 anos de poder e hegemonia*. São Paulo: Paulus, pp. 205-222.

Ramos, M. C. (2005). A força de um aparelho privado de hegemonia. In: Bolaño, C. R. S.; Brittos, V. C. *Rede Globo: 40 anos de poder e hegemonia*. São Paulo: Paulus, pp. 57-76.

Rezende, G. J. de (2000). *Telejornalismo no Brasil: um perfil editorial*. São Paulo: Summus.

Ribeiro, D. (2017). *América Latina: a Pátria Grande*. São Paulo: Global.

Rodrigo Alsina, M. (2009). *A construção da notícia*. Petrópolis: Vozes.

Rodrigo Alsina, M. (2000). *Identitats i comunicació intercultural*. Valencia: Ed., 34.

Sant'Anna, F. (2006). América Latina – um tema fora da pauta. Uma análise sobre o papel da mídia impressa brasileira no processo de integração latino-americana. *Revista Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación (ALAIC)*, n. 4 (3), pp. 134-153.

Santos, S. Dos, Capparelli, S. (2005). Coronelismo, Radiodifusão e Voto: a nova face de um velho conceito. In: Brittos, V. C; Bolaño, C. R. S. (org). *Rede Globo: 40 anos de poder e hegemonia*. São Paulo: Paulus.

Secom (2014). *Pesquisa Brasileira de Mídia 2014 – Hábitos de consumo de mídia pela população brasileira*. Brasília: Secom. Disponível em: http://observatoriodaimprensa.com.br/download/PesquisaBrasileiradeMidia2014.pdf. Acesso em: 04 dez. 2016.

Silverstone, R. (1996). *Televisión y vida cotidiana*. Buenos Aires: Amorrortu.

Traquina, N. (2005). *Teorias do Jornalismo Volume I: porque as notícias são como são*. 2 Ed. Florianópolis: Insular.

Vizeu, A. E; Correia, J. C. (2008). A construção do real no telejornalismo: do lugar de segurança ao lugar de referência. In: Vizeu, A. E. (Org.), *A sociedade do telejornalismo*. Petrópolis: Vozes.

Vogel, L. H. (2013). *A Comunicação Social na Constituição de 1988 e a concentração da mídia no Brasil*. Brasília: Câmara dos Deputados.

Williams, R. (2016). *Televisão: tecnologia e forma cultural*. São Paulo: Boitempo Editorial.

Weaver, P. H. (1993). As notícias de jornal e as notícias de televisão. In: Traquina, N. (Org.). *Jornalismo: questões, teorias e estórias*. Lisboa: Vega, pp. 294-305.

Wolf, M. (1995). *Teorias da Comunicação*. Lisboa: Editoral Presença.

Wolton, D. (1996). *Elogio do Grande Público*. São Paulo: Ática.

Diálogos entre o jornalismo para a paz e os valores-notícia em Galtung e Ruge

A dialogue between Peace Journalism and Galtung and Ruge's news values

Jorge Salhani[253]

Resumo
Este artigo se propõe a fazer uma análise comparativa entre os critérios de noticiabilidade definidos por Johan Galtung e Mari Holmboe Ruge (1965) e os modelos do jornalismo para a paz e do jornalismo de guerra sistematizados em Galtung (2006). O objetivo da comparação é compreender como o texto de Galtung e Ruge forneceu aportes para o desenvolvimento do conceito do jornalismo para a paz, ou *Peace Journalism*. Foram utilizados, na análise comparativa, especificamente os valores-notícia de caráter cultural descritos por Galtung e Ruge. Pôde-se concluir que alguns aspectos, como o direcionamento para as nações e as pessoas da elite e o negativismo, são incorporados ao modelo de cobertura jornalística do jornalismo de guerra. O jornalismo para a paz, em contrapartida, busca a pluralidade de vozes e atingir a paz positiva.

Palavras-chave: jornalismo; jornalismo para a paz; valores-notícia

Introdução

Os acontecimentos cotidianos não são escolhidos para fazer parte das páginas dos jornais ou dos portais de notícias de forma aleatória: alguns critérios específicos, comuns a estes eventos, fazem com que eles sejam considerados como notícias.
A pesquisa em jornalismo tem, há muito tempo, se dedicado a compreender quais são estes critérios, isto é, diferentes autores, em momentos distintos da história, tentaram sistematizar uma série de valores que indicariam se um acontecimento é, ou não é, adequado para ser noticiado. Alguns fatores comuns, por exemplo, apontados por alguns autores, são a imprevisibilidade, o negativismo e a proximidade geográfica.
Neste estudo, debruço-me sobre os critérios de noticiabilidade descritos por Johan Galtung e Mari Holmboe Ruge no artigo *The structure of foreign news*, de 1965. Especificamente, dou destaque aos quatro critérios relacionados a aspectos culturais: referência às nações da elite, referência às pessoas da elite, personificação e negativismo.
O objetivo deste trabalho é compreender de que maneira os aportes apresentados por Galtung e Ruge (1965) deram base para que fosse pensado o conceito de jornalismo para a paz (*Peace Journalism*), desenvolvido por Galtung no âmbito dos Estudos para a Paz (*Peace Studies*). Para tal, elaboro uma análise comparativa entre o texto de Galtung e Ruge (1965) e os modelos do jornalismo de guerra e do jornalismo para a paz estruturados em Galtung (2006).
A presente discussão teórica visa identificar quais são alguns dos critérios de noticiabilidade que estão presentes no jornalismo de guerra e no jornalismo para a paz. Apresento, primeiramente, uma breve revisão dos conceitos de noticiabilidade e de

[253] Mestrando do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Estadual Paulista (UNESP), Bauru, São Paulo, Brasil. Graduado em Comunicação Social – Jornalismo pela mesma universidade. Email: jssalhani@gmail.com.

jornalismo para a paz para, posteriormente, poder tensioná-los.

Os critérios de noticiabilidade

Uma das discussões mais frequentes nos estudos de jornalismo concerne à busca pela definição dos valores-notícia, ou seja, o que se configura como notícia ou não. A pesquisa em jornalismo sempre se debruçou sobre este tópico, a fim de sistematizar quais elementos transformam os acontecimentos cotidianos em material jornalístico, dignos de estarem presentes nas páginas de um jornal ou nos noticiários televisivos.

Compreendemos a noção de noticiabilidade a partir de Traquina (2008). De acordo com o autor, este conceito se relaciona à previsibilidade do esquema geral de notícias, isto é, o padrão dos conjuntos de critérios e operações que dão a um acontecimento a aptidão para receber um tratamento jornalístico.

A fim de refletir sobre o que leva os jornalistas a darem preferência a alguns acontecimentos em detrimento de outros, podemos pensar, primeiramente, no espaço limitado dos veículos de comunicação. Em consequência do processo de seleção de notícias, certos fatos, tidos como "menos importantes", são deixados de fora da agenda. Esta é a dinâmica natural do jornalismo, uma vez que, conforme explica Peucer (1690/2004, p. 20), os eventos cotidianos são "quase infinitos". Mesmo se excluído este fator, a cobertura de um número maior de eventos ainda seria complexa e custosa, pois demandaria por um número maior de jornalistas trabalhando ou uma jornada de trabalho mais extensa.

Na mesma linha de pensamento, Wolf (2009) afirma que os veículos de comunicação têm a tarefa de transformar um número imprevisível e indefinido de acontecimentos em uma quantidade finita de notícias. Assim, os jornalistas conferem o status de notícia aos acontecimentos, que são tratados, de acordo com Marcondes Filho (1989), sob os valores ideológicos de cada um: além de definirem o quê será veiculado, os jornalistas decidem como a notícia será dada, isto é, qual destaque e qual favorecimento ela terá.

Para Marcondes Filho (1989, p. 12), ainda:

> Esse processo [de seleção e exclusão] é realizado segundo diversos critérios, que tornam o jornal um veículo de reprodução parcial da realidade. Definir a notícia, escolher a angulação, a manchete, a posição na página ou simplesmente não dá-la é um ato de decisão consciente dos próprios jornalistas.

Bourdieu (1997, p. 26), metaforicamente, explica como se dá a seleção no jornalismo: "os jornalistas têm 'óculos' especiais a partir dos quais veem certas coisas e não outras; e veem de certa maneira as coisas que veem. Eles operam uma seleção e uma construção do que é selecionado". Em outras palavras, os óculos têm a ver com as percepções dos jornalistas: enquanto, para alguns, um acontecimento possa ser importante e ter relevância, para outros, o mesmo pode não ter características que o enquadrem como notícia.

A fim de determinar o que leva um fato a ser classificado como apto a fazer parte de um veículo de comunicação, pensa-se nos valores-notícia. Peucer, na que é considerada a primeira tese dos estudos de jornalismo (*De relationibus novellis*, datada de 1690, traduzida para o português como "Os relatos jornalísticos"), já levantava a discussão sobre este tema: o autor elencou características que faziam os acontecimentos merecerem, ou não, ser contados pelos jornalistas. Quando tratados como matérias, eles

poderiam tanto servir como registro histórico quanto ter caráter mais efêmero, destinados a sanar a curiosidade do público (Peucer, 1690/2004).

Em seu texto, Peucer (1690/2004, p. 20) destacou que os fatos que merecem "ser recordados ou conhecidos" têm a ver com os seguintes temas: os fenômenos não regulares da natureza, como catástrofes ambientais; as mudanças políticas ou as dinâmicas de guerra e paz, como as causas e as estratégias de batalhas; as decisões judiciais e legislativas, como julgamentos e mudanças nas leis; os fatos relacionados a pessoas públicas (ou ilustres), como nascimentos e mortes de príncipes; e temas de caráter eclesiástico (relacionado ao progresso das religiões, por exemplo) e literário (como o lançamento de novas obras).

Ademais, Peucer (1690/2004, p. 21) fez ressalvas em relação aos acontecimentos que não deviam ser considerados como relatos jornalísticos, as quais ele chama de "precauções": a primeira precaução dizia respeito aos eventos regulares e às ações diárias das pessoas, como as mudanças climáticas usuais ou as agendas privadas dos príncipes, que seriam mais propícias a diários particulares que a páginas de jornais; a segunda recomendava a não publicação de eventos que os príncipes não quisessem que fossem divulgados, a fim de não lhes causar nenhum dano; e a terceira, por sua vez, sugeria que nada que prejudicasse os bons costumes ou a religião devesse ser publicado.

A discussão proposta por Peucer (1690/2004) logo no final do século XVII é expandida, por diversos outros autores, até a atualidade. À medida em que se discute sobre os valores-notícia, acrescentam-se ou excluem-se elementos aos propostos por Peucer inicialmente. Desta forma, cada pesquisador sistematiza uma série distinta de critérios de noticiabilidade, com semelhanças e diferenças entre elas. Sucedendo Peucer, autores como Kaspar Stieler, no final do século XVII, e, mais recentemente, Walter Lippmann e Fraser Bond, no século XX, propuseram critérios que visavam determinar o que seria ou não notícia, incluindo fatores como a proximidade geográfica, o negativismo, a surpresa e o interesse público (Silva, 2005).

