

ANUARIO ININCO
Investigaciones de la Comunicación

ISSN: 0798-2992

Depósito legal: pp 198908df26

Publicación semestral

INSTITUTO DE INVESTIGACIONES DE LA COMUNICACIÓN
FACULTAD DE HUMANIDADES Y EDUCACIÓN
UNIVERSIDAD CENTRAL DE VENEZUELA

Avenida Neverí • Centro Comercial Los Chaguaramos • Piso 3 • Los Chaguaramos
Caracas-Venezuela • Apartado de Correos 47.339 • Caracas 1041-A • Venezuela

Telefax: (58-212) 693.00.77

e-mail: anuarioininco@gmail.com

carloseguzman@cantv.net

Premio «Monseñor Pellín»

XIII edición, 2002

UNIVERSIDAD CENTRAL
DE VENEZUELA

Rector
Cecilia García-Arocha

Vicerrector Académico
Nicolás Bianco

Vicerrector Administrativo
Bernardo Méndez

Secretario
Amalio Belmonte

FACULTAD DE HUMANIDADES
Y EDUCACIÓN

Decano
Vincenzo Piero Lo Monaco

Coordinadora Académica
Fabiola Vethencourt

Coordinador Administrativo
Eduardo Santoro

Coordinador de Postgrado
Vidal Sáez Sáez

Coordinadora de Investigación
Marina Polo

Coordinadora de Extensión
Hilayaly Valero

INSTITUTO DE INVESTIGACIONES DE LA COMUNICACIÓN (ININCO)

Director ININCO UCV
Director General de Publicaciones
Gustavo Hernández Díaz
gustavo797@cantv.net

Director Editor Anuario ININCO UCV
Carlos E. Guzmán Cárdenas
carloseguzman@cantv.net
cguzmancardenas@gmail.com

Observatorio ININCO de la Comunicación y la Cultura UCV

<http://observatorioinico.ning.com/>
<http://www.youtube.com/user/ininco>

Consejo Editorial

Morella Alvarado Miquilena, Carlos Colina Salazar
Carlos E. Guzmán Cárdenas, Bernardino Herrera León
María Fernanda Madriz, Luisa Torrealba Mesa

Pasantes

Nubia Sojo / Marling Martínez / Bárbara Fischer / Joselín Rodríguez
Juliangi Bianco / Rebeca Sotillo / Leidy D. Rivas / Yohan David Ávila

Traducción inglés, francés y portugués

Carlos E. Guzmán Cárdenas
Felitza Nava, felitzanava@gmail.com

ANUARIO ININCO

Investigaciones de la Comunicación

Integrante de la Red Iberoamericana
de Revistas de Comunicación y Cultura

1

Vol. 21 • 2009

INSTITUTO DE INVESTIGACIONES DE LA COMUNICACIÓN
FACULTAD DE HUMANIDADES Y EDUCACIÓN
UNIVERSIDAD CENTRAL DE VENEZUELA

Caracas, junio 2009

ANUARIO ININCO/INVESTIGACIONES DE LA COMUNICACIÓN

Instituto de Investigaciones de la Comunicación

Facultad de Humanidades y Educación

Universidad Central de Venezuela

Editor responsable Anuario ININCO, UCV: Carlos Enrique Guzmán Cárdenas

Diagramación y montaje: Dora Nicholls de García - Carlos Pérez Cárdenas

Depósito legal: pp 198908DF26

ISSN: 0798-2992

@ININCO 2009

El primer propósito de esta publicación es dar testimonio de las investigaciones que se realizan en el Instituto de Investigaciones de la Comunicación (ININCO). Siempre con la intención de contribuir con la reflexión fecunda sobre nuestra sociedad venezolana, el Anuario Ininco/Investigaciones de la Comunicación acoge también las contribuciones de colegas nacionales y extranjeros. Al llenar un vacío en la discusión de las complejas relaciones entre Comunicación, Cultura y Sociedad, encuentra sus lectores en todos los interesados en orientarse ante la marcada presencia de los medios en nuestra vida social.

UCV. Facultad de Humanidades y Educación. ININCO
Anuario ININCO: investigaciones de la comunicación /
UCV, FHE, ININCO . — Caracas: ININCO, 2009
22 cm.; il; tablas; p. 292 — (anuario ININCO, 1, Vol. 21)
ISSN: 0798-2992

I.título II. UCV III. FHE IV. ININCO
1.comunicación social 2.investigaciones-comunicación.

Tiraje: 500 ejemplares

Papel: Bond 20

El Anuario Ininco/Investigaciones de la Comunicación está indizado

- Con la sigla AnIn en la Bibliografía Generale della Lingua e Letteratura Italiana (BIGLLI)
- Como ANUARIO ININCO en la Red de Información Socio-Económica REDINSE
- Índices Acumulados 1980/2006 (indización ININCO)
- Como ANUARIO ININCO en el Sistema Regional de Información en línea para Revistas Científicas de América Latina, El Caribe, España y Portugal LATINDEX
- Como ANUARIO ININCO en la Biblioteca Digital de la Organización de Estados Iberoamericanos (OEI)

Forma parte del registro de publicaciones científicas del Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Tecnológicas. Esta revista está incluida en la colección Scielo Venezuela (www.scielo.org.ve)

Publicación financiada principalmente por el Fondo Nacional de Ciencia, Tecnología e Innovación (FONACIT) y el Consejo de Desarrollo Científico y Humanístico (CDCH) de la UCV.

Web site: www.ucv.ve/humanidades/fhe2005/institutos/ininco/index.htm

Web site: www.2.bvs.org.ve/scielo.prp

El Anuario ININCO/Investigaciones de la Comunicación no suscribe, necesariamente, las opiniones emitidas por los autores. Los textos publicados son arbitrados.

COMITÉ CIENTÍFICO INTERNACIONAL

En orden alfabético, por apellidos y país

ALFREDO ALFONSO. Secretario General Universidad Nacional de Quilmes UNQ. **Argentina.**

GUSTAVO CIMADEVILLA. Departamento de Ciencias de la Comunicación. Universidad Nacional de Río Cuarto UNRC. Coordinador Grupo Comunicación, Tecnología y Desarrollo ALAIC. **Argentina.**

SUSANA FINQUELIEVICH. Programa de Investigaciones sobre la Sociedad de la Información. Instituto de Investigaciones Gino Germani. Facultad de Ciencias Sociales. Universidad de Buenos Aires UBA. **Argentina.**

ANÍBAL FORD. Universidad de Buenos Aires UBA. **Argentina.**

OCTAVIO GETINO. Observatorio Industrias Culturales (OIC). **Argentina.**

EDWIN R. HARVEY. Cátedra UNESCO de Derechos Culturales, Universidad de Palermo. **Argentina.**

GUILLERMO NÉSTOR MASTRINI. Facultad de Ciencias Sociales. Ciencias de la Comunicación. Cátedra de Políticas y Planificación de la Comunicación. Universidad de Buenos Aires UBA. **Argentina.**

HÉCTOR SCHARGORODSKY. Director Observatorio Cultural de la Facultad de Ciencias Económicas. Universidad de Buenos Aires UBA. **Argentina.**

IEN ANG. Instituto de la Investigación Cultural (Centre for Cultural Research. CCR). Universidad de Western Sydney. **Australia.**

JOHN HARTLEY. ARC Centre of Excellence in Creative Industries and Innovation. Universidad Tecnológica de Queensland. **Australia.**

JOHN SINCLAIR. Facultad de Artes, The Australian Centre. Universidad de Melbourne UNIMELB. **Australia.**

LUIS RAMIRO BELTRÁN SALMÓN. **Bolivia.**

MARCELO GUARDIA CRESPO. Departamento de Ciencias de la Comunicación Social. Universidad Católica Boliviana San Pablo UCB. **Bolivia.**

ERICK R. TORRICO VILLANUEVA. Universidad Andina Simón Bolívar UASB. **Bolivia.**

JOSÉ TEIXEIRA COELHO NETTO. Observatorio de Políticas Culturales. Universidad de São Paulo. **Brasil.**

VALÉRIO CRUZ BRITTO. Universidad do Vale do Rio dos Sinos UNISINOS. Editor de la *Revista Eptic On Line*. **Brasil.**

JOSÉ MARQUES DE MELO. Director de la Cátedra UNESCO / UESP de Comunicación. Universidad Metodista de São Paulo. **Brasil.**

CESAR RICARDO SIQUEIRO BOLAÑO. Universidad Federal de Sergipe UFS. Presidente de ALAIC. Director de la *Revista Eptic On Line*. **Brasil.**

EDUARDO BARRETO VIANNA MEDITSCH. Universidad Federal de Santa Catarina UFSC. **Brasil.**

VINCENT MOSCO. Departamento de Sociología. Queen's University. **Canadá.**

JOSÉ JOAQUÍN BRUNNER REID. Director Centro de Políticas Comparadas de Educación, Universidad Diego Portales UDP. **Chile.**

VALERIO FUENZALIDA FERNÁNDEZ. Pontificia Universidad Católica de Chile (PUC). Facultad de Comunicaciones. **Chile.**

GUILLERMO SUNKEL. Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad de Chile. **Chile.**