No presente trabalho, é dado enfoque, especificamente, aos aportes apresentados por Johan Galtung e Mari Holmboe Ruge no texto *The structure of foreign news*, publicado no Journal of Peace Research no ano de 1965. Este artigo, de acordo com Traquina (2008, p. 69), é a primeira tentativa "sistemática e exaustiva" de identificar os valores-notícia no âmbito dos estudos de jornalismo. Segundo Sousa (2004), apesar de diversos autores tentarem explicar como surgem as notícias, a ideia da existência de critérios de noticiabilidade é, de fato, de Galtung e Ruge.

Galtung e Ruge (1965) elencam doze características que fazem com que acontecimentos cotidianos se transformem em notícias no jornalismo internacional. Neste momento, serão apresentadas, de maneira breve, quais são estas características, a fim de que se possa, posteriormente neste estudo, tensioná-las com os valores do *Peace Journalism* (ou jornalismo para a paz) propostos por Galtung.

A partir do questionamento "como eventos cotidianos viram notícias?", feito por Galtung e Ruge (1965, p. 65) logo na introdução do seu artigo, os autores definem doze diferentes critérios que ajudam a responder a essa pergunta. As oito primeiras características listadas são praticamente invariáveis, de acordo com os autores, ou seja, são consideradas critérios de noticiabilidade em qualquer sociedade ou meio de comunicação. São elas: 1. frequência: tem a ver com a periodicidade do canal de comunicação; 2. importância: diz respeito ao impacto causado pelo acontecimento; 3. ambiguidade: há mais chances de um evento ser reportado se houver pouca margem

para interpretação; 4. significância: o evento deve ter algum significado para o público; 5. consonância: um evento pode se tornar notícia se estiver de acordo com a expectativa do público; 6. imprevisibilidade; 7. continuidade: se um evento for definido como notícia, ele continuará sendo notícia por algum tempo; e 8. composição: variedade de temas e editorias.

Galtung e Ruge (1965) acrescentam, ainda, quatro fatores culturais que influenciam na escolha dos acontecimentos que serão noticiados (cabe lembrar que, conforme ressaltam os autores, estes valores são importantes, pelo menos, para os meios de comunicação "ocidentais"): 1. referência às nações da elite; 2. referência às pessoas da elite; 3. personificação; e 4. negatividade.

O jornalismo para a paz

Os meios de comunicação, tradicionalmente, sempre deram destaque a notícias relacionadas a guerras e a conflitos. Tais acontecimentos, por irem de encontro a diversos critérios de noticiabilidade são, portanto, frequentes nas páginas de jornais e revistas, nos noticiários televisivos e nos portais de notícias.

As formas de abordagem destes fatos, entretanto, comumente disseminam os valores da cultura de violência, por ficarem restritas somente às camadas mais superficiais das situações tratadas. De acordo com Galtung (1998), este enfoque leva ao ódio entre as pessoas e a se considerar a violência como estratégia de combate.

Pensando em uma maneira de contrapor este modelo tradicional de jornalismo, é criado o conceito de *Peace Journalism* ou, como utilizado por alguns autores na língua portuguesa, jornalismo para a paz. Ele emerge no âmbito dos Estudos para a Paz e incorpora suas teorias a um novo modelo de fazer jornalístico. Johan Galtung, precursor dos *Peace Studies*, propõe novas definições para os termos violência e paz, o que leva, na academia, à concepção de novas epistemologias concernentes às dinâmicas das guerras e conflitos.

Galtung (1969) explora, a fundo, o que é a violência. Para o autor, existem três camadas distintas da violência: a violência direta, a violência estrutural e a violência cultural. A primeira é a mais superficial, na qual facilmente são identificados vítimas e agressores. Consistem em atos de violência direta, por exemplo, os homicídios e os danos físicos às pessoas ou às estruturas. A violência estrutural (ou indireta), por sua vez, é um nível mais profundo da violência, percebido com menos facilidade. Ela se apresenta na forma de poderes desiguais e, consequentemente, oportunidades desiguais entre as pessoas. A violência cultural é a que está por trás dos outros dois estratos: é a violência simbólica, que legitima a violência direta e a estrutural (Galtung, 1990).

Correspondentemente a estas mudanças conceituais, o autor ainda apresenta novas tipologias à palavra paz. No contexto de emergência dos Estudos para a Paz, Galtung afirma existir a paz negativa, relacionada à ausência de guerras e à violência física, e a paz positiva, mais ampla, compreendida como o "funcionamento de um sistema social global integrado" (Pureza, 2011, p. 9).

Apropriando-se destas definições, o jornalismo para a paz surge para reivindicar novos esquemas, práticas e rotinas profissionais que substituam os parâmetros da comunicação tradicional (Arévalo Salinas, 2014), que legitima a cultura de violência. Uma cobertura jornalística que tem como base o *Peace Journalism* explora a violência em sua totalidade, particularmente a nível estrutural e cultural. Além disso, atenta-se aos processos de paz

positiva.
Conforme definem Lynch e McGoldrick (2005, p. 5), importantes pesquisadores do jornalismo para a paz: *Peace Journalism* é "quando editores e repórteres fazem escolhas – do quê e como reportar – que criam oportunidades para a sociedade considerar e valorar respostas não-violentas aos conflitos".
Os autores ressaltam que o jornalismo para a paz não implica somente em reportar sobre a paz e deixar de lado notícias sobre conflitos e guerras, mas, por outro lado, propor uma nova abordagem a esses temas, mais humanizada e contextualizada: "notícias sobre conflitos, inevitavelmente, incluirão a violência – as imagens do conflito construídas por meio destas notícias, entretanto, podem ser muito diferentes" (Lynch & McGoldrick, 2005, p. 59). Igualmente, de acordo com Giró (comunicação pessoal, maio de 2016), o jornalista, ao desenvolver uma proposta de jornalismo para a paz, não se compromete não falar sobre as guerras: "se há guerra, deve-se falar sobre ela, mostrar o horror, os interesses que a motivam, mas também que há pessoas trabalhando em prol da paz".
Galtung cunha o termo jornalismo para a paz durante a década de 1970 e, posteriormente, sistematiza as principais diferenças entre ele e o jornalismo tradicional, ao qual se refere como jornalismo de guerra. O *Peace Journalism*, diretamente relacionado à democracia (Shinar, 2008), tenta reportar todas as faces de um conflito, expondo todas as partes envolvidas. As quatro principais características do jornalismo para a paz, com base no modelo proposto por Galtung (2006), são: a orientação para a paz/conflitos; a orientação para a verdade; a orientação para as pessoas; e a orientação para a solução. Em contrapartida, o jornalismo de guerra tem como pilares os seguintes elementos: orientação para a guerra/violência; orientação para a propaganda; orientação para as elites; e orientação para a vitória.
A instantaneidade e a superficialidade do jornalismo (de guerra, nomeadamente) impede o desenvolvimento do jornalismo para a paz, que tem como um de seus intuitos a transformação dos conflitos (Giró, 2012).
Sumarizam Lynch e McGoldrick (2005): o jornalismo para a paz repensa os conceitos de equilíbrio e justiça no jornalismo, traça novas linhas de conexão entre os jornalistas, as fontes e os conteúdos jornalísticos produzidos e promove a consciência acerca da não-violência.

Discussão

Pode-se inferir que a discussão levantada por Galtung e Ruge (1965) em *The structure of foreign news* sobre os critérios de noticiabilidade no jornalismo internacional fundamenta, posteriormente, as teorias do jornalismo para a paz, desenvolvidas inicialmente por Galtung. Os autores, embora não empreguem o termo *Peace Journalism* no texto, lançam mão de aportes que embasam as comparações entre o jornalismo de guerra e o jornalismo voltado a uma cultura de paz.
Para compreender as relações entre os valores-notícia apontados por Galtung e Ruge (1965) e o jornalismo para a paz, a discussão abaixo será fundamentada pelo diálogo entre os critérios de noticiabilidade de caráter cultural descritos por Galtung e Ruge e o modelo do *Peace Journalism*, extraído de Galtung (2006), ambos já comentados neste estudo.
Primeiramente, deve ser evidenciada a seguinte asserção de Galtung (2006): o autor afirma que uma das diferenças entre o jornalismo para a paz e o jornalismo de guerra é o

direcionamento do primeiro à paz *per se* e à transformação dos conflitos, enquanto o último tende a ser direcionado para a violência. Esta divergência implica que o *Peace Journalism* explora todas as fases dos conflitos, desde suas causas até suas consequências. Por esta razão, Galtung afirma que este modelo é "proativo", uma vez que não dá enfoque somente à arena de conflito, como o jornalismo de guerra (sendo este "reativo"). Durante uma cobertura, os enfoques do jornalismo para a paz seriam os efeitos invisíveis da violência, como os traumas, os danos às estruturas sociais e à cultura. A reatividade do jornalismo de guerra pode ser relacionada com o fator imprevisibilidade de Galtung e Ruge (1965). Por este modelo focar nos efeitos mais aparentes da violência, ele não investigaria, com profundidade, a violência estrutural e cultural. Assim, à medida em que um conflito ou guerra se desse por finalizado, o jornalista cessaria suas reportagens sobre ele e daria prosseguimento à cobertura de outros acontecimentos. No jornalismo para a paz, a imprevisibilidade da violência direta seria, de fato, abordada, mas seriam contemplados, da mesma maneira, os seus efeitos.

Dentre os valores-notícia que levam em conta os parâmetros culturais no jornalismo, definidos por Galtung e Ruge (1965), o primeiro se refere ao destaque às nações da elite[254], ou seja, aquelas que detêm o poder do capital e o poder simbólico no contexto internacional. A orientação para as elites é, correlatamente, uma característica do jornalismo de guerra (Galtung, 2006). Neste modelo, é dado destaque aos acontecimentos provenientes dos países do Norte global, enquanto as nações em desenvolvimento ficam à margem do jornalismo, sendo representadas superficialmente pelos meios de comunicação da imprensa *mainstream*. O modelo do jornalismo para a paz, em contrapartida, é orientado para as pessoas (e não para as elites). Sob esta ótica, pode-se inferir que o Sul global ganha voz: são exploradas as singularidades de cada nação, tais como seus aspectos sociais, culturais, políticos e econômicos, bem como quais são os lugares que ocupam nas dinâmicas das relações internacionais.

O segundo valor-notícia relacionado à cultura descrito por Galtung e Ruge (1965) vai de encontro com o primeiro: de acordo com os autores, os acontecimentos que são mais prováveis de virarem notícias, além de terem a ver com as nações da elite, se direcionam às pessoas da elite. Eles afirmam que às pessoas comuns, diferentemente das figuras políticas ou de altos cargos, por exemplo, não são dadas oportunidades para que elas sejam representadas nos veículos de comunicação. Esta é uma característica comum do jornalismo de guerra: os porta-vozes das histórias são, geralmente, as pessoas da elite, principalmente homens. Por outro lado, uma das principais características do jornalismo para a paz é a pluralidade de vozes: são incluídas, nas reportagens, as histórias de todas as pessoas, especialmente de mulheres, crianças, pessoas idosas e grupos considerados de minorias sociais.