ANDRÉS DARÍO CALLE NOREÑA. Director *Revista Escribanía*. Universidad de Manizales. **Colombia.**

JESÚS MARTÍN BARBERO. **Colombia.**

ANCÍZAR NARVÁEZ MONTOYA. Universidad Pedagógica. **Colombia.**

CÉSAR AUGUSTO ROCHA TORRES. Facultad de Ciencias de la Comunicación. Universidad Minuto de Dios, UNIMINUTO. **Colombia.**

JOSÉ IGNACIO AGUADEZ GÓMEZ. Universidad de Huelva. **España.**

LLUÍS BONET I AGUSTÍ. Departamento de Economía. Universidad de Barcelona UB. **España.**

LUIS ALFONSO ALBORNOZ. Presidente de ULEPICC. Departamento de Periodismo y Comunicación Audiovisual. Universidad Carlos III de Madrid. **España.**

SALVADOR CARRASCO ARROYO. Facultad de Economía. Universidad de Valencia UV. **España.**

VICTOR FERNÁNDEZ BLANCO. Departamento de Economía. Universidad de Oviedo UNIOVI. **España.**

LUIS CÉSAR HERRERO PRIETO. Departamento de Economía Aplicada. E.U. Estudios Empresariales. Universidad de Valladolid UVA. **España.**

+ DANIEL E. JONES (1950-2007). Facultad de Ciencias de la Comunicación. Universidad Ramón Llull. **España.**

BLANCA MUÑOZ LÓPEZ. Departamento de Ciencia Política y Sociología. Universidad Carlos III de Madrid. **España.**

MARÍA DEL MAR RAMÍREZ ALVARADO. Facultad de Comunicación. Universidad de Sevilla. **España.**

ANA SEGOVIA. Facultad de Ciencias de la Información. Departamento de Periodismo III. Universidad Complutense de Madrid UCM. **España.**

FRANCISCO SIERRA CABALLERO. Director del Grupo Interdisciplinario de Estudios en Comunicación, Política y Cambio Social (COMPOLÍTICAS). Universidad de Sevilla. **España.**

JUSTO VILLAFANE GALLEGO. Departamento de Comunicación Audiovisual y Publicidad I (CAVP1) Universidad Complutense de Madrid UCM. **España.**

VINCENT DUBOIS. Instituto de Estudios Políticos. Grupo de Sociología Política Europea-PRISME (CNRS UMR 7012). **Francia.**

BERNARD MIÈGE. Institut de la Communication et des Médias. GRESEC. Universidad Stendhal Grenoble 3. **Francia.**

LUCA DAL POZZOLO. Observatorio Cultural del Piemonte. **Italia.**

CLAUDIA PADOVANI. Departamento de Estudios Históricos y Políticos. Universidad de Padova. **Italia.**

MICHELE TRIMARCHI. Association for Cultural Economics International ACEI. *Economia della Cultura. Revista de la Asociación por la Economía de la Cultura.* IULM Universidad de Milán. **Italia.**

DELIA CROVI DRUETTA. Facultad de Ciencias Políticas y Sociales. Universidad Nacional Autónoma de México UNAM. Coordinadora del Grupo Comunicación y Educación de ALAIC. **México.**

RAÚL FUENTES NAVARRO. Departamento de Estudios Socioculturales. ITESO. **México.**

OCTAVIO ISLAS CARMONA. Cátedra de Investigación en Comunicación Estratégica y Cibercultura. Tecnológico de Monterrey, Campus Estado de México. **México.**

GUILLERMO OROZCO. Universidad de Guadalajara UDG. **México.**

ERNESTO PIEDRAS FERIA. Director general *The Competitive Intelligence Unit.* **México.**

ROSANNA REGUILLO CRUZ. Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Occidente ITESO. **México.**

ENRIQUE E. SÁNCHEZ RUIZ. Departamento de Estudios de la Comunicación Social. Universidad de Guadalajara UDG. **México.**

RAÚL TREJO DELARBRE. Instituto de Investigaciones Sociales de la UNAM. **México.**

HELENA SOUSA. Centro de Estudios de Comunicación y Sociedad. Universidad de Minho UMINHO. Asociación Internacional de Estudios de Comunicación Social (AIECS-IAMCR). **Portugal.**

BEATRIZ GARCÍA GARCÍA. School of Sociology and Social Policy. University of Liverpool. **Reino Unido.**

WILLIAM GLADE. Departamento de Economía. Universidad de Texas en Austin. **USA.**

TOBY MILLER. Universidad de California, Riverside UCR. **USA.**

JANET WASKO. Escuela de Periodismo y Comunicación. Universidad de Oregon UO. Asociación Internacional de Estudios de Comunicación Social (AIECS-IAMCR). **USA.**

GEORGE YÚDICE. Department of Modern Languages and Literatures. Universidad de Miami. **USA.**

HUGO ACHUGAR. Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación. Departamento de Literatura Uruguaya y Latinoamericana. Universidad de la República. **Uruguay.**

SANDRA RAPETTI LOCANTO. Universidad de la República. **Uruguay.**

+ LUIS STOLOVICH (1948-2006). Universidad de la República. **Uruguay.**

JESÚS MARÍA AGUIRRE. Facultad de Humanidades. Escuela de Comunicación Social. Universidad Católica Andrés Bello UCAB. **Venezuela.**

CARLOS ARCILA CALDERÓN. Escuela de Comunicación Social. Universidad de Los Andes ULA. **Venezuela.**

RAFAEL ARRAIZ LUCCA. Universidad Metropolitana UNIMET. Miembro de la Academia de la Lengua Venezolana como Individuo de Número. **Venezuela.**

MARCELINO BISBAL. Facultad de Humanidades y Educación. Escuela de Comunicación Social. Universidad Central de Venezuela UCV. **Venezuela.**

ANDRÉS CAÑIZALEZ. Universidad Católica Andrés Bello UCAB. CIC. Director *Revista Comunicación.* **Venezuela.**

DAVID DE LOS REYES. Facultad de Humanidades y Educación. Universidad Central de Venezuela UCV. **Venezuela.**

ENRIQUE ALÍ GONZÁLEZ ORDOSGOITTI. Facultad de Humanidades y Educación. Universidad Central de Venezuela UCV. **Venezuela.**

MORAIMA GUANIPA. Facultad de Humanidades y Educación. Escuela de Comunicación Social. Universidad Central de Venezuela UCV. **Venezuela.**

CARLOS ENRIQUE GUZMÁN CÁRDENAS. Innovarium Inteligencia del Entorno. Observatorio Cultural y Comunicacional de Venezuela. Universidad Central de Venezuela UCV. **Venezuela.**

TULIO HERNÁNDEZ CÁRDENAS. Universidad Central de Venezuela UCV. **Venezuela.**

OSCAR LUCIEN REYES. Facultad de Humanidades y Educación. Instituto de Investigaciones de la Comunicación ININCO-UCV. Universidad Central de Venezuela UCV. **Venezuela.**

MIREYA LOZADA. Facultad de Humanidades y Educación. Instituto de Psicología. Universidad Central de Venezuela UCV. **Venezuela.**

MARITZA MONTERO. Facultad de Humanidades y Educación. Instituto de Psicología. Universidad Central de Venezuela UCV. **Venezuela.**

ANTONIO PASQUALI. Facultad de Humanidades y Educación. Instituto de Investigaciones de la Comunicación ININCO-UCV. Universidad Central de Venezuela UCV. **Venezuela.**

MARÍA EUGENIA PEÑA DE ARIAS. Facultad de Ciencias de la Comunicación e Información. Escuela de Comunicación Social. Universidad Monteávila. **Venezuela.**

MIGDALIA PINEDA DE ALCÁZAR. Facultad de Humanidades. Universidad del Zulia LUZ. **Venezuela.**

MAX RÖMER PIERETTI. Facultad de Humanidades. Escuela de Comunicación Social. Universidad Católica Andrés Bello UCAB. **Venezuela.**

ELIZABETH SAFAR GANAHL. Facultad de Humanidades y Educación. Instituto de Investigaciones de la Comunicación ININCO-UCV. Universidad Central de Venezuela UCV. **Venezuela.**

LEOPOLDO TABLANTE. Universidad Católica Andrés Bello UCAB. CIC. **Venezuela.**

Contenido / Content

Editorial / Leading Article

La Comunicación: un objeto siempre en construcción <i>The communication: an object always in construction</i> CARLOS ENRIQUE GUZMÁN CÁRDENAS	11
--	----

Tema Central / Main Topic

TEORÍA Y METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN EN COMUNICACIÓN Theory and Methodology of the Investigation in Communication

El campo académico de la comunicación: 25 años de fermentación <i>The academic field of the communication: 25 years of fermentation</i> RAÚL FUENTES NAVARRO	23
Ciudadanía y observación mediática: entre lo público y lo privado en el panorama de las comunicaciones venezolanas <i>Citizenship and media observation: between the public and private aspects of the Venezuelan communications context</i> MIGDALIA PINEDA DE ALCÁZAR	43
La comunicación poshumana. Implicaciones de la ontología cyborg <i>Post human communication. Implications of the cyborg ontology</i> CARLOS EDUARDO COLINA SALAZAR	57
Una aproximación a las interrelaciones Educación Comunicación y Medios <i>An approach to the interrelations Education Communication and Media outlets</i> MORELLA DEL CARMEN ALVARADO MIQUILENA	79