Ademais, o jornalismo de guerra é construído sobre a dualidade "nós" contra "eles": desumaniza-se, durante uma cobertura, aqueles considerados adversários em um conflito ou guerra e os grupos que vão contra às políticas editoriais do meio de comunicação. Neste caso, o "outro" é visto como inimigo – como um problema e como a causa de todo o mal. O jornalismo para a paz tem como problema a guerra em si ou os malefícios causados pelos conflitos; ele é, também, orientado para a verdade, e portanto busca compreender com clareza todas as faces de um conflito, tratando com empatia e de maneira humanizada as diferentes partes envolvidas.

[254] No texto original, em inglês, os autores utilizam o termo *elite nations*.

Esta abordagem tem relação com o terceiro critério de noticiabilidade apontado por Galtung e Ruge (1965): a personificação. Os autores comentam que quanto maior o caráter pessoal de um acontecimento (se estiverem ligados à ação de um indivíduo ou indivíduos em particular), maior a chance de ele se tornar uma notícia. A personificação, de acordo com Galtung e Ruge, é importante para que o público se identifique com as histórias contadas. Traçando um paralelo com as concepções de Galtung (2006), a personificação pode ser estratégia tanto do jornalismo de guerra quanto do jornalismo para a paz. No primeiro, durante uma situação de conflito, cria-se empatia com apenas uma das partes: os "nossos" são os que sofrem e os "outros" são sempre os culpados. Já no modelo do *Peace Journalism*, é exposto o sofrimento de todas as partes: a guerra afeta, negativamente, a todos.

Em obra posterior, Galtung (1998) compara o jornalismo de guerra ao jornalismo esportivo: nos dois, o objetivo principal é a vitória de uma das partes e, inevitavelmente, a derrota da outra ou das outras. O jornalismo para a paz, por sua vez, é comparado às coberturas jornalísticas sobre saúde e doenças: nestes casos, o jornalista não somente comenta sobre a doença que acomete alguém, mas explora quais são as possíveis causas, os tratamentos e os métodos preventivos.

Galtung e Ruge (1965) colocam, como o quarto critério de noticiabilidade, o negativismo. Entendo aqui, como notícias negativas, não somente aquelas que reportam guerras, mortes ou tragédias, mas quaisquer notícias nas quais pessoas são desumanizadas e não são compreendidas com profundidade as problemáticas abordadas. De acordo com os autores, alguns dos motivos pelos quais prefere-se, no jornalismo, notícias negativas ao invés das positivas são a imediatez dos acontecimentos negativos (acontecimentos positivos são processos lentos, isto é, levam mais tempo para se concretizarem, enquanto os negativos, como a morte de alguma pessoa ou um incêndio, por exemplo, são imediatos) e a sua imprevisibilidade. As notícias negativas encontram espaço no modelo do jornalismo de guerra por este dar preferência aos casos de violência direta e pelo silenciamento de algumas vozes. O jornalismo para a paz destaca as notícias positivas: mesmo quando trata de guerras e conflitos, o faz visando ao entendimento das estruturas que levam a estas situações.

Considerações finais

Galtung e Ruge (1965), na sua importante contribuição à tentativa de sistematizar os critérios de noticiabilidade no jornalismo internacional, distinguiram os valores-notícia gerais, que são levados em consideração em quaisquer veículos de comunicação, dos valores de caráter cultural, que dependem da conjuntura de cada sociedade.

Tomando, no presente estudo, como ponto de partida os valores-notícia relacionados aos aspectos culturais, foi elaborada uma discussão teórica sobre como eles se associam ao modelo do jornalismo para a paz, pensado por Johan Galtung. Este modelo é estabelecido com o intuito de propor dinâmicas, no jornalismo, de coberturas menos superficiais e que abordem todas as camadas da violência – e não somente a violência direta.

Conclui-se que, embora um mesmo acontecimento possa ser considerado como notícia tanto no modelo do jornalismo para a paz quanto no do jornalismo de guerra, a maneira como eles são abordados é distinta. Enquanto, no último, é dada a preferência a valores-notícia como o negativismo e o destaque às pessoas da elite, o jornalismo para a paz

busca explorar os acontecimentos a partir da perspectiva da paz positiva.
Em outras palavras, a violência será, inevitavelmente, abordada pelo jornalismo. Há, entretanto, diferentes formas de abordá-la: pode ser dado foco exclusivamente ao momento em que ocorre um conflito, ou seja, à violência e aos danos físicos (como é feito no jornalismo de guerra), ou, para além de apresentar resultados mais perceptíveis da violência direta, pode-se abordar, conforme propõe o jornalismo para a paz, as suas causas e consequências a nível estrutural e cultural, tentando compreender como ela afeta todas as partes envolvidas.

Referências

Arévalo Salinas, A. I. (2014). Periodismo y comunicación para la paz: Indicadores y marco regulatório. *COMMONS – Revista de Comunicación y Ciudadanía Digital*, 3(1), p. 57-92.

Bourdieu, P. (1997). *Sobre a televisão*. Rio de Janeiro: Zahar.

Galtung, J. (1969). Violence, peace, and peace research. *Journal of Peace Research*, 6(3), 167-191.

Galtung, J. (1990). Cultural violence. *Journal of Peace Research*, 27(3), 291-305.

Galtung, J. (1998). High road, low road: charting the course for Peace Journalism. *Track Two*, 7(4), 1-5.

Galtung, J. (2006). Peace journalism as an ethical challenge. *Global Media Journal: Mediterranean Edition*, 1(1), 1-5.

Galtung, J., & Ruge, M. H. (1965). The structure of foreign news. *Journal of Peace Research*, 2(1), 64-91.

Giró, X. (2012). Análisis crítico del discurso mediático y pedagogía comunicativa para la paz. In A. Cortés González, & M. García López (Eds.), *Comunicación y cultura de paz* (pp. 83-104). Granada: Editorial Universidad de Granada.

Lynch, J., & McGoldrick, A. (2005). *Peace Journalism*. Stroud: Hawthorn Press.

Marcondes Filho, C. (1989). *O capital da notícia: Jornalismo como produção social da segunda natureza* (2a ed.). São Paulo: Ática.

Peucer, T. (2004). *Os relatos jornalísticos* (P. R. Dias, Trad.). Estudos em Jornalismo e Mídia, 1(2), 13-29. (Obra original publicada em 1690).

Pureza, J. M. (2011). O desafio crítico dos estudos para a paz. *Relações Internacionais*, 32, 5-22.

Silva, G. (2005). Para pensar critérios de noticiabilidade. *Estudos em Jornalismo e Mídia*, 2(1), 95-107.

Shinar, D. (2008). Mídia democrática e jornalismo voltado para a paz. *Líbero*, ano XI(21), 39-48.

Sousa, J. P. (2004). Tobias Peucer: progenitor da Teoria do Jornalismo. *Estudos em Jornalismo e Mídia*, 1(2), 31-46.

Traquina, N. (2008). *Teorias do jornalismo: A tribo jornalística – uma comunidade interpretativa transnacional* (2a ed.). Florianópolis: Insular.

Wolf, M. (2009). *Teorias da Comunicação* (10a ed.). Lisboa: Editorial Presença.

O jornalismo como modalidade de conhecimento centrada no singular

Journalism as a mode of knowledge centered on the singular

Carmen Carvalho[255]

Resumo
Em meio a tantas denominações de especialidades jornalísticas, surge uma inquietação sobre a epistemologia do jornalismo enquanto um conceito universal. Nesse sentido, uma perspectiva é o entendimento do jornalismo como uma modalidade de conhecimento social centrada nos singular, mas dependente das categorias particular e universal para ampliar os sentidos da audiência na compreensão e interpretação da realidade. Este trabalho se propõe a resgatar e embasar os conceitos que estruturam esse conceito por meio de uma revisão bibliográfica. O resultado aponta para um conceito universal que abarca todas as práticas especializadas no jornalismo.

Palavras-chave: jornalismo; conhecimento; singular.

Introdução

Durante a realização da Escola de Verão 2018, no Uruguai, no grupo de Trabalho Exercício Profissional, Práticas e Jornalismo, foram esmiuçados diferentes projetos de mestrado e doutorado, nos quais havia diferentes práticas de especialidades do jornalismo. Ao discutirmos cada um deles, uma inquietação foi ganhando corpo e forma, havia distintas especialidades apresentadas em conceito, em objetivos de execução, mas sem uma conexão com a natureza do jornalismo enquanto fenômeno da atualidade. A resposta sobre "o que é o jornalismo?" em sua essência não apareceu nos trabalhos, não foi objeto de explanação dos participantes em geral, somente o jornalismo como especialidade – nomenclaturas essas que têm surgido a partir das novidades tecnológicas (jornalismo multimídia), de temas (jornalismo da paz, turismo), ou relacionados ao contexto político/econômico (jornalismo do capitalista/socialismo).
Para responder a esse questionamento, este trabalho se propõe a analisar os pressupostos ontológicos do fenômeno e os aspectos epistemológicos do jornalismo como forma de conhecimento centrada no singular, buscando apresentar "um enfoque teórico capaz de apreender racionalmente tanto as misérias quanto a grandeza" (Genro Filho, 2012, p.12) da natureza jornalística. Seguindo os passos de Adelmo Genro Filho, a revisão bibliográfica não valorizará os sentidos para chegar à concretude do conceito, mas as diversas possibilidades: indo do abstrato ao concreto a partir dos conhecimentos acumulados sobre o tema em questão.

[255] Doutoranda na Universidade de Santiago de Compostela (USC). Mestrado em Ciência da Comumicação pela Universidade Estadual de São Paulo (USP). Professora do curso de Jornalismo da Universidade Estadual do Sudoeste da Bahia (UESB). Responsável pelo site de notícias Avoador (avoador.com.br), responsável por narrativas sobre a cidade de Vitória da Conquista. Faz parte do NPJOR (Núcleo de Pesquisas em Jornalismo) com a linha de estudo e pesquisa Jornalismo e Internet. Email: ccarmencarvalho@gmail.com.

Nesse sentido, entendemos aqui que o "objeto real", relativo à percepção sensível, está relacionado à definição particular do jornalismo enquanto especialidade em sua "pseudoconcreticidade", já o "objeto teórico", o jornalismo em sua universalidade, em essência. Ambas são construções humanas e, portanto, estão passíveis de transformações. Entretanto, a totalidade e a processualidade do fenômeno não pode ser encerrada em uma particularidade, sendo necessária a compreensão entre as diferentes categorias existentes, singular, particular e universal, para clarificar as posições do objeto real como um concreto pensado. Como no materialismo histórico-dialético marxista, que se inspirou na lógica dialética delineada por Hegel, acredita-se que o mundo real representa uma manifestação aparente da realidade perceptível apenas em projeções na consciência primária, exigindo aprofundar as relações de mediações e contradições inerentes a qualquer fenômeno para ampliar a consciência.

Sendo assim, inicialmente, apresentaremos o contexto que potencializou o jornalismo em sua gênese e, seguida, o primeiro teórico a trazer o jornalismo sob a perspectiva do conhecimento, Robert Park (2008), fundamentado em dois tipos de conhecimento: *acquaintance with e knowledge about,* mas sem determinar exatamente em qual conhecimento se estabelece a produção jornalística. Em seguida, a proposta de Adelmo Genro Filho (2012), tendo como base o marxismo defende o jornalismo como forma social de conhecimento, amplia o conceito a partir das categorias hegelianas, singular, particular e universal, e da inspiração em Luckás, destacando a singularidade no fenômeno jornalístico como diferencial para os demais conhecimentos.

O trabalho demonstra então que é necessário compreender o jornalismo em sua amplitude universal, mesmo quando objeto de estudo se restringir a uma particularidade da prática jornalística.

Jornalismo, uma modalidade social de conhecimento

Os bens imateriais produzidos por uma estrutura jornalística, forjada em meio à gênese e ao desenvolvimento do capitalismo, geram um tipo específico de conhecimento social cuja potencialidade ultrapassa a mera significação de produto e se expressa de forma contraditória como dimensão simbólica da apropriação social humana da realidade. Para compreender a concretude desse fenômeno em sua grandiosidade, o jornalismo como uma forma social de conhecimento, é preciso ir além da aparência, ir à essência. "É se apropriando do mundo que o homem vai realizando essa transformação e, através dela, revelando a verdade do objeto real por meio da teoria." (Genro Filho, 2012, p.18)

Para tanto, parte-se da perspectiva de que o jornalismo é um fenômeno histórico-social condicionado pelo desenvolvimento capitalista, tendo surgido no bojo do aperfeiçoamento da indústria moderna e que o tornou indispensável às relações do gênero humano. Esse enfoque se estabelece a partir de uma relação dialética entre o aspecto histórico-transitório, o capitalismo, e sua dimensão histórico-ontológica, a totalidade humana em sua autoprodução. "Dito de outro modo, o jornalismo não pode ser reduzido às condições de sua gênese histórica, nem à ideologia da classe que o trouxe à luz". (Genro Filho, 2012, p. 23) O jornalismo então é um produto histórico da sociedade burguesa, mas, não um produto qualquer, um produto que supera os contornos das suas origens. Historicamente, a ontologia de um fenômeno não se compreende tendo como parâmetro apenas sua gênese.

Sendo assim, o jornalismo surgiu como uma necessidade gerada pela ampliação da atualidade, apesar de a curiosidade, o interesse pela novidade, fazer parte da existência humana. O desenvolvimento das forças produtivas impulsionadas pelo capital foi o responsável por tornar o mundo um sistema integrado e interdependente. Isso aumentou a demanda por informações sobre os acontecimentos imediatos, que influenciavam os negócios e os indivíduos, ao mesmo tempo em que era impossível conhecê-los pela experiência direta. Surgia então progressivamente uma estrutura articulada, organizada e complexa de produção e difusão dos acontecimentos, uma indústria da informação. O primeiro representante dessa nova era foi o jornal e, depois, na sequência, veio a rádio, a televisão, e hoje, a internet.

Os acontecimentos imediatos passaram então a fazer parte do cotidiano social por meio dessa indústria da informação, lançado as bases estruturais de uma nova modalidade de captar o real, o jornalismo, que surge condicionada pelo aparecimento do capitalismo e foi universalizada pelas relações humanas. Como consequência, ao longo do tempo, houve uma transformação das formas de comunicação e conhecimento.

O primeiro a postular uma reflexão sobre a natureza desse conhecimento gerado pelo jornalismo foi Robert Park. Jornalista, ativista e sociólogo. Sua teoria em relação ao jornalismo já foi considerada funcionalista (Genro Filho, 2012), inovadora (Machado, 2005) ou simplesmente sociologia interpretativa – construcionismo ou construtivismo (Sousa, 2006). Em 1940, Park (2008) publicou, nos Estados Unidos, o artigo "A notícia como forma de conhecimento: um capítulo dentro da sociologia do conhecimento"[256]. Nesse trabalho, há uma tentativa de esclarecer o tipo de conhecimento produzido pelas notícias e quais as suas características por meio da sociologia do conhecimento.

Em seu texto, Park (2008) cita a reportagem como sinônimo de notícia e desconsidera outros tipos de gêneros jornalísticos, como "colunismo, consolidado nos anos 30 do século passado" (Machado, 2005, p.31). Para defender a sua proposta conceitual, ele interpreta à sua maneira dois conceitos sobre conhecimento da perspectiva pragmática defendidos por Willians James, seu antigo professor. O *acquaintance with* (conhecimento familiarizado com ou adquirido) é entendido como instintivo e intuitivo, não ultrapassando o aspecto fenomênico, é o conhecimento do senso comum, o empírico. Já o *knowledge about (*conhecimento sobre ou acerca de) é o articulado, formal e sistemático, alçado via aparatos lógicos e metodológicos, é o conhecimento científico. (Park, 2008)

Além disso, Park fez uma correlação entre ambos os conhecimentos ao considerar que não existe um método científico totalmente independente da intuição e da familiaridade com as coisas. Também estabeleceu que os dois conhecimentos são formas distintas, tendo funções diferentes na vida das pessoas e da sociedade, porém com diferentes graus de precisão e validade e não tão distantes em caráter e função, pois juntos são um *continuum* "dentro do qual todos os tipos e espécies de conhecimento encontram um lugar" (Park, 2008, p.58). E é nesse *continuum* que ele localiza a notícia, não como um conhecimento científico, sistemático, mas como eventos únicos, não classificáveis como acontece com as coisas por considerá-los fixos no tempo e localizados no espaço.

> Essa qualidade transitória e efêmera é a verdadeira essência da notícia e está intimamente conectada ao tipo a que pertence. Diferentes tipos de notícia têm diferente duração de tempo. Na sua forma mais elementar o relato da noticia é um simples 'flash', anunciando

[256] O artigo foi originalmente publicado no *American Journal of Sociology*, ed. 45, pp.669-686.

> que um evento aconteceu. Se o evento for de real importância, o interesse por ele levará a maior análise e uma familiaridade maior com suas circunstâncias. (Park, 2008, p. 59)

Embora apresente um conceito incipiente de notícia, apesentando as suas características basilares, como de "transitória e efêmera", um avanço para a época em que não havia definições nesse sentido, Park não consegue determinar claramente qual é o conhecimento produzido pelo jornalismo, ainda que sua proposta seja justamente defender o jornalismo como um tipo de conhecimento. Ele faz uma distinção da notícia em relação ao conhecimento científico ao mesmo tempo em que a aproxima em demasiado do entendimento do senso comum. Essa aproximação com o *acquaintance with é* ratificada pela afirmação de que a notícia é como uma "forma elementar de conhecimento" e, contraditoriamente, contestada também por ele ao dizer que o conhecimento jornalístico não é intuitivo. (Park, 2008, pp.60-61)

Outra questão problemática é a equiparação que Park faz do conhecimento produzido pelo jornalismo com as "mesmas funções que realiza a percepção do indivíduo" (Park, 2008, p.62). Como aponta Genro Filho (2012, p.53), há uma diferença entre ambas, e "não podemos falar de uma correspondência de funções entre o jornalismo e a percepção individual, mas sim de uma simulação dessa correspondência". Isso porque na imediaticidade do real, os acontecimentos, como fenômenos sociais, são o ponto de partida; já no jornalismo, a imediaticidade é o ponto de chegada, o resultado final de um processo que envolve a apuração e escrita do texto pelo repórter, a edição pelo editor - em alguns casos, a publicação em diferentes linguagens para atender às especificidades de cada veículo de comunicação (jornal, rádio, TV, internet), a distribuição e repercussão do conteúdo - que, na atualidade, inclui publicar em diferentes redes sociais e ainda acompanhar o consumo entre a audiência. É dessa sistemática e organizada "simulação de correspondência" com a percepção individual, que é operacionalizada no conhecimento do senso comum, mas que não é senso comum, que surge o gênero do conhecimento responsável pela relação entre os indivíduos e os fenômenos que fazem parte do cotidiano. Ressalta-se ainda que essa "simulação correspondente" não é uma farsa, pois o jornalismo não é embuste.

É a partir dessa concepção incompleta de Park sobre o conhecimento e o jornalismo que Genro Filho (2012), político, professor e pesquisador, formula a sua teoria do jornalismo como uma forma de conhecimento social cristalizada no singular. Genro destaca a proposta do norte-americano como criativa, mas aponta sua relação com o funcionalismo e o pragmático como limitações para uma visão mais ampla e revolucionária do jornalismo. "Robert Park acaba definindo o conhecimento produzido pelo jornalismo como um mero reflexo empírico e necessariamente acrítico, cuja função é somente integrar os indivíduos no *status quo*, situá-lo e adaptá-lo na organicidade social vigente." (Genro Filho, 2012, p. 54)

Genro Filho (2012), embasado no marxismo, que entende a atividade prático-crítica do gênero humano como chave para o próprio conhecimento, defende que o conhecimento é uma dimensão simbólica do processo global de apropriação coletiva da realidade a partir da qualificação da práxis, e que o jornalismo é uma dessas modalidades participantes desse processo, sendo, portanto, uma forma social de conhecimento. E esse conhecimento social é dotado de certa autonomia epistemológica ao se apropriar dessa realidade, haja vista que qualquer gênero de conhecimento é tanto uma revelação como atribuição de sentido ao real articulada pela autoprodução histórica humana. Isso significa que o jornalismo, mesmo atravessado pela dominação e luta de classes do capitalismo, conserva

certas aberturas no seu conteúdo, que representam, em essência, a humanidade em suas contradições e ambiguidades.

> É nessa perspectiva que o jornalismo se impõe, de maneira angular, como possibilidade dos indivíduos em participar do mundo /*mediato* pela via de sua feição dinâmica e singular, como algo sempre incompleto, atribuindo significações e totalizando de maneira permanente como se estivessem vivendo na imediaticidade de sua aldeia. (Genro Filho, 2012, p.60)

Esse jornalismo ao longo dos anos desenvolveu características próprias enquanto forma de conhecimento social, como o seu aspecto central na apropriação do real pela via da singularidade dos fenômenos que se dissolvem no tempo. É também pela singularidade que o conhecimento produzido pelo jornalismo se difere do conhecimento científico, baseado em categorias lógicas universais, e dá margem para que o sujeito possa atribuir sentido a sua realidade social, dando significado aos acontecimentos objetivos da realidade. É também por essa singularidade que jornalismo se expressa enquanto potencialidade histórica e autoprodução humana, ultrapassando os condicionantes relacionados ao sistema, como constituir-se como instrumento de manipulação do capital e seus interesses mercadológicos.

A notícia pela singularidade

Com base nas categorias do singular, particular e universal, arrancadas do contexto mistificador do sistema hegeliano e inseridas numa concepção materialista histórico-dialético[257], e inspirado na estética de Lukács, que definiu a arte como uma forma de conhecimento particular, Genro Filho defende o jornalismo como forma de conhecimento social centrada no singular, aspecto fenomênico da realidade.