POLÍTICAS CULTURALES, GLOBALIZACIÓN E INDUSTRIAS CULTURALES Cultural policies, globalisation and cultural industries

Identidades culturales, globalización y conjunción de mercados culturales <i>Cultural identities, globalization and conjunction of cultural markets</i> ALEJANDRO OROPEZA GONZÁLEZ	99
--	----

Explorando las Industrias creativas, de la experiencia y culturales <i>Exploring the creative, of experience and cultural industries</i>	
CARLOS ENRIQUE GUZMÁN CÁRDENAS	117

DISCURSO Y COMUNICACIÓN
Discourse and Communication

La violencia en medios de comunicación impresos. Un estudio preliminar <i>Violence in print media. A preliminary research</i>	
ZAIDA MÁRQUEZ VIZCAYA y ANTONIO HERNÁNDEZ MENDO	177
Análisis de la construcción discursiva presente en los artículos de opinión de la prensa venezolana tras las elecciones presidenciales de 2006 <i>Analysis of the discursive construction in opinion articles released by the Venezuelan press after the presidential elections in 2006</i>	
GIANNINA OLIVIERI PACHECO	193

HISTORIA SOCIAL DE LA INFORMACIÓN, DEL SABER Y EL CONOCIMIENTO
Social History of the Information, of Knowledge and the Knowledgesm

De lectores de textos nuevos y de siempre. En la historia de la lectura de Occidente y en un contexto local <i>Readers of new and classic texts in the history of the western reading and in a local context</i>	
ANDRÉS CALLE NOREÑA	217

ECONOMÍA POLÍTICA DE LA COMUNICACIÓN
Political economy of the communication

Digitalizaçãõ, mídia e política: a redefiniçãõ dos sentidos <i>Digitalization, media outlets and politics: redefining the senses</i>	
VALÉRIO CRUZ BRITTO / MARCIA TURCHIELLO ANDRES	263
Normas para la presentación de originales / Norms for the presentation of original...	285
Normas de Arbitraje / Arbitration rules	287

Editorial / Leading Article

La comunicación: un objeto siempre en construcción

The communication: an object always in construction

...la comunicación es una de las mediaciones constitutivas del mundo humano y social, en tanto éstos se constituyen culturalmente a través de la producción de formas simbólicas y representaciones, en procesos sociales abiertos y articulados por las prácticas y relaciones del sujeto social. Desde esta perspectiva, la comunicación es estudiada como un objeto complejo, siempre abierto a su propio desarrollo, en tránsito hacia nuevas realidades en tanto ha llegado a ser el principal factor condicionante de las prácticas socioculturales, la construcción de los imaginarios sociales, los patrones de consumo y la percepción y construcción de la realidad, así como de la naturaleza de la acción política, los espacios en que ésta se desarrolla y las formas de ejercicio de la democracia (Elizabeth Safar, Proyecto Maestría de Comunicación Social ININCO-UCV, 2002: 9).



Desde su fundación en 1974, el Instituto de Investigaciones de la Comunicación (ININCO) de la Facultad de Humanidades y Educación de la Universidad Central de Venezuela, ha tenido entre sus objetivos fundamentales profundizar la exploración en diversos campos del saber asociados a la comunicación a partir de las diversas líneas de investigación que viene desarrollando en los últimos tiempos; pero siempre desde la perspectiva de su relación con las prácticas sociales y comunicacionales, y estas mismas asumidas como **un objeto siempre en construcción**, que se constituye en procesos abiertos, dinámicos y cambiantes (Elizabeth Safar. Proyecto Maestría de Comunicación Social ININCO-UCV, 2002: 10).

Una línea de investigación viene a ser «...el espacio donde se realiza la articulación de la investigación, la docencia y la extensión a través de actividades que se programan en un amplio abanico que incluye el desarrollo de proyectos de investigación, preparación de seminarios y asignaturas, elaboración de ponencias

y avances de investigación para congresos nacionales e internacionales, formación de investigadores, tutorías a estudiantes de pre y postgrado, publicaciones, desarrollo de convenios de cooperación, formación de redes de investigadores, conferencia y asesorías, entre otros» (Elizabeth Safar, abril de 2001, mimeo).

*Y esta definición nos lleva de vuelta al problema de la urgencia de **nuevos enfoques y abordajes teóricos, epistémicos y metodológicos** –entendido como teoría del método y no como simples técnicas o procedimientos–, tanto más importantes por el carácter de centro de investigaciones de nuestra institución. En este contexto, hoy más que nunca resulta una perentoria necesidad impulsar la investigación científica, amplia y fecunda, que garantice la producción de nuevos conocimientos capaces no sólo de explicar las nuevas realidades, sino también de incidir en ellas. Además de la importancia que la comunicación social tiene en lo que pudiera delimitarse como objeto de su propio campo disciplinar, la comunicación ha venido adquiriendo una influencia creciente como fundamento de disciplinas humanistas, sociales, políticas y económicas. Puede afirmarse que no hay cambio importante en la situación actual, ni proyección de transformación a futuro que no esté determinada, de alguna manera, por el mundo de la comunicación social.*

Este enfoque, si bien plantea complejos problemas teóricos, epistémicos y metodológicos en cuanto a la delimitación y definición del objeto disciplinar de la comunicación –nos señala la investigadora venezolana y ex directora del ININCO, Elizabeth Safar–, si es que tal objeto existe, y obliga a un tratamiento inter, multi y transdisciplinario, resulta mucho más enriquecedor y plantea un serio reto en la investigación y enseñanza de la comunicación que debe cuidar, no obstante, de caer en reduccionismos de todo tipo, especialmente de no reducir todo a la comunicación mediante el expediente de una simple generalización que obvia la diferenciación de diversos campos disciplinares (Proyecto Maestría de Comunicación Social ININCO-UCV, 2002: 9).

*Particularmente en los últimos tiempos, el estudio, investigación y enseñanza de la comunicación ha quedado reducida en buena parte a la problemática de los medios y las técnicas, dejando de lado el hecho de que **la comunicación es una mediación social que se constituye en el espacio de las prácticas sociales** (Elizabeth Safar. Proyecto Maestría de Comunicación Social ININCO-UCV, 2002: 11). Las posibilidades de recuperación de la tradición crítica en la investiga-*

ción y enseñanza de la comunicación en América Latina, imponen abordarla desde su más profunda dimensión humana, a partir de enfoques inter y transdisciplinarios y desde matrices epistémicas pluriparadigmáticas.

Al respecto nos dirá la profesora Elizabeth Safar lo siguiente (2002:10-11):

Se plantea en definitiva, asumir la comunicación como proceso social y cultural abierto, siempre en movimiento y transformación, como productor de formas simbólicas y significaciones sociales que dan vida a la propia actividad del sujeto social y que, por tanto, se convierte en mediación fundamental para la comprensión de sus prácticas y sus relaciones sociales.

Lo anterior no niega la necesidad de estudiar las dimensiones técnicas que, derivadas de la comunicación como práctica social, juegan hoy papel importante en la constitución de la sociedad actual. Lo que se cuestiona es el reduccionismo tecnocrático y mediático.

Desde este punto de vista es de destacar la fortaleza que significa para el ININCO-UCV el hecho de que éste descansa sobre el desarrollo de líneas de investigación, y que éstas, a su vez, por un lado,



atiendan algunos de los problemas más importantes que plantea la actual sociedad en materia comunicacional y, por otro lado, obedezcan a una clara definición y articulación de sus fundamentos teóricos, epistémicos, metódicos y metodológicos. Este es un aspecto cardinal que es necesario destacar.