> Todo o relato jornalístico, toda notícia ou reportagem, reproduz os fatos de uma complexa operação subjetiva. O resultado desse processo será, sempre, aquilo que podemos chamar de singular significante, isto é, o produto de uma modalidade de apreensão subjetiva que supera o particular e o universal no interior da singularidade do fato jornalístico. Por isso, um fato jornalístico não é uma objetividade tomada isoladamente, fora de suas relações históricas e sociais, mas, ao contrário, é a interiorização dessas relações na reconstituição subjetiva do fenômeno descrito. Colocado o problema dessa maneira podemos conceber a possibilidade de um jornalismo informativo – que se utilize de muitas conquistas técnicas e funcionais adotadas pelos jornais burgueses – com outra perspectiva de classe e outra ideologia. (Genro Filho, 2012, p.102)

Para compreender a cristalização da informação jornalística no singular, é preciso estabelecer as relações desse conceito com as demais categorias, o particular e o universal, que desenvolvem entre si e com a singularidade uma relação dialética e expressam níveis da realidade social objetiva e, em consequência, fomentam definições que formatam as modalidades históricas de conhecimento. É o caso, por exemplo, do

[257] O método materialista histórico foi estabelecido por Karl Marx, sendo a base a teoria da lógica dialética definida por Hegel e o objetivo captar e reproduzir o movimento do pensamento. A diferença que é Hegel entendia a compreensão da realidade a partir do conhecimento da consciência enquanto Marx defendia que a consciência é formada pelas relações com o trabalho.

conhecimento científico estruturado na categoria universal. Cada uma dessas categorias então representa distintos aspectos do gênero humano, da natureza e da sociedade.
Na categoria singular estão os fenômenos únicos e irrepetíveis em sua manifestação imediata. É mundo da "consciência sensível" que não desvela a essência fenomênica, permanece na aparência. Já a categoria universal contém toda a riqueza dos fenômenos singulares e particulares. E entre o universal e o singular há uma relação que compreende o todo e suas partes. Esse todo, o universal, é criado e se concretiza a partir da interação das suas partes singulares. E essas partes não existem por si mesmas, mas pela relação entre si e com o todo. Além disso, na dialética materialista, igualmente a parte singular contém algo do todo. Já na categoria particularidade, o fenômeno adquire as idiossincracias pelas quais a singularidade se constitui em dada realidade, em determinadas características, de modo específico, não universal. Para Marx, segundo Luckás (1967), o particular representa a mediação entre o específico (singular) e o geral (universal), os quais não expressam a totalidade do fenômeno se analisados de forma isolada.

> Portanto, tomando essas relações como premissa teórica, podemos afirmar que o singular é a matéria-prima do jornalismo, a forma pela qual se cristalizam as informações ou pelo menos, para onde tende essa cristalização e convergem as determinações particulares e universais. (Genro Filho, 2012, p. 172)

Essas três categorias estão presentes na notícia, a unidade básica da informação jornalística, cujo objeto são os fatos, os acontecimentos sociais, existentes a partir de um contexto determinado. É o caso da notícia "EUA, Reino Unido e França atacam Síria em retaliação a suposto uso de armas químicas por Assad", publicada dia 14 de abril de 2018, na BBC, em que o aspecto singular do fenômeno é o ataque dos três países à Síria. As informações sobre a cidade atacada, os locais bombardeados, os "múltiplos alvos governamentais", os civis atingidos são as singularidades do acontecimento. Nesse caso, o lead jornalístico é a técnica utilizada para dar forma a essa expressão da categoria. Quanto à particularidade, ela se refere ao entendimento da dimensão do problema, como os motivos do ataque, o histórico de ocorrências desse tipo, as reações da comunidade internacional, da Rússia. A universalidade desse acontecimento diz respeito à violência de guerra enquanto conteúdo diluído nos detalhes da singularidade e particularidades ali presentes.
As categorias singular-particular-universal representam então a forma e o conteúdo na notícia jornalística. A forma se relaciona com o critério jornalístico de trabalhar a informação noticiosa a partir do ângulo da singularidade que é operacionalizado pelo *lead*, também conhecido por pirâmide invertida. Essa pirâmide invertida, como síntese do singular, localiza-se no primeiro parágrafo da notícia, mas também pode estar no segundo, e, em tese, vai do mais importante para o que seria menos importante. Nesse modelo, o *lead* apresenta a expressão mais aguda e sintética, na qual se respondem as famosas seis perguntas (que?, onde?, quando?, por que?, como?, quem?) e, em seguida, faz-se um complemento com informações secundárias, tendo como lógica que o primordial está no início. Entretanto, Genro Filho (2012) contesta essa máxima arraigada no jornalismo e inverte a pirâmide, colocando o *lead* como um organizador da singularidade, um epicentro para a percepção do conjunto, que se conecta ao particular e ao universal. Segundo ele:

> [...] sob o ângulo epistemológico – que o fundamental – a pirâmide invertida deve ser revertida, quer dizer, recolocada nos pés na terra. Nesse sentido, a notícia caminha não do

> mais importante para o menos importante (ou vice-versa), mas do singular para o particular, do cume para a base. (Genro Filho, 2012, p. 201)

O conteúdo da angulação no singular[258] vem, segundo Genro Filho (2012), pela significação trazida pelo particular e o universal, que são negados em sua hegemonia e tornam-se o horizonte da notícia. Isso significa que cada fato social noticiado tem um leque determinado de relações que formam o seu contexto particular e explicam aquela realidade. Quanto mais o fato social for apresentado em sua amplitude e conexões, mais conhecimento levará para a audiência. Nesse sentido, é na explicitação do fenômeno que a notícia desenrola o conteúdo particular, e a universalidade vai aparecer justamente na significação que surge entre o singular e seus nexos com o particular. Ao particular também é atribuída à mediação entre o universal e singular, que interligados representam a totalidade do fenômeno escolhido e reproduzido pelo jornalismo. Portanto, essa ligação com o particular é basilar no conteúdo jornalístico.

Quanto mais as categorias do particular e do universal estiverem presentes e devidamente relacionadas com o singular, mais abertura de sentido haverá para a interpretação do fato social produzido como notícia, que gera um conhecimento social, e se tornar uma apreensão crítica da realidade que contribui para ações de intervenção na sociedade pelo cidadão. Nesse caso, quiçá haverá menos consciência sensível guiada pela aparência da realidade e mais espírito absoluto orientado pelo conhecimento de si, do mundo e do intuito de transformar pela atuação consciente. É nesse sentido que o sistema capitalista pode ser contestado, quando se entende as relações determinantes dos fatos sociais, os porquês de eles serem como são. É esse conhecimento social trazido pelo jornalismo que pode levar à transformação da realidade. "Assim, a 'notícia crítica', que apanha os fatos numa perspectiva revolucionária, constitui a singularidade como algo que transborda sua relação meramente funcional com a reprodução da sociedade." (Genro Filho, 2012, p.198)

No caso da singularidade da notícia receber uma angulação extremada, apenas o aspecto fenomênico do momento estará em foco, desconsiderando as relações particulares e universais. Essa ênfase no formato elementar em detrimento do conteúdo é o sensacionalismo que, segundo Genro Filho (2012, p. 202), "é, inevitavelmente, conservador e até profundamente reacionário". O singular desse tipo de notícia não perde a sua significação, pois, implicitamente, há um particular e universal subentendido. No entanto, sem a explicitação das relações entre o fato e o contexto não é possível oferecer uma apreensão crítica, e o conhecimento fica localizado no âmbito da aparência e da sensação. Dessa forma, o fundamento dialético e histórico do fato social é distorcido e o mundo é percebido como fenômenos isolados, coisas perdidas, eventos independentes e sujeitos sem sociedade. Isso reforça o senso comum, o modo de ser e estar no capitalismo em que tudo é naturalizado para que nada mude. Portanto, nesse caso, a categoria universal se reduz ao senso comum, que compreende o mundo via positividade.

O jornalismo, aqui tratado como forma de conhecimento centrado no singular, está ligado à configuração da informação pelo ângulo da singularidade que se abre para um contexto particular e insinua uma significação universal, um conteúdo. Em meio à sociedade de classe, sempre tensionada por seus antagonismos e contradições inerentes a uma

[258] Para explicar a angulação da notícia por meio da singularidade, Adelmo Genro Filho (2012) definiu uma representação gráfica em quatro triângulos: o triângulo equilátero, triângulo isósceles normal, triângulo isósceles com a base maior, triângulo com a base ainda maior. Quanto maior a base do triângulo, maior a categoria particularidade, e quanto menor, mais singularizada é a notícia, tornando-se sensacionalista.

realidade social desigual, o conhecimento gerado pela notícia pode ser transformador. Entretanto, para isso, é necessário propiciar à audiência compreender os preâmbulos do fenômeno para intervir no mundo a sua volta de forma consciente. Parafraseando Robert Park (Mathews, 1977 apud Conde 2008, p. 20), pode-se dizer que o jornalismo é tremendamente poderoso, já que, ao dar as notícias, pode ajudar a mudar a sociedade ao produzir um conhecimento social revolucionário.

Considerações finais

O jornalismo então enquanto forma de conhecimento social tem como categoria central o singular. É um produto histórico da sociedade burguesa, mas que, pela grandiosidade da sua natureza, supera a sua gênese, tornando-se um conhecimento, a partir da práxis, como uma dimensão simbólica da apropriação social do homem sobre a realidade. Esse conhecimento é transformador quando consegue além de apresentar a questão fenomênica de cada acontecimento, o singular, ampliar para as categorias do particular e do universal.

Nesse sentido, esses pressupostos ontológicos apresentam o fenômeno em sua totalidade e processualidade, demonstrando que não existem vários jornalismos, mas apenas um. A produção noticiosa, a linguagem, os profissionais, as empresas jornalísticas, os diferentes tipos de suportes (impresso, radiofônico, televisivo, internético) fazem parte da estrutura existencial, mas não são sua essência. Da mesma forma, as especialidades jornalísticas, uma parte do fenômeno, fazem parte da dinâmica capitalista de segmentação de mercado para atender diferentes nichos de audiência, porém não a sua essência. O jornalismo enquanto fenômeno totalizante passa então pelo seu entendimento como um conhecimento social baseado na singularidade dos fatos sociais, não na especialidade de temáticas.

Em outras palavras, compreender teoricamente o jornalismo a partir de uma especialidade prática implica relacioná-lo apenas a aparência do fenômeno, na consciência sensível, percebendo apenas o aspecto da realidade empírica, sem desvelar o essencial, as suas relações dinâmico-causais subjacentes e as múltiplas mediações que o determinam e constituem em conexão com o seu processo histórico e o sistema que o gestou. (Genro Filho, 2012) Essa percepção então é situa-se como "pseudoconcreto", pois o conhecimento sobre o fenômeno é o concreto pensado, sendo o ponto de chegada após a reflexão da consciência, quando há uma apropriação pelo pensamento do real.

Sendo assim, pode-se reconhecer o fenômeno concreto do jornalismo como ponto de chegada do conhecimento, já que ele opera no senso comum, mas não é senso comum porque, entre o acontecimento e público, há todo um processo envolvido – desde o processo de produção até a distribuição do conteúdo. Esse processo se repete em qualquer especialidade jornalística. Assim, o resultado da elaboração teórica do jornalismo deve representar o fenômeno em sua totalidade e processualidade e colocar a especialidade como parte intrínseca do fenômeno. Esse é também o ponto de chegada do presente artigo que apontou as incongruências entre o concreto e "pseudoconcreto" para superar os enfoques dicotômicos do entendimento do jornalismo.

Bibliografia

Conde, M. (2008). A contribuição de Robert E. Park, o jornalista que se converteu em sociólogo, à teoria da informação. In: Berger, C.; Marroco, B. (Org.). *A era glacial do Jornalismo: Teorias do Jornalismo* (15-32). Porto Alegre: Sulina.

Genro Filho, A. (2012). *O segredo da Pirâmide. Para uma teoria marxista do jornalismo.* Florianópolis: Editora Insular.

Hegel, G.W.F. (1974). *Fenomenologia do Espírito*. Col. Os Pensadores, XXX. São Paulo: Ed. Abril.

Lukács, G. (1968). *Introdução a uma estética marxista/Sobre a categoria da particularidade*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira.

Machado, E. (2005). O pioneirismo de Robert E. Park na pesquisa em Jornalismo. *Estudos em Jornalismo e Mídia* (Vol.II, Nº 1). Florianopolis.

Park, R. (2008). A notícia como forma de conhecimento: um capítulo dentro da sociologia do conhecimento. In: Berger, C.; Marroco, B. (Org.). *A era glacial do Jornalismo: Teorias do Jornalismo* (71-82). Porto Alegre: Sulina.

Sousa, J. P. (2006). *Elementos de Teoria e Pesquisa da Comunicação e dos Meios* (2 ed.). Porto: Edição Universidade Fernando Pessoa.

Comunicación y producción cultural: el asociativismo entre editoriales autogestionadas en Argentina

Communication and cultural production: the associativism among self-managed publishers in Argentina

Lucía Coppari[259]

Resumen

El proyecto que presento para mi investigación de doctorado propone examinar las formas de agregación –por fuera de las instituciones tradicionales– que vienen multiplicándose entre editoriales autogestionadas, y que pueden rastrearse desde los años 90 a la par de las restricciones que el mercado concentrado interpuso a la participación de poetas y narradores que comenzaban a configurar "otras escenas de literatura" (Laddaga 2008). En los últimos años, estos actores vienen conformando asociaciones más o menos estructuradas y sostenidas –que en muchos casos se autodenominan colectivos– y redes con distintos alcances, que se proponen estimular y visibilizar el trabajo autogestivo alrededor de la literatura contemporánea, en los márgenes de la gran industria del libro y el corporativismo tradicional.

Palabras clave: edición, autogestión, asociativismo.

Producir libros y construir comunidad

En el contexto marcado por la –necesaria– proliferación de estudios sobre la mediatización de las sociedades que focalizan en la actividad de los medios masivos y sus transformaciones, también se impone como tarea un descentramiento de la mirada que nos permita formular nuevas investigaciones, minando las seguridades del objeto propio (Martín Barbero, 2004). Sin desconocer la relevancia que aquellos actores ocupan en la actualidad de nuestra (multi)disciplina, este trabajo coloca la atención en fenómenos comunicacionales que son concomitantes en el extenso campo de la producción cultural en Argentina.

La construcción del objeto sigue una trayectoria iniciada en mi investigación de maestría –actualmente en etapa de escritura–, que ha indagado en el repertorio de prácticas de editoriales literarias, autogestionadas y de formación reciente en la ciudad de Córdoba, Argentina. Lo novedoso de varios de los emprendimientos que reúnen estas características tiene que ver con las propuestas estéticas, los soportes y formatos de las publicaciones, las estrategias de posicionamiento en el mercado del libro y las instancias de inscripción de lo literario en los espacios públicos (Ruffel, 2015), a partir de la organización de eventos de lectura, festivales literarios, ferias de publicaciones, entre otros. En este marco, muchos apuestan por el asociativismo para sostener y legitimar el trabajo autogestivo.

Este último aspecto, que no ha sido abordado en el trabajo de maestría, abre un nuevo terreno de indagación. El proyecto que presento para mi investigación de doctorado

[259] Lucía Coppari. CIECS - CONICET/UNC. Licenciada en Comunicación Social (UNC). Maestranda en Comunicación y Cultura Contemporánea (UNC). Doctoranda en Ciencias Sociales (UBA). Argentina. Email: luciacoppari@gmail.com.

propone examinar las formas de agregación –por fuera de las instituciones tradicionales– que vienen multiplicándose entre estos actores del espacio editorial, y que pueden rastrearse desde los años 90 a la par de las restricciones que el mercado concentrado interpuso a la participación de poetas y narradores que comenzaban a configurar "otras escenas de literatura" (Laddaga, 2008). Los interrogantes que se abren son: ¿Cuáles son y qué características tienen los colectivos y redes de editoriales autogestionadas en Argentina? ¿De qué maneras intervienen y configuran la cultura literaria contemporánea en relación con la orientación dominante del mercado, el Estado y la institución artística?
El objetivo general de este trabajo es, entonces, reconocer e interpretar la formación de colectivos y redes de editoriales autogestionadas, y las maneras en que intervienen y configuran la cultura literaria en Argentina. En términos específicos, se busca:

- Identificar colectivos y redes de editoriales autogestionadas.
- Describir sus procesos de formación y sus prácticas: los actores que participan, los vínculos entre ellos, las características de los textos que editan y hacen circular, las actividades que realizan y los espacios de intervención.
- Reconstruir el contexto histórico-político en el que se viene organizando la cultura literaria contemporánea.
- Establecer relaciones entre las prácticas editoriales consideradas y la cultura literaria contemporánea.

Caracterización del estudio

Un conjunto de investigaciones recientes ofrecen lecturas sobre las editoriales autogestionadas surgidas en las últimas décadas. Entre los primeros abordajes, Adriana Astutti y Sandra Contreras (2001) sistematizan las reflexiones de algunos editores sobre los riesgos y desafíos de sus prácticas de edición en el contexto de concentración del sector en América Latina. En un registro similar se encuentran los trabajos de Celina Manzoni (2001) y Anna Danieli (2006). Uno de los estudios de mayor densidad conceptual es el de Hernán Vanoli (2009), quien rastrea las especificidades de la producción de pequeñas editoriales de Buenos Aires que intervienen el espacio de publicaciones de literatura argentina post 2001. Las prácticas de estos sellos son definidas en términos de "militancia literaria" o de "activismo cultural". Otra referencia fundamental es el trabajo dirigido por José Luis De Diego. Dentro de este grupo de investigadores, Malena Botto (2014) examina el proceso de concentración editorial en Argentina durante los años 90, el impacto de la crisis de 2001 y el escenario que se abrió para la emergencia de nuevos proyectos editoriales. Por su parte, el trabajo de Matías Moscardi (2013, 2015) contribuye a la comprensión de los vínculos entre producción literaria y mediación editorial a partir del análisis de algunos pequeños sellos como Belleza y felicidad y Siesta. El autor observa de qué maneras se interpreta la trama literaria del presente, heterogénea y cambiante, e introduce la figura de la máquina como analogía de los procesos de edición: cortar, extraer, reagrupar y producir algo nuevo.
El área de vacancia y la proyección que se perciben en este campo de investigación tienen que ver con la productividad cultural y política de las relaciones colaborativas que, avanzado el nuevo siglo, fueron proliferando e intensificándose entre las editoriales, con la

participación de escritores, libreros y otros. En los últimos años, estos actores vienen conformando asociaciones más o menos estructuradas y sostenidas –que en muchos casos se autodenominan colectivos– y redes con distintos alcances, que se proponen estimular y visibilizar el trabajo autogestivo alrededor de la literatura contemporánea, en los márgenes de la gran industria del libro y el corporativismo tradicional.

Un caso paradigmático es La coop, que actualmente está constituida como cooperativa y reúne a casi 20 editoriales para distribuir y difundir sus producciones, con el objetivo de federalizar la circulación e incidir en el diseño de políticas públicas para el sector[260]. En la misma línea, durante 2015 se desarrolló la actividad del colectivo Frente mar, que nucleó a diez editoriales autogestionadas de Córdoba con proyectos afines. Si bien esta última iniciativa no prosperó en el tiempo, ese mismo año comenzó a funcionar el Espacio Baron Biza en la Feria del Libro de la ciudad. Allí un grupo de editores locales y de otras regiones ofrecen sus libros y su propia programación de charlas y eventos. Prendefuego es otro colectivo editorial de Córdoba conformado por sellos dedicados al cómic. Libros son, también en Córdoba, es una feria colectiva que se lleva a cabo en forma periódica y convoca a editores de libros, revistas y fanzines para mostrar sus publicaciones, en muchos casos de autor y artesanales. En el norte del país se formó recientemente Relámpago - Frente de editoriales del NOA, y en la ciudad de Rosario se realiza periódicamente, desde 2016, la Fer - Feria de editoriales rosarinas. Por su parte, la feria colectiva La sensación congrega a editoriales de Buenos Aires y otros puntos del país con el auspicio de la librería La internacional argentina y bajo la consigna “a favor de la fantasía y contra la inflación”. En líneas generales, estos grupos y otros tantos[261] trabajan en la distribución de publicaciones, la difusión de la actividad de las editoriales, la organización conjunta de ferias y festivales, la participación colectiva en estos espacios y la generación de ámbitos de intercambio sobre sus prácticas, todo lo cual puede leerse como emergente de la cultura literaria de nuestro tiempo.

Estas nuevas formaciones producen desacoples en relación a la organización hegemónica de la cultura (Williams, 1980), caracterizada por el flujo de bienes simbólicos en el comercio mundial (Yúdice, 2002) y las relaciones articuladas en torno al consumo. Al mismo tiempo, muestran los signos de obsolescencia de la institución moderna de las artes (Laddaga, 2006): el paradigma fundado en la autoridad intelectual del escritor, los mediadores y la crítica aparece debilitado ante la implementación de formas de colaboración, desjerarquización y diversificación de las prácticas alrededor de la literatura. En este re-ensamblaje (Latour, 2008) que tiene lugar en la cultura literaria, la emergencia del asociativismo supone la sostenibilidad de un conjunto de operaciones de edición y puesta en circulación que no se subordinan al valor de cambio del objeto libro. Así también, implica hacer frente a la precarización a la que se ven expuestos los productores culturales en un escenario cada vez más asediado por la lógica mercantil. En palabras de Verónica Gago, estas prácticas revelan “el carácter heterogéneo, contingente y ambiguo en que la obediencia y la autonomía se disputan, palmo a palmo, la interpretación y la apropiación de las *condiciones neoliberales*” (2014, p. 18).

---

[260] Estos objetivos son desarrollados en la entrevista disponible en http://lanan.com.ar/lacoop-editoriales-independientes/, realizada por Ailín Bullentini para la revista Nan.

[261] Otros casos de relevancia son Los siete logos, Sólidos platónicos y Todo libro es político, grupos de editoriales que organizan stands colectivos en la Feria del Libro de Buenos Aires y otras ferias del interior del país.