*Las dificultades de la enseñanza e investigación de la comunicación, tanto en Venezuela como en América Latina, están íntimamente relacionadas con el insuficiente dominio de las teorías de la comunicación, el desconocimiento de la historia del campo disciplinar de la comunicación, la ausencia de reflexión epistemológica, el inadecuado manejo de los problemas metodológicos y, fundamentalmente y como consecuencia de lo anterior, una ausencia de enfoques humanistas y críticos de la comunicación. Estos aspectos explican por sí mismos la inclusión de la «**Teoría y Metodología de la Investigación en Comunicación**» como tema central en esta edición del Anuario ININCO.*

**INSTITUTO DE INVESTIGACIONES DE LA COMUNICACIÓN (ININCO-UCV)
LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN¹**

Línea de investigación	Coordinadores / responsables
Alternativas comunicacionales Investigación y praxis	Dra. María Fernanda Madriz Lic. Adriana Carolina Arias Simonovis
Comunicación Empresarial y Publicitaria	Mgs. Carlos Enrique Guzmán Cárdenas Mgs. Bernardino Herrera León
Comunicación, Culturas Urbanas y Ciudadanía	Mgs. Carlos Guzmán Cárdenas
Comunicación Política, Políticas de Comunicación y Derechos de Información	Dra. Elizabeth Safar Mgs. Luisa Torrealba Mesa
Consumos Culturales y Medios de Comunicación	Mgs. Carlos Guzmán Cárdenas
Discurso y comunicación	Dra. María Fernanda Madriz Lic. Adriana Carolina Arias Simonovis
Educación, Comunicación y Medios	Dr. Gustavo Hernández Díaz Mgs. Morella Alvarado Miquilena Lic. Gabriela Villarroel
Estudios de Recepción y Audiencia	Dr. Gustavo Hernández Díaz Mgs. Morella Alvarado Miquilena
Filosofía de la Comunicación	Dr. David de los Reyes
Historia Social de la Información, del saber y el conocimiento	Mgs. Bernardino Herrera León
Periodismo e información cultural	Mgs. Moraima Guanipa
Semiología de la imagen y estética de la comunicación	Dra. María del Mar Ramírez Alvarado Mgs. Humberto Valdívieso
Sociedad de la Información, Política y Economía de la Comunicación y la Cultura	Mgs. Carlos Enrique Guzmán Cárdenas
Tecnologías de la Información y la Comunicación, Sociedad y Cultura	Mgs. Carlos Eduardo Colina Salazar
Teoría y Metodología de la Investigación en Comunicación	Mgs. Bernardino Herrera León Mgs. Carlos Guzmán Cárdenas Mgs. Carlos Eduardo Colina Salazar Dr. Gustavo Hernández Díaz Dr. David de los Reyes
Tratamientos y Géneros periodísticos Periodismo y política	Mgs. Mariela Torrealba

¹ «...espacio que articula de manera armoniosa e integral las actividades que desarrolla un investigador-docente, o un grupo de investigadores-docentes, orientadas a dar cumplimiento a las funciones universitarias primordiales de investigación, docencia y extensión, en un campo disciplinario, o multidisciplinario, en el cual se actúa de manera sistemática para producir conocimientos destinados a incidir e impactar el propio campo de conocimientos y ofrecer respuestas encaminadas a transformar la realidad histórico-social» (Elizabeth Safar, abril de 2001, mimeo).

*En tal sentido, el número 1 del Volumen 21 del Anuario ININCO / Investigaciones de la Comunicación fue pensado tomando en consideración la **complejidad de la comunicación social como objeto de estudio y los grandes cambios que se están operando en el ámbito de la disciplina**, los cuales sólo pueden ser analizados correctamente desde las diversas matrices epistémicas y diversos enfoques teóricos; el carácter multi, inter y transdisciplinario que se viene adoptando en la investigación de la comunicación; la creciente preocupación sobre los abordajes teóricos y metodológicos de la investigación y la enseñanza de la comunicación en América Latina, entre otros factores.*

*Para ello solicitamos la colaboración muy especial del investigador mexicano, Doctor en Ciencias Sociales y Magíster en Comunicación, Raúl Fuentes Navarro, profesor-investigador en el Departamento de Estudios Socioculturales del ITESO y miembro regular de la Academia Mexicana de Ciencias, así como integrante del Comité Científico Internacional del Anuario Ininco / Investigaciones de la Comunicación; autor de varios libros y publicaciones académicas sobre el campo académico de la comunicación, la enseñanza y la investigación de la comunicación en América Latina, cuyo libro más reciente **La comunicación desde una perspectiva sociocultural. Acercamientos y provocaciones 1997-2007** (ITESO, Guadalajara, 2008), responde algunas de las inquietudes planteadas en esta editorial. Fuentes Navarro, parte de la idea central de que:*



Conforme ha ido creciendo, a lo largo de las décadas, el reconocimiento de la importancia social (económica, política, cultural) de algunos factores «comunicacionales» en la constitución estructural y cotidiana de la «realidad», la capacidad de las instancias especializadas en la generación de conocimiento científico sobre la «comunicación» para legitimar socialmente sus aportes disminuye relativamente. Los avances, indudables, en la institucionalización y la profesionalización del campo académico de la comunicación, son cada vez más insuficientes con respecto a la «evolución» de su objeto, a su comprensión y orientación. La autonomía del campo, en términos de Bourdieu (2003), decrece y el «monopolio de la autoridad científica» sobre la comunicación se disputa sobre todo entre otros agentes, externos al propio campo académico.

Así nos indicará que los debates «epistemológicos» sobre la constitución transdisciplinaria de estos estudios, cada vez más relevantes –aparentemente– en todo el

mundo, requieren al mismo tiempo mayor atención que la que se les ha dedicado hasta ahora, y mejor consideración de sus implicaciones prácticas, quizá desde una renovada perspectiva de análisis de la **geopolítica del conocimiento**. De igual modo, convocamos a la doctora en Ciencias de la Información Migdalia Pineda de Alcázar, investigadora venezolana de la Universidad del Zulia (LUZ) y miembro del Comité Científico Internacional del Anuario Ininco / Investigaciones de la Comunicación. Destaca entre sus publicaciones **Las Ciencias de la Comunicación a la luz del siglo XXI** (EDILUZ, 2004), referencia obligatoria en Venezuela para acercarse al tema de las diversas corrientes teóricas y epistemológicas que sirven de fundamento a las teorías de la comunicación, partiendo de un claro enfoque categorial, una correcta relación entre teoría, epistemología, metódica y metodología, un abordaje inter y transdisciplinario y el reconocimiento del carácter pluriparadigmático de las ciencias humanas. En esta oportunidad la doctora Pineda de Alcázar analiza el papel de la **Observación Mediática**, señalando que podría tener a futuro una permanencia más sólida si los estudios que se producen estuvieran acompañados de análisis de contexto y de prospectiva con los escenarios a corto y largo plazo.

Por su parte, el sociólogo Mgs. Carlos Eduardo Colina Salazar, docente e investigador del ININCO-UCV, coordinador de la línea «**Tecnologías de la Información y la Comunicación, Sociedad y Cultura**» aborda el objeto comunicacional de la **figura híbrida del cyborg en su multiplicidad fenoménica**, a partir de la filosofía de la tecnología, la historia de la ciencia y la tecnología, la antropología, la sociología, la semiótica y las teorías sobre las mediaciones comunicativas. Destaca el trabajo presentado por Morella del Carmen Alvarado Michilena, licenciada en Artes y Magíster en Multimedia Educativo, docente e investigadora del ININCO-UCV, así como coordinadora de la línea «**Educación, Comunicación y Medios**» quien nos introduce al tema de la **Educomunicación**, explorando los «...presupuestos teóricos sobre los que se ha fundamentado el trabajo de sus principales autores» y sobre todo, para avanzar en «...la categorización de los componentes de la diversidad de experiencias y propuestas que se generan bajo su rótulo».

Es substancial subrayar que esta edición, número uno del Volumen 21 del Anuario ININCO / Investigaciones de la Comunicación, también contempla otros artículos científicos, que si bien no fueron ubicados como tema central, dan cuenta

del debate teórico, epistémico y metodológico en otras áreas de la comunicación. Alejandro José Oropeza González, Doctor y Magíster en Ciencia Política, investigador cultural venezolano y autor del libro **«Política pública y demanda cultural en Venezuela»** (CENDES-UCV, 2005), realiza un análisis del impacto de la globalización en los procesos de reafirmación y generación evolutiva de las «Identidades culturales» a partir de lo que denomina **«conjunción de mercados culturales»**. Oropeza González señala que «la posibilidad de conjunción de mercados culturales, reafirma la importancia clave que posee la organización y, más aún, la circulación de bienes y servicios culturales. En la circulación más que en la producción, la cultura deviene en política».

El sociólogo Carlos Enrique Guzmán Cárdenas, candidato a Doctor en Humanidades y Magíster en Ciencias Administrativas, docente e investigador del ININCO-UCV, responsable de la línea **«Sociedad de la Información, Política, Economía de la Comunicación y la Cultura»** explora el surgimiento de los conceptos de **industrias creativas e industrias de la experiencia**, así como su debate teórico a nivel internacional dentro del contexto del desarrollo de una **economía creativa**. El avance de esta reciente economía sería producto del surgimiento de un nuevo paradigma tecno-económico de producción flexible (la sociedad del conocimiento), en oposición al viejo paradigma de producción en masa (la sociedad científico-técnica). La economía creativa responde entonces a un nuevo contexto socioeconómico que, ante la caída del potencial diferenciador de las manufacturas, incorporó a las nuevas tecnologías un contrapunto de identidad fundamental de carácter cultural y de entretenimiento. Al combinar creatividad y bienes, nace una nueva clase de productos conocidos como «bienes y servicios creativos», de los cuales, algunos creen, los «bienes y servicios culturales» constituyen un subgrupo conformado por productos de contenido artístico o cultural, además de creativo. Es así como surge la definición de las «industrias creativas y culturales» que las identifica, respectivamente, como industrias que producen bienes creativos y culturales.