En síntesis, la hipótesis que conduce el plan de trabajo puede ser formulada en los siguientes términos: los colectivos y las redes constituidos por editoriales autogestionadas de formación reciente contribuyen a sostener, visibilizar y promover prácticas de lo literario que se diferencian de las que son propias de la escena moderna de las letras y de la estandarización que requieren los imperativos comerciales a nivel global. Por tanto, estas formaciones intervienen en la reconfiguración de los actores, los textos, las relaciones y los circuitos que conforman la cultura literaria contemporánea.

Estrategia de abordaje

En líneas generales, los estudios culturales y particularmente la perspectiva materialista cultural de Raymond Williams (1980) contribuyen al abordaje de un repertorio de prácticas culturales manifiestas –de edición y literarias–, haciéndolas converger con los sistemas significantes que constituyen la totalidad social (Williams, 1981). Estos postulados se conectan con los desarrollos de la sociología de la literatura que, como establece Gisèle Sapiro (2016), tiene por objeto de estudio el hecho literario en tanto hecho social. Para la autora, su abordaje "implica una doble interrogación: sobre la literatura como fenómeno social, del que participan muchas instituciones e individuos que producen, consumen, juzgan las obras; y sobre la inscripción en los textos literarios de las representaciones de una época y de las cuestiones sociales" (2016, p. 13).
En este marco, la cultura literaria se concibe como un ensamblaje heterogéneo de productores, obras, intermediarios y lectores. La diversidad de actores, propuestas literarias y formas de participación cultural articula en relaciones de poder, conflicto, reconocimiento y colaboración de carácter histórico. Como indica Lawrence Grossberg (2012), se vuelve necesario focalizar en los contextos, definidos por su complejidad y contingencia, y configurados a partir de la articulación, desarticulación y rearticulación de aquello que hace parte. Esta propuesta se fundamenta en el trabajo político-intelectual de los estudios culturales –en particular ingleses–, cuyas prácticas de producción de conocimientos se basan en el compromiso con la relacionalidad. Siguiendo a Grossberg:

> la identidad, la significancia y los efectos de cualquier práctica o acontecimiento (incluyendo las prácticas y los acontecimientos culturales) se definen sólo por el complejo conjunto de relaciones que los rodean, interpenetran y configuran y que los convierten en lo que son (2012, p. 36).

En dicho planteo la noción de contexto se define precisamente como "un ensamblaje activo organizado y organizador de racionalidades que condicionan y modifican la distribución, la función y los efectos –el ser mismo y la identidad– de los acontecimientos que, a su vez, están activamente implicados en la producción del contexto mismo" (2012, pp. 47-48). Dicho ensamblaje es producto de una variedad de prácticas culturales atravesadas por relaciones desiguales de poder, procesos de lucha y negociación, con diferentes temporalidades y espacialidades.
En otras palabras, la estrategia implica el ejercicio de "cartografiar" el objeto de estudio, estableciendo las conexiones necesarias con la trama socio-histórica que le otorga sentido. Para Jesús Martín Barbero (2004), este ejercicio supone, en una línea cercana a la de Sapiro y también a la de Grossberg, tematizar las mediaciones que articulan dicho objeto con las dinámicas sociales. En los términos de Renato Ortiz (2004), el investigador social así concebido debe restringir las pretensiones de universalidad y proponer interpretaciones

que estén sujetas a sus realidades concretas. Tales compromisos epistemológicos se pueden rastrear, de hecho, en la labor de Birmingham.

A la luz de estas perspectivas, se diseñó un plan de trabajo empírico organizado en etapas que encuentran correspondencia con los objetivos planteados. En cada una de estas etapas se implementarán distintas técnicas, que se detallan a continuación. En primera instancia, con intención de explorar el campo y delimitar el objeto –identificar y tipificar proyectos y prácticas editoriales para poner el foco en aquellos considerados significativos para la investigación–, se utilizará la técnica conocida como análisis documental. El corpus se construirá con artículos publicados en versiones digitales de periódicos o revistas de alcance local y nacional, y el acervo de información contenido en sitios web, blogs y páginas de *Facebook* de las editoriales.

En un segundo momento, la tarea consistirá en describir y examinar las prácticas editoriales consideradas, y en función de este objetivo se implementarán varias técnicas en simultáneo. Una de ellas es la observación con registro de notas que llevaré a cabo en los espacios de intervención de las formaciones estudiadas. En paralelo, emprenderé también la lectura de publicaciones de las editoriales autogestionadas que integran colectivos o redes, para conocer con profundidad las colecciones, los géneros predominantes, los autores y sus trayectorias, y las materialidades de las producciones. Asimismo, se aplicarán cuestionarios semi-estructurados y auto-administrados dirigidos a los responsables de las editoriales. La observación, la lectura y la aplicación de los cuestionarios se complementarán con la realización de entrevistas a editores, considerados informantes clave para la investigación. La aplicación de esta técnica implicará el diseño de instrumentos acordes a los objetivos planteados, y permitirá identificar categorías de los actores para orientar y profundizar el análisis.

En una tercera etapa, con intención de contribuir a la reconstrucción del contexto histórico-político en el que se desenvuelven las prácticas editoriales que son objeto de estudio, procederé al análisis de material documental histórico y de fuentes estadísticas. A partir de estos materiales se buscará identificar y describir las dinámicas históricas ligadas a la producción y circulación de literatura en el país. Legislaciones, bibliografía específica, artículos en prensa e informes de las cámaras empresarias del rubro serán los principales insumos analizados.

Por último, a partir de la información relevada en el trabajo de campo, el análisis general permitirá describir y elaborar nuevo conocimiento sobre el fenómeno conceptualmente construido e hipotetizado. De esta manera intentaré arribar a una serie de interpretaciones que, sin pretensión de ser concluyentes, contribuirán a la comprensión de un conjunto de prácticas asociativas entre editoriales y las dinámicas históricas y políticas que las contienen.

Aportes y consideraciones finales

Si bien la intervención de las editoriales autogestionadas en el campo cultural no es nueva –han existido a lo largo del tiempo ligadas a vanguardias artísticas o políticas y en circuitos *underground*–, en la Argentina contemporánea estos actores se han multiplicado y han ganado visibilidad. Esta investigación se propone contribuir al reconocimiento de la participación de estos actores, y aportar una mirada a su propia reflexión sobre la actividad. Por lo tanto, se buscará identificar necesidades y potencialidades que pueden ser tomados en cuenta en el desarrollo de políticas culturales, tanto configuradas en el

orden institucional como articuladas en las prácticas de disputa material y simbólica de estos actores.

Bibliografía

Astutti, A. y Contreras, S. (2001). Editoriales independientes, pequeñas… Micropolíticas culturales en la literatura argentina actual. En *Iberoamericana*, Vol. LXVII, Núm. 197, pp. 767-780.

Botto, M. (2014). 1990-2010. Concentración, polarización y después. En De Diego, J. L. (dir.). *Editores y políticas editoriales en Argentina (1880-2010)*, segunda edición. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica, pp. 219-269.

Danieli, A. (2006). Edición independiente: estrategias para la diversidad. En Moneta J. C. (ed.). *El jardín de los senderos que se encuentran: políticas públicas y diversidad cultural en el Mercosur.* Montevideo: UNESCO, pp. 129-136.

Gago, V. (2014). *La razón neoliberal. Economías barrocas y pragmática popular*. Buenos Aires: Tinta Limón.

Grossberg, L. (2012). El corazón de los estudios culturales. En *Estudios culturales en tiempo futuro. Cómo es el trabajo intelectual que requiere el mundo de hoy*. Buenos Aires: Siglo XXI, pp. 21-75.

Laddaga, R. (2008). Otras escenas de literatura. Sobre las letras argentinas en tiempos recientes. En *Iberoamericana*, Vol. VIII, Núm. 29, pp. 157-170.

Laddaga, R. (2006). *Estética de la emergencia. La formación de otra cultura de las artes*. Buenos Aires: Adriana Hidalgo.

Latour, B. (2008). *Reensamblar lo social: Una introducción a la teoría del actor-red*. Buenos Aires: Manantial.

Manzoni, C. (2001). ¿Editoriales pequeñas o pequeñas editoriales?. En *Iberoamericana*, Vol. LXVII, Núm. 197, pp. 781-793.

Martín Barbero, J. (2010). *De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía*. Barcelona: Anthropos.

Martín Barbero, J. (2004). "Introducción. Aventuras de un cartógrafo mestizo". En *Oficio de cartógrafo. Travesías latinoamericanas de la comunicación en la cultura*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica, pp. 9-41.

Moscardi, M. (2015). La editorial como máquina crítica. Siesta en la poesía de los noventa. En *Estudios de Teoría Literaria*, Facultad de Humanidades de la UNMDP, Año 4, Núm. 7, pp. 35-44.

Moscardi, M. (2013). La edición como límite de la literatura. Aproximaciones al catálogo de Belleza y Felicidad. En *Papeles de investigación*, Revista del Centro de Investigaciones Teórico-Literarias de la UNL, pp. 37-69.

Ortiz, R. (2004). *Taquigrafiando lo social*. Buenos Aires: Siglo XXI.

Ruffel, L. (2015). Los espacios públicos de la literatura contemporánea. En *Cuadernos Lírico*, Núm. 13. Traducción de Florencia Justo. [En línea] http://lirico.revues.org/2112

Sapiro, G. (2016). *La sociología de la literatura*. Traducción de Laura Fólica. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.

Vanoli, H. (2009). Pequeñas editoriales y transformaciones en la cultura literaria argentina. En *Apuntes de investigación del CECYP*, Núm. 15, pp. 161-185.

Williams, R. (1981). *Sociología de la cultura.* Barcelona: Paidós.

Williams, R. (1980). *Marxismo y literatura*. Barcelona: Península.

Yúdice, G. (2002). *El recurso de la cultura*. Traducción de Gabriela Ventureira. Barcelona: Gedisa.

Anexo

V Escuela de Verano de ALAIC
La investigación de la comunicación en América Latina
Miradas críticas a la información y la comunicación
Montevideo, 18 al 24 de marzo de 2018

La Escuela de Verano de ALAIC (EV-ALAIC) tiene como objetivo principal brindar apoyo a estudiantes de posgrado (maestría y doctorado) para el avance de sus trabajos de tesis, a través del diálogo con expertos nacionales e internacionales y con los otros estudiantes. También promueve el debate internacional e interdisciplinario en torno a los temas elegidos -que surgen de los intereses de los estudiantes- así como el intercambio y la cooperación entre estudiantes, docentes investigadores y programas de posgrado de las universidades participantes.

En esta ocasión participan 60 estudiantes de siete países latinoamericanos -que fueron seleccionados entre más de 150 postulantes-, más de 20 docentes nacionales y otros tantos extranjeros. En la mañana habrá paneles de discusión abiertos a cualquier interesado (aunque no participe del resto de las actividades de la Escuela). En la tardes habrá trabajos individuales de los estudiantes y talleres de discusión de tesis organizados en cinco grupos que funcionarán toda la semana. Al cierre de cada día habrá actividades especiales que incluyen visitas a medios de comunicación y centros de investigación, así como espacios para el intercambio y la convivencia entre los participantes.