En el campo del **análisis discursivo de la comunicación**, Zaida Márquez Vizcaya, Doctora en Investigación de Ciencias del Comportamiento, docente de la Universidad Centroccidental Lisandro Alvarado (UCLA-Barquisimeto), y Antonio Hernández Mendo, Doctor y Magíster en Psicología,



*catedrático titular de la Universidad de Málaga (UMA), describen el tratamiento dado por la prensa escrita venezolana a las noticias relacionadas con **violencia**, utilizando el **Análisis de contenido**, como técnica de investigación. Para efectuar este análisis, se desarrolló una herramienta ad hoc, esto es, un sistema de formato de campo, el cual permite realizar una observación indirecta, fragmentando el contenido de las noticias de la prensa escrita que relatan hechos violentos, y de esta manera describir el tratamiento que dan los medios impresos a las noticias sobre violencia. Los resultados indican que la prensa escrita otorga una excesiva importancia a los acontecimientos relacionados con la violencia, destacando los términos de **agresión verbal** y atribuyendo, como una de las causas que están incidiendo en la producción de la violencia, a los factores de carácter social. Por otra parte, Giannina Olivieri Pacheco, Magíster en Ciencia Política y Doctoranda en Educación, profesora e investigadora venezolana de la Universidad Metropolitana (UNIMET) y de la Universidad Católica Andrés Bello (UCAB), examina **la construcción discursiva de la actitud** en artículos de opinión publicados en la prensa nacional tras las elecciones presidenciales de 2006, según la **teoría de la valoración de White**. La investigación analiza y compara la construcción discursiva según la tendencia política de los articulistas, con la finalidad de conocer de qué manera se expresa cada uno de los grupos políticos de sí mismo y del otro. Con ello se pretende mostrar la polarización presente en los medios impresos venezolanos.*

*Un excelente trabajo presentamos en la línea de **Historia Social de la In-formación, del Saber y el Conocimiento**. Corresponde al docente e investigador colombiano de la lingüística y semiótica, Andrés Calle Noreña, Magíster en Filosofía; director de la Revista Escribanía y miembro del Comité Científico Internacional del Anuario Ininco / Investigaciones de la Comunicación. Calle Noreña hace un recorrido brillante de carácter epistemológico pasando por la filosofía, la semiótica, la neurología, hasta la sociología, a partir del libro «Historia de la lectura en el Mundo Occidental», para comprender **los sentidos de leer**, de los lectores, anteriores y de los actuales en la historia de la lectura local, haciendo énfasis en tres aspectos que considera relevantes: la sintaxis y la semántica en la oralidad y la literalidad; una caracterización de los lectores tradicionales y contemporáneos; y una disquisición sobre la brecha entre los productores y los productos de la literalidad.*

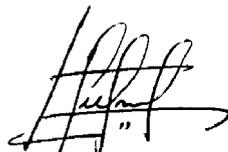
Como aporte al debate latinoamericano sobre la **Economía Política de la Comunicación** (EPC), divulgamos el estudio científico realizado por los investigadores brasileños Valério Cruz Brittos, Doctor en Comunicación y Cultura Contemporánea, profesor titular por la Universidad del Vale do Río dos Sinos (UNISINOS), miembro del Comité Científico Internacional del Anuario Ininco / Investigaciones de la Comunicación y Márcia Turchiello Andres, Magíster en Ciencias de la Comunicación. Dichos autores registran en sus análisis de las Tecnologías de Información y la Comunicación –TIC– que **nuevas perspectivas se manifiestan en el mercado brasileño de TV con la digitalización**, que deberá influenciar sus relaciones intra y extramídia, demandando un reordenamiento estratégico e inclusive impactando –nuevamente– el campo político. Gran parte de sus preocupaciones serán las relaciones asimétricas de poder que demarcan la producción, distribución y consumo comunicacionales.

Para concluir, destacamos la visita que hiciera **John Sinclair** –miembro del Comité Científico Internacional del Anuario ININCO–, reconocido investigador australiano sobre la **globalización de los medios**, en particular la publicidad y la TV, del Centro Australiano adscrito a la Escuela de Estudios Históricos de la Facultad de Artes de la Universidad de Melbourne (UNIMELB), al Instituto de Investigaciones de la Comunicación (ININCO-UCV) con motivo de la conmemoración de los veinte años de nuestra publicación y la creación de la **Cátedra Sociedad de la Información, Política y Economía de la Comunicación y la Cultura**, bajo la coordinación del sociólogo Mgs. Carlos Enrique Guzmán Cárdenas.



John Sinclair ofreció una conferencia central sobre el **estado actual de la globalización de los medios de comunicación**, con particular referencia a la industria de la publicidad, en sus aspectos políticos, económicos y culturales más anchos. Subrayamos nuestro agradecimiento hacia el **Consejo de Desarrollo Científico y Humanístico (CDCH) de la Universidad Central de Venezuela** y al **Fondo Nacional de Ciencia, Tecnología e Innovación (FONACIT)**, quienes colaboraron con su patrocinio financiero en este esfuerzo académico editorial del Instituto de Investigaciones de la Comunicación de la Universidad Central de Venezuela, «La casa que vence la sombra».

*Hacemos una invitación a la comunidad académica, nacional e internacional, para seguir **construyendo las respuestas democráticas y abiertas, humanas y libres, de aprendizaje**, en torno a los temas complejos –y no de pensamiento único– de la comunicación y la cultura.*



CARLOS ENRIQUE GUZMÁN CÁRDENAS
Director Editor del Anuario ININCO /
Investigaciones de la Comunicación

INSTITUTO DE INVESTIGACIONES DE LA COMUNICACIÓN
89,95 en la Evaluación Integral 2008 del Programa de Publicaciones
Científicas y Tecnológicas del Fondo Nacional de Ciencia,
Tecnología e Innovación (FONACIT)

comunicando democracia / communicating democracy



Tema central / Main Topic

Teoría y metodología
de la investigación en comunicación

Theory and methodology of the investigation
in communication

RAÚL FUENTES
NAVARRO
(México)

Doctor en Ciencias Sociales por la Universidad de Guadalajara. Licenciado y maestro en Comunicación por el ITESO. Miembro del SNI, nivel III. Miembro regular de la Academia Mexicana de Ciencias. Profesor-investigador en el Departamento de Estudios Socioculturales del ITESO y en el Departamento de Estudios de la Comunicación Social de la Universidad de Guadalajara. Coordinador del Doctorado en Estudios Científico-Sociales del ITESO. Autor de varios libros y publicaciones sobre el campo académico de la comunicación en México, la enseñanza y la investigación de la comunicación en América Latina. *La investigación académica sobre comunicación en México. Sistematización documental 1995-2001* (ITESO, 2003); *Producción, circulación y reproducción académicas en el campo de la comunicación en México* (coordinador, ITESO, 2004) y *La comunicación desde una perspectiva sociocultural. Acercamientos y provocaciones 1997-2007* (ITESO, Guadalajara, 2008) son sus libros más recientes. Trabaja sobre cuatro líneas interrelacionadas: 1. La investigación académica sobre comunicación en México (desarrollo de bases de información). 2. Estudios socioculturales y post-disciplinarización (determinaciones socioculturales del campo académico de la comunicación). 3. Información, comunicación y difusión académicas vía Internet. 4. Difusión científica y cultural: modelos metodológicos y estrategias de comunicación. Miembro del Comité Científico Internacional del *Anuario Ininco / Investigaciones de la Comunicación*. Correo electrónico: raul@iteso.mx Teléfono: 01 52 (33) 36 69 34 34 Ext. 3458



El campo académico de la comunicación: 25 años de fermentación

The academic field of communication:
25 years of fermentation

Recibido: 13/10/2008
Aceptado: 31/10/2008

Ponencia presentada en el IX Congreso ALAIC, realizado en Ciudad de México, México, 2008, en el Grupo GT17 «Teoría y Metodología de Investigación de la Comunicación». ©De conformidad por su autor para su publicación.

RESUMEN

RAÚL FUENTES NAVARRO

El campo académico de la comunicación: 25 años de fermentación

Uno de los principales desafíos contemporáneos para la investigación científica de la comunicación es la tensión entre sus particularidades nacionales (regionales, lingüísticas) y su articulación internacional. Los debates «epistemológicos» sobre la constitución transdisciplinaria de estos estudios, cada vez más relevantes aparentemente en todo el mundo, requieren al mismo tiempo mayor atención que la que se les ha dedicado hasta ahora, y mejor consideración de sus implicaciones prácticas, quizá desde una renovada perspectiva de análisis de la geopolítica del conocimiento.

Descriptores: Investigación de la comunicación / Campo académico / Transdisciplinariedad.

ABSTRACT

RAÚL FUENTES NAVARRO

The academic field of communication: 25 years of fermentation

One of the main contemporary challenges for the scientific investigation of communication is the tension among its national (regional, linguistics) characteristics and its international coordination. The «epistemological» debate on the transdisciplinary constitution of these researches, apparently more and more relevant around the world, calls at the same time for a bigger attention than that received until now and a better consideration about its practical repercussions, perhaps from a renewed perspective of analysis on the geopolitics of knowledge.

Key words: Communication research / Academic field / Transdisciplinarity.