Luego de las actividades presenciales en Montevideo los estudiantes prepararán y enviarán un artículo sobre la temática de su proyecto de tesis, incorporando los aportes de la Escuela. Los trabajos serán evaluados por los docentes de la Escuela, que determinarán la aprobación o no de los mismos y la publicación de los que consideren tienen un nivel adecuado para ello. La Facultad de Información y Comunicación de la Universidad de la República (UdelaR) otorgará la certificación final.

PROGRAMA

DOMINGO 18
Llegada de los participantes a Montevideo, alojamiento.

LUNES 19
MAÑANA – 8.45 a 13 hs. - Aula Magna
8.45 Llegada de los participantes a la FIC, recepción

Apertura y bienvenida - 9 a 9.45 hs.
Gladys Ceretta - Decana de la Facultad de Información y Comunicación - UdelaR
Delia Crovi – Presidenta de ALAIC
Comité organizador de la V Escuela de Verano de ALAIC

Eje 1 - Economía / Políticas / Regulaciones / Gestión / Convergencia / Tecnologías
Coordina, comenta y debate: Federico Beltramelli (Uruguay)

1A - 9.45 a 11.15
Convergencia, acuerdos internacionales y tecnologías de comunicación
Guilherme Canela* (Brasil), Sivaldo Pereira (Brasil), Katherine Reilly[262] (Canadá)

1B - 11.30 a 13 hs.
Economía política, políticas de comunicación y regulaciones
Daniela Monje (Argentina), (Brasil), Fernando Oliveira Paulino (Brasil), Gustavo Buquet (Uruguay)

TARDE

14.30 a 15.30 hs. - Salón 410
Introducción a los Talleres de discusión de tesis: acuerdos generales de trabajo.

15.30 a 17 hs - Aulas del 2º y 4º piso
Talleres (5 grupos, uno por eje, que se mantienen toda la semana).
Conociéndonos: personas y tesis, objetos y preguntas. Comentarios iniciales de estudiantes y docentes. Organización del grupo: referentes/relatores, asignación de proyectos a cada estudiante para comentarios cruzados.

17.30 a 18.30 hs. - Biblioteca y sala de computación (2º piso)
Trabajo individual: preparación para el taller del martes.

18.30 a 19.15 hs. - Hall del Aula Magna
Presentación: Teatro del oprimido.

19.30 hs.
Encuentro de confraternización – Kalima (Durazno 1952 casi Jackson, a dos cuadras de la FIC)

MARTES 20

MAÑANA- 9 a 12. 30 hs. - Aula Magna

Eje 2 - Narrativas / Representaciones / Interactividad / Lenguajes / Cine / TV / Producción
Coordina, comenta y debate: Fernando Andacht (Uruguay)

2A – 9 a 10.30 - Cine y TV, narrativas y representaciones

[262] Participan a distancia

Gustavo Aprea (Argentina), Luis Dufuur (Uruguay)

2B – 11 a 12.30 hs. - Interactividad y nuevos formatos. Discurso, tecnología y poder
Eduardo Villanueva (Perú), Mauricio Olivera (Uruguay), Carlos del Valle* (Chile)

TARDE - 14 a 18 hs.

Talleres de discusión de tesis (5 grupos) 14 a 17.30 hs - Aulas del 2º y 4º piso
Los abordajes teóricos en el campo de la comunicación y las ciencias sociales. Enfoques y autores, su vinculación con los proyectos de tesis.

18 a 20 hs.
Visitas a medios de comunicación locales, en dos grupos con inscripción previa:
- TV Ciudad (canal público de Montevideo)
- FM El Puente (radio comunitaria)

MIERCOLES 21

MAÑANA - 9 a 12.30 hs. - Aula Magna

Eje 3 - Ciudadanía / Redes / Territorio/ Comunicación alternativa / Salud
Coordina, comenta y debate: Washington Uranga (Argentina)

3A 9 a 10.30 - Redes y ciudadanía
Susana Morales (Argentina), Delia Crovi* (México), Gustavo Cimadevilla (Argentina), Danilo Rothberg (Brasil)

3B 11 a 12.30 hs -Territorio y comunicación alternativa / Comunicación y salud
Eduardo Álvarez Pedrosian (Uruguay), Claudia Kenbel (Argentina), Siboney Moreira (Uruguay), Alicia García Dalmás (Uruguay)

TARDE - 14 a 18 hs.

Trabajo individual 14 a 15 hs. - Biblioteca y sala de computación (2º piso)
Preparación de taller de discusión de tesis.

Talleres de discusión de tesis 15 a 17.45 hs. (5 grupos) - Aulas del 2º y 4º piso
Los abordajes metodológicos en el campo de la comunicación y las ciencias sociales y su vinculación con los proyectos.

NOCHE 18 a 19.30 hs
Visita a Facultad de Ingeniería – UdelaR, en dos grupos

- Instituto de Computación
- Instituto de Ingeniería Eléctrica

JUEVES 22

MAÑANA 9 a 12.30 hs. - Hotel Embajador (San José 1212)

Eje 4 - Teorías / Modelos / Semiótica / Opinión pública / Estudios de recepción/ Estudios de medios
Coordina, comenta y debate Fernando González Perilli (Uruguay)

4A - 9 a 10.30 - Teorías y modelos de comunicación y semiótica
Ronald Téliz (Uruguay) Fernando Andacht (Uruguay), Pedro Russi (Uruguay-Brasil)

4B - 11 a 12.30 - Opinión pública, estudios de recepción y estudios de medios
Natalia Aruguete (Argentina), Silvio Waisbord* (Argentina -EEUU), José Fernández (Uruguay).

TARDE - 14 a 18 hs.

Trabajo individual 14 a 15 hs. - Biblioteca y sala de computación (2º piso)
Preparación de taller de discusión de tesis.

Talleres de discusión de tesis 15 a 18 hs. - Aulas del 2º y 4º piso
El conocimiento generado por las tesis, sus aportes y su trascendencia académica y social.

NOCHE - 18.30 a 20 hs – Salón 408
Intercambio con la Coalición por una Comunicación Democrática (Uruguay)

VIERNES 23

MAÑANA - 9 a 12.30 hs. - Aula Magna

Eje 5 - Ejercicio profesional / Prácticas / Periodismo
Coordina, comenta y debate: Gabriel Kaplún (Uruguay)

5A - 9 a 10.30 – Periodismo y periodistas; prácticas y campo profesional
Roselí Fígaro (Brasil), Natalia Uval (Uruguay), Washington Uranga (Argentina)

5B - 11 a 12.30 hs – Los “otros” profesionales de la comunicación

Daniel Ottado (Uruguay), Marianela Fernández (Uruguay), Martín Martínez (Uruguay) Liziane Guazina (Brasil)

TARDE - 14 a 18.30 hs.

Trabajo individual 14 a 15 hs. - Biblioteca y sala de computación (2º piso)
Preparación de taller de discusión de tesis.

Talleres de discusión de tesis 15 a 18 hs. - Aulas del 2º y 4º piso
Los proyectos en diálogo. Dificultades comunes, colaboraciones posibles.
Evaluación del taller y de la Escuela. Preparación de sesión de cierre.

Sesión de cierre 18.30 a 19.15 hs. - Salón 410
Relatores de los grupos y Comité Organizador

19.30 – Encuentro de confraternización y despedida - Kalima

SABADO 24 - 10 a 13 hs.

Caminata por Montevideo: una invitación a sumergirse en la ciudad
Coordina Eduardo Álvarez Pedrosian y equipo del Laboratorio Transdisciplinario de Etnografía Experimental (LabBTEE-FIC-UdelaR). Se requiere inscripción previa.

CONSIGNAS para el trabajo individual de preparación de los talleres

- Lunes: Describa en pocas palabras su objeto de estudio y la principal pregunta que busca responder con su tesis.
- Martes: Identifique tres autores clave para el avance de su proyecto. Fundamente su elección y pertinencia.
- Miércoles: Identifique su perspectiva metodológica. Fundamente su elección y pertinencia.
- Jueves: Identifique los aportes que su proyecto puede realizar en el ámbito académico y social.
- Viernes: identifique otros proyectos de los participantes que podrían dialogar con el suyo por sus afinidades temáticas, objetivos y/o la problematización que suponen.

Los resúmenes de los proyectos de investigación estarán a disposición de todos los participantes. Cada estudiante revisará con especial atención algunos de ellos -que se asignarán al comienzo de los talleres- para realizar comentarios y aportes a sus compañeros.

COORDINACIÓN DE TALLERES
Coordinadores locales / internacionales a lo largo de la semana,

+ Docentes invitados (algunos días).

1: Economía / Políticas / Regulaciones / Gestión / Convergencia / Tecnologías
Federico Beltramelli y Daniela Monje, con el apoyo de Gustavo Buquet
+ Sivaldo Pereira, Fernando Oliveira Paulino

2: Narrativas / Representaciones / Interactividad/ Lenguajes / Cine / TV / Producción
Fernando Andacht y Eduardo Villanueva
+ Gustavo Aprea, Luis Dufuur

3: Ciudadanía / Redes / Territorio/ Comunicación alternativa / Salud
Washington Uranga y Pedro Russi
+ Gustavo Cimadevilla, Claudia Kenbel

4: Teorías / Modelos / Semiótica / Opinión pública / Estudios de recepción/ Estudios de medios
Fernando González Perilli – Susana Morales
+ Natalia Aruguete

5: Ejercicio profesional / Prácticas / Periodismo
Gabriel Kaplún – Roselí Fígaro
+ Liziane Guazina y Danilo Rothberg

ORGANIZACIÓN Y APOYOS

Organizan: Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación (ALAIC), Facultad de Información y Comunicación - Universidad de la República, de Uruguay (FIC-UdelaR)
Comité organizador: Federico Beltramelli, Paulina Szafran, Eduardo Álvarez Pedrosian, Eduardo Alonso, Gabriel Kaplún (FIC-UdelaR), Fernando Oliveira Paulino (Universidad de Brasilia), Susana Morales (Universidad Nacional de Córdoba), Gustavo Cimadevilla (Universidad Nacional de Río Cuarto, Argentina).
Promueve la Red de universidades EV-ALAIC: Universidad de Brasília, Universidad Federal de Sergipe, Universidad Federal de Rio Grande do Norte, Universidad Estadual Paulista, Universidad Federal de Santa Catarina, Universidad Nacional de Córdoba, Universidad de Puerto Rico, Universidad Católica Andrés Bello (Venezuela), Universidad Andina Simón Bolívar (Bolivia), Universidad de la Frontera (Chile), Universidad de la República (Uruguay).
Apoyan: Universidad Autónoma de México, Universidad Autónoma de Aguascalientes (México), Universidad Nacional de Río Cuarto (Argentina), Intercom, SBPJor, Escola Nacional de Administração Pública (Brasil), Simon Fraser University, Université du Québec à Montréal (Canadá), UNESCO, UNICEF.

ISBN: 978-9974-0-1664-4

ALAIC
Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación

Facultad de Información y Comunicación

UNIVERSIDAD DE LA REPÚBLICA URUGUAY