RÉSUMÉ

RAÚL FUENTES NAVARRO

Le domaine académique de la communication: 25 années de fermentation

Un des principaux défis contemporains pour la recherche scientifique de la communication est la tension entre ses particularités nationales (régionaux, linguistiques) et son articulation internationale. Les débats «épistémologiques» sur la constitution transdisciplinaria de ces études, chaque fois plus significatives apparemment partout dans le monde, demandent en même temps une plus grande attention que leur on que a consacré jusqu'à présent, et meilleure considération de leurs implications pratiques, peut-être dans une renouvelée perspective d'analyse de la géopolitique de la connaissance.

Mots clés: Recherche de la communication / Academic domaine / Transdisciplinarité.

RESUMO

RAÚL FUENTES NAVARRO

O campo acadêmico da comunicação: 25 anos de fermentação

Um dos principais desafios contemporâneos para a investigação científica é a tensão entre as suas características nacionais (regional, lingüísticas) e a sua estruturação internacional. A discussão «epistemológica» sobre a transdisciplinariedade destas pesquisas, aparentemente cada vez mais importantes no mundo inteiro, exige uma maior atenção que a recebida até agora e uma maior consideração sobre as repercussões práticas, talvez de uma perspectiva renovada da análise do conhecimento geopolítico.

Palavras-chave: Pesquisa em comunicação / Campo acadêmico / Transdisciplinariedad.

La ciencia social es una construcción social de una construcción social. Hay, en el propio objeto, o sea, tanto en el conjunto de la realidad social como en el microcosmos social en cuyo interior se construye la representación científica de esa realidad, el campo científico, una lucha por la construcción del objeto, de la que la ciencia social participa doblemente: atrapada en el juego, sufre sus presiones y produce ahí unos efectos, sin duda limitados. El analista forma parte del mundo que intenta objetivar y la ciencia que produce no es más que una de las fuerzas que se enfrentan en ese mundo. La verdad científica no se impone por sí misma, es decir, por la mera fuerza de la razón demostrativa (ni siquiera en los campos científicos).

PIERRE BOURDIEU, *El oficio de científico*

EL CAMPO ACADÉMICO DE LA COMUNICACIÓN COMO OBJETO DE ESTUDIO Y DE DISPUTA

La creciente diversidad de posturas y justificaciones estratégicas que se puede identificar en los debates sobre la naturaleza y condiciones de desarrollo de los estudios académicos sobre la «comunicación» como campo y/o disciplina científicos, es asombrosa. Lamentablemente, no es tan amplia ni creciente la diversidad de argumentos que representan esas posturas, y paradójicamente (o no tanto), los debates no parecen conducir a confluencias, sino al contrario, por lo que la «identidad» del campo se fragmenta y diluye cada vez más.

Conforme ha ido creciendo, a lo largo de las décadas, el reconocimiento de la importancia social (económica, política, cultural) de algunos factores «comunicacionales» en la constitución estructural y cotidiana de la «realidad», la capacidad de las instancias especializadas en la generación de conocimiento científico sobre la «comunicación» para legitimar socialmente sus aportes disminuye relativamente. Los avances, indudables, en la institucionalización y profesionalización del campo académico de la comunicación, son cada vez más insuficientes con respecto a la «evolución» de su objeto, a su comprensión y orientación. La autonomía del campo, en términos de



Bourdieu (2003), decrece y el «monopolio de la autoridad científica» sobre la comunicación se disputa sobre todo entre otros agentes, externos al propio campo académico.

Conviene colocar en perspectiva histórica esta condición del campo académico de la comunicación, porque con fuertes diferencias referenciales pero muy parecidas consecuencias, parece ser «constitutiva», o al menos constante a lo largo del tiempo y el espacio (Fuentes, 1995). En Estados Unidos, donde este campo se institucionalizó primero y más sólidamente que en cualquier otra parte del mundo, sigue siendo clásico (y como tal, referencia constante) el debate que suscitó un breve artículo de Bernard Berelson («The State of Communication Research») publicado en el número de primavera de 1959 del *Public Opinion Quarterly*, en el que anunció que el campo se estaba «marchitando» (Berelson, 1959). De inmediato, en el mismo número de la revista, Wilbur Schramm comentó que «el cadáver parecía extraordinariamente vivo»; David Riesman resaltó la creatividad de algunas investigaciones entonces recientes, y Raymond Bauer interpretó las palabras de Berelson más bien como un «desbordamiento de fronteras». Berelson se refería a la pobreza teórica del campo; los demás, especialmente Schramm, a su creciente fortaleza como institución académica. La mayor parte de los debates posteriores han reproducido esa característica: se realizan sobre «objetos» construidos no sólo desde perspectivas diferentes, sino de distinto nivel de referencia y abstracción. Por lo tanto, más que debates pudieran considerarse pugnas por establecer los términos de un desacuerdo propiamente científico, al que difícilmente se llega.

Otro referente «clásico» (y por lo tanto separado de su contexto original) es la distinción establecida en los años cuarenta por Paul Lazarsfeld (1941) entre la investigación «administrativa» y la «investigación crítica», originalmente propuesta para relacionar la investigación orientada a la construcción de sistemas «técnicamente superiores» por la corriente positivista dominante, con los aportes de la teoría crítica de la Escuela de Frankfurt, que tendría la tarea de «explicar las cuestiones cruciales»¹. Lo

¹ Lazarsfeld y Adorno trabajaron juntos a finales de los años treinta en la Oficina de Investigación de Radio en Princeton, donde Adorno fue director musical y Lazarsfeld director general, antes de partir cada uno a las universidades donde realizarían sus respectivas

más interesante es que los términos de Lazarsfeld se hayan convertido en la fórmula de una oposición y no de una complementariedad de perspectivas. Muchos autores adoptaron como clave epistemológica la «inconmensurabilidad de los paradigmas» de Kuhn (1962) y la oposición empirismo/racionalismo, para explicar la divergencia entre la investigación «administrativa» y la «crítica» en comunicación. La distinción (y a veces oposición radical) entre la institucionalización social del campo y su organización intelectual, está asociada a esa divergencia.

Lazarsfeld partía de la constatación de que prácticamente toda la investigación que se había hecho desde los años veinte sobre los medios de comunicación masiva (radio, prensa y cine), se basaba en:

...la noción de que los modernos medios de comunicación son herramientas manipuladas por personas o agencias para determinados propósitos. El propósito puede ser la venta de bienes, o elevar los niveles intelectuales de la población, o asegurar la comprensión de las políticas gubernamentales, pero en todos los casos, para alguien que usa un medio para algo, es la tarea de la investigación hacer que la herramienta sea mejor conocida, y por tanto facilitar su uso (Lazarsfeld, 1941: 3).

Llamó a este tipo de investigación «investigación administrativa», la que «se realiza al servicio de algún tipo de agencia administrativa, de carácter público o privado» y que había ya dado lugar a cuestionamientos sobre la significación social de los propósitos hacia los que se había dirigido (Lazarsfeld, 1941: 8). La «investigación crítica», identificada por Lazarsfeld sobre todo con las propuestas de Adorno y Horkheimer, se oponía a la práctica de la investigación administrativa exigiendo que, «antes y además de servir a cualquier propósito específico, debía estudiarse el papel general de los medios de comunicación en el sistema social actual» (Lazarsfeld, 1941: 9)². Sin mencionar adscripciones ideológicas ni las circunstancias que

obras mayores; el primero a Berkeley y luego de regreso a Frankfurt, mientras el segundo se dirigía a Columbia, sede del célebre Buró de Ciencia Social Aplicada.

² Para Lazarsfeld (1941: 9), había dos diferencias de la investigación crítica con respecto a la administrativa: «desarrolla una teoría de las tendencias sociales prevalecientes en nuestro tiempo, tendencias generales que requieren ser tomadas en consideración en

habían llevado a los autores de la Escuela de Frankfurt (y a él mismo) a Estados Unidos, Lazarsfeld se ve obligado a observar que:

Para comprender con claridad la idea de la investigación crítica, uno debe darse cuenta de que está siendo propuesta por hombres que tienen la idea, siempre presente ante ellos, de que lo que más necesitamos es hacer y pensar lo que consideramos verdadero y no ajustarnos a lo aparentemente inevitable (Lazarsfeld, 1941: 10).

Sobre esa base, y elaborando sobre los elementos que deberían o podrían integrarse en la formación de jóvenes investigadores, Lazarsfeld propone la integración de premisas críticas en la investigación administrativa, pues:

...bien podría ser que estuviéramos tan ocupados buscando nuestro lugar en la sociedad de acuerdo con patrones establecidos de éxito, que nada es más importante en este momento que recordarnos los valores culturales básicos que son violados, de la misma manera que fue de importancia histórica decisiva hace cien años recordar a las clases medias inglesas que no estaban percibiendo los sacrificios que debieron hacer los nuevos estratos de trabajadores industriales cuando se construyó el moderno mundo industrial (Lazarsfeld, 1941: 13).

El artículo de Lazarsfeld, publicado en la revista de los «frankfurtianos», termina con la expresión de un proyecto fallido:

Si hubiera alguna regla de oro en el trabajo intelectual, debería ser el consejo de nunca desechar las críticas sin antes agotar todas las posibilidades constructivas que pudieran estar implicadas en los puntos de vista de otra persona. Estas observaciones fueron escritas con el propósito de clarificar algunas de las dificultades experimentadas al formular en lo que consiste la investigación crítica y en buscar su mejor lugar en un esquema de integración general de todos los esfuerzos. El autor, cuyos intereses y tareas profesionales están en el campo de la investigación administrativa, quiso expresar su convicción de que hay aquí un tipo de acercamiento que, si fuera incluido en la corriente general de la investigación de la comunicación, podría contribuir mucho en

cualquier problema concreto de investigación; y parece implicar ideas de valores humanos básicos, de acuerdo con los cuales deberían apreciarse todos los efectos reales o deseados».

términos de problemas desafiantes y de nuevos conceptos, útiles para la interpretación de los datos conocidos y en la búsqueda de nuevos datos (Lazarsfeld, 1941: 16).

Es inevitable relacionar estas citas, seguramente poco recordadas, de Paul Lazarsfeld, con el diagnóstico y propuesta que publicó años después C. Wright Mills en *La Imaginación sociológica* (1961), en contra tanto de la «gran teoría» como del «empirismo abstracto», tendencias deformantes de la sociología, encarnadas en quienes «piensan sin observar y quienes observan sin pensar»; pero también y sobre todo en contra del «*ethos* burocrático» de los sociólogos y de las instituciones para los que la investigación «sirve para hacer la autoridad más efectiva y más eficaz, proporcionando información útil para los planeadores autoritarios». Todo ello era obstáculo, según Wright Mills, para realizar «la promesa intelectual de la ciencia social y la promesa política del papel de la razón en los asuntos humanos» (Wright Mills, 1961).

A pesar de que a lo largo de más de un siglo se ha debatido en Estados Unidos la insuficiencia de los elementos considerados como fundamentos y orientaciones de la investigación de la comunicación, y de que su institucionalización presenta incontables inconsistencias, todo lo cual puede ayudar a explicar la indudable dinámica de crecimiento y «agitación» permanente que la caracteriza, las concepciones instrumentales de la comunicación prevalecen y son éstas, en su múltiple variedad de alcances y supuestos, las que constituyen el núcleo de una disciplinarización probablemente eficiente y funcional en algunos aspectos, pero cuyo futuro parece depender cada vez más de su capacidad de «diálogo» e interacción con otras disciplinas, que en su mayoría se empeñan en ignorarla. Por ello conviene volver a revisar el estado de los debates, y del campo académico que esos debates contribuían a reestructurar, hace cinco y tres lustros.

LA FERMENTACIÓN Y EL FUTURO DEL CAMPO

En el verano de 1983, la revista insignia de la International Communication Association (ICA), el *Journal of Communication* publicó un número especial dedicado al análisis del *ferment in the field*, o fermentación en el

campo, una metáfora químico-biológica para explorar las implicaciones y proponer respuestas a una serie de «cuestiones sobre el papel de los académicos e investigadores de la comunicación, y de la disciplina en su conjunto, en la sociedad», según George Gerbner. La importancia de la revista de la ICA en la comunidad internacional de estudiosos de la comunicación y el interés que suscitó la convocatoria de los editores para abordar este tema, generó un conjunto de 35 ensayos para el número (ninguno originado en Iberoamérica) y una polémica que ha continuado en los veinticinco años subsiguientes.



El número especial de 1983 del *Journal of Communication* admite diversas lecturas, según los niveles referenciales o las perspectivas desde donde se aborde. Llama la atención que, quizá con excepción de una amplia reseña crítica publicada por Eduardo Contreras (1984) en *Chasqui*, en América Latina se prestó escasa atención a la revisión, predominantemente anglosajona, pero amplia y profunda como nunca hasta entonces, del «estado de la cuestión» más general de la investigación de la comunicación. Y podían encontrarse sin duda resonancias fuertes de lo que se debatía entonces en Latinoamérica. Por ejemplo, en el artículo de los británicos Melody y Mansell (1983):

Las más profundas fuentes de fermento en el campo de la comunicación se encuentran en los vínculos o alineamientos de la teoría y la investigación con factores políticos y económicos. Para el investigador llamado empírico o administrativo, se excluyen del análisis los asuntos relacionados con la estructura de las instituciones económicas y políticas (y a veces de las instituciones sociales y culturales también), la centralización del poder, las características de las relaciones dominante/dependiente y los incentivos de los intereses parciales. Las premisas de la investigación crítica contradicen y desafían los fundamentos de la tradición administrativa, al poner en cuestión y enfocar los esfuerzos de investigación sobre los cambios en las relaciones asimétricas políticas y económicas –y al concluir que éstas son precondiciones del cambio significativo (Melody & Mansell, 1983: 104-105).

Este dualismo refleja claramente las ideologías científicas prevalecientes en el mundo de los años ochenta y desde ahí el afán de legitimación intelectual de la investigación de la comunicación en oposición a la legitimación social de la práctica, aun en el entorno académico liberal y fuertemente apoyado de Estados Unidos o Inglaterra. Melody y Mansell planteaban la divergencia en términos que resultaban, hace veinticinco años y todavía en la actualidad, muy familiares en América Latina:

Las distinciones fundamentales no radican en el ámbito abstracto de la teoría y la metodología. Radican en la selección pragmática de los problemas del mundo real y el uso subsecuente de técnicas de investigación para conducir el análisis. La base real de la dicotomía entre las tradiciones crítica y administrativa radica en el alineamiento de los investigadores al *statu quo* contra los cambios en las relaciones institucionalizadas de poder económico y político. Una trayectoria que no lleve a un debate interminable sobre dicotomías irreconciliables comienza con el supuesto de que toda teoría e investigación en ciencias sociales incluye tanto elementos objetivos como subjetivos. Estos elementos se aparean a través del proceso dinámico de la actividad de la investigación que se mueve en una relación dialéctica entre la teoría y la práctica. De manera que las diferencias entre las tradiciones de investigación existen. Están vinculadas con los objetivos económicos, políticos y sociales que permean la práctica de investigación. No son meras disputas teóricas que puedan resolverse por medio del debate académico (Melody & Mansell, 1983: 109-110).

Esta cita ilustra perfectamente, a mi manera de ver, cómo la divergencia percibida en términos de «paradigmas» tenía raíces disciplinarias tanto como ideológicas (en el sentido político), y permite hipotetizar que la ambivalencia de la constitución como disciplina de la investigación de la comunicación es lo que, al «cruzarse» con los patrones ideológicos de la dependencia y el «subdesarrollo», y con los «objetivos económicos, políticos y sociales» de la investigación en los países latinoamericanos, generó una oposición maniquea que obstaculizó el desarrollo metodológico del campo al hacer irreconciliables, por ejemplo, el empirismo asociado a los estudios «administrativos» o «funcionalistas» y el compromiso con la transformación social asociado a los análisis «críticos»³.

³ Uno de los investigadores norteamericanos con mayor experiencia en la investigación de la comunicación en América Latina, Everett Rogers, llegó a plantear que la síntesis entre

Esta clave no es la única, pero quizá sí la predominante en los ensayos reunidos en *Ferment in the Field*. George Gerbner, editor del número, tituló su epílogo «La importancia de ser crítico –cada quien a su modo» y en él fijó su posición: «el principal debate académico, como indica este simposio, no es tanto entre la investigación crítica y la administrativa (ya que ambas son necesarias para diferentes propósitos) sino entre diferentes acercamientos a las funciones fundamentalmente críticas de la academia» (Gerbner, 1983: 356). Y para recuperar el sentido crítico de la academia, a su propio modo, Gerbner argumenta que las oposiciones entre conocimiento básico y aplicado, entre ciencia y arte, entre análisis cuantitativo y cualitativo, no se sostienen ni lógicamente ni prácticamente, independientemente de las razones históricas que lo hicieron creer así. Porque, finalmente:

La tarea crítica de una disciplina es interpelar los términos del discurso y la estructura del conocimiento y del poder en su propio ámbito y contribuir así al desarrollo humano y social. Aquellos que buscan y que luchan por ese fin son académicos críticos en el mejor y más básico sentido de la palabra. Ellos deben ser capaces de buscar y luchar sin inhibirse por los mitos que les quitan las oportunidades o los medios a su alcance. El fermento en el campo, su expresión y respuesta ante él en este simposio, atestigua la vitalidad de la disciplina y su capacidad de acometer las tareas críticas (Gerbner, 1983: 362).

Pero diez años después, la «misión de la disciplina» no podía formularse en los mismos términos, comenzando porque la identidad de la propia disciplina estaba, como nunca antes, en duda y era mucho menos explícito el compromiso de los investigadores con su papel social como académicos (Fuentes, 2002). El *Journal of Communication*, celebrando el décimo aniversario de *Ferment in the Field*, dedicó sus números de verano y otoño de 1993 a «un reconocimiento colectivo del saber académico de la comunicación y su futuro» bajo el título, precisamente, de *Future of the Field (El futuro del campo)*. Los editores, Mark Levy y Michael Gurevitch, sintetizaron en la convocatoria a las colaboraciones un marco deliberadamente provocativo y posmoderno para el nuevo debate, ahora llamado «reconocimiento»:

la investigación crítica y la administrativa se generaría en Latinoamérica, donde ambas corrientes estaban en una relativa «igualdad de fuerzas», pretensión que fue retomada por muchos latinoamericanos en una época (Fuentes, 2005).

Las controversias pasadas en el saber académico de la comunicación han sido en buena medida resueltas y no han emergido nuevas controversias de ese orden teórico. La «comezón» por descubrir un paradigma universal de la comunicación ha sido sustituida por una cómoda aceptación del pluralismo teórico.

El saber académico de la comunicación está renuente y es incapaz de influir tanto la práctica del periodismo y la comunicación como la formulación de políticas comunicacionales. En el futuro, deberá orientarse más a la investigación socialmente relevante.

Al saber académico de 1ª. comunicación le falta estatus disciplinario porque carece de un núcleo de conocimiento y por tanto la legitimidad institucional y académica sigue siendo una quimera para el campo.

La guerra fría política ha terminado, pero las batallas ideológicas y metodológicas –como las que se dan entre los deterministas psicológicos, culturales, económicos, textuales y tecnológicos– continúan fragmentando nuestro campo.

La cuestión de los efectos de los medios permanece como la caja negra perpetua de la investigación de la comunicación y aún plantea las preguntas menos contestadas (Levy & Gurevitch, 1993: 4).

Entre las colaboraciones recibidas se encuentra un número «insuficiente» proveniente de «las ricas tradiciones fuera de los Estados Unidos» (en el primer volumen, sólo un artículo, del italiano Paolo Mancini, tiene origen «latino», y en el segundo sólo hay un artículo del brasileño José Marques de Melo, sobre la presunta «Escuela Latinoamericana de Comunicación»), pero hay muchas más mujeres entre los autores que diez años atrás, hechos que resaltan los editores, antes de explicar por qué subtitularon *El futuro del campo* con una disyunción: «entre la fragmentación y la cohesión».

Para sobresimplificar (pero sólo un poco), vemos el campo académico de la comunicación más o menos como una distribución modal de dos-y-medio: una parte, ciencia pura del comportamiento; una parte, estudio humanístico interpretativo; y una tercera, mucho menor, pizca de estudios sobre políticas de comunicación. Varios de los ensayos que siguen consideran si este estado de cosas es bueno, malo o indiferente para el saber académico de la comunicación (Levy & Gurevitch, 1993: 5).

Sin duda, hay una gran distancia entre los planteamientos de *Ferment in the Field* y los de *The Future of the Field*, que marcan de alguna manera los cambios acontecidos en una década crucial para el mundo. El artículo que abre la selección es del sueco Karl Erik Rosengren, que en 1983 cuestionaba si había en «La investigación de la comunicación, ¿un paradigma o cuatro?» y en 1993, desde su título «Del campo a los charcos de ranas» (sin signos de interrogación) afirmaba que el eje de las discusiones se había desplazado de la dimensión cambio radical/regulación social (es decir, un eje orientado por ideologías políticas), a la dimensión subjetivismo/objetivismo (a su vez definido más bien por ideologías científicas). Pero, al mismo tiempo y quizá por ello, el campo «se caracteriza hoy más por la fragmentación que por la fermentación» (Rosengren, 1993: 9). Su diagnóstico no es finalmente muy optimista, aunque propone «combinaciones, comparaciones y confrontaciones»:

Después de un período de fermentación en el campo (si es que alguna vez hubo campo en el sentido estricto de la palabra) parecemos haber terminado en la fragmentación y un amenazante estancamiento. Aquellos que esperaban confrontación y cooperación positivas tienen motivos para estar decepcionados. En vez de eso, parece predominar una desganada aceptación o indiferencia hacia tradiciones de investigación que no sean la propia. Tendencias como ésta pueden muy bien ser las causas principales de ese incierto estatus disciplinario que aún flagela a nuestro campo (Rosengren, 1993: 14).

Es significativo que en 2003 el *Journal of Communication* no haya publicado un número especial como los de diez y veinte años atrás, dedicado a la reflexión sobre el campo o la disciplina. Quizá la «fragmentación» y el «estancamiento» señalados por Rosengren lo impidieron. Sin embargo, la revista incluyó en los años posteriores varios artículos de revisión del estado de la cuestión en segmentos importantes del campo de investigación, en dos números de 2004 y 2005. La introducción de Benoit y Pfau (2004), editores de *The State of the Art in Communication Theory and Research*, indica la intención de «dividir la disciplina en subcampos y revisarlos sistemáticamente». La diferencia es que, al reconocer la fragmentación, los «subcampos» (trazados aproximadamente en concordancia con las divisiones de la ICA) pudieron ser evaluados con indicadores empíricos y gran detalle ana-

lítico, de manera que sus tendencias y condiciones de desarrollo (estadounidenses, sobre todo) pudieran ser reconocidas en su especificidad. Vale la pena revisar los trabajos de Bryant & Miron (2004) sobre la comunicación «masiva»; de Anderson & Baym (2004) sobre las «filosofías» de la comunicación; de Jones *et. al.* (2004) sobre la comunicación organizacional; de Berger (2005) sobre la comunicación interpersonal; de Graber (2005) sobre la comunicación política; Hamilton & Nowak (2005) sobre los sistemas de información; y Walther *et. al.* (2005) sobre Internet.

Pero al mismo tiempo, en la ICA y su revista apareció en estos años otro discurso: el de la internacionalización de la asociación y la investigación. Ya en 2005 un investigador de la Universidad de Amsterdam, Edmund Lauf (2005), hacía notar en su artículo en el *Journal of Communication*, otro análisis «sistemático» de datos empíricos sobre el campo, en este caso sobre las revistas de comunicación indexadas por el Institute for Scientific Information (ISI), que «la diversidad nacional de las revistas de comunicación es muy baja debido a la dominación de los autores de los países angloparlantes, y de Estados Unidos en particular», y que: «sería deseable distinguir claramente entre revistas nacionales e internacionales, para incrementar el número de revistas internacionales de comunicación y apoyar a los autores cuya lengua materna no es el inglés» (Lauf, 2005: 139).

EL DESAFÍO DE LA INTERNACIONALIZACIÓN Y EL ANÁLISIS EMPÍRICO COMPARATIVO

La internacionalización de las revistas y las asociaciones «internacionales» de investigación de la comunicación no es una tarea sencilla, pero la actuación de académicos como el alemán Wolfgang Donsbach en los últimos años ha puesto en escena una perspectiva ejemplar. Con un referente en apariencia centrado principalmente en Estados Unidos, pero con una gran cantidad de ejemplos y referentes europeos, su discurso presidencial (de la International Communication Association) de 2005, sobre «la identidad de la investigación en comunicación», contiene cuestionamientos muy interesantes.

Generalmente los presidentes de la ICA, en estas alocuciones, exponen ante los miembros de la asociación sus interpretaciones del estado

actual del campo y sus propuestas de orientación futura, a veces críticamente, a veces no tanto. Donsbach organizó su discurso en tres tesis, cada una con su respectiva «contratesis». La enunciación de estos seis postulados me parece suficientemente clara como para no requerir de citas más extensas, aunque el desarrollo del texto presenta matices muy precisos:

Tesis 1: Durante los últimos treinta años, la comunicación como campo de investigación ha visto el mayor crecimiento probablemente de todos los campos académicos.

Contratesis 1: A la comunicación aún le falta, e incluso pierde, identidad.

Tesis 2: Hemos acumulado muchísima buena evidencia empírica sobre el proceso de la comunicación.

Contratesis 2: El campo sufre cada vez más de erosión epistemológica.

Tesis 3: Tenemos conocimiento preciso y sólido en muchas áreas, pero,

Contratesis 3: tendemos a sostener una orientación normativa débil en la investigación empírica (Donsbach, 2006: 437-448).

Los tres desafíos que implica Donsbach en sus «contratesis»: la pérdida de identidad, la erosión epistemológica y la falta de relevancia social de la investigación, que a eso se refiere en la tercera, lo llevan a una conclusión que quizá podríamos suscribir:

La investigación de la comunicación tiene el potencial y el deber de enfocarse en agendas de investigación que puedan ayudar a las sociedades y a la gente a «comunicarse mejor», esto es, a tomar decisiones sobre cualquier asunto a partir de una sólida base de evidencias, y con la menor influencia posible de otras personas o instituciones, sean éstos los «grandes persuasores» en la comunicación personal, los medios noticiosos, o los poderes políticos o económicos, tanto en el contexto nacional como en el global (Donsbach, 2006: 447).

Cabe subrayar que, casi simultáneamente con su período presidencial en la ICA, Donsbach encabezó el ingente esfuerzo colectivo necesario para editar la *Enciclopedia Internacional de Comunicación* (Donsbach, ed., 2008), en doce volúmenes y con la participación de académicos de más de setenta países. El hecho de que un campo o una disciplina académicas puedan ser «contenidas» en una obra de esta naturaleza, aun antes de realizar un análisis crítico de su estructura y contenido, es un hecho elocuente y quizá con-

tundente sobre la posibilidad de integración (aunque el plan de la enciclopedia se basa en 29 áreas temáticas y de investigación principales, cada una de las cuales podría reconocerse como una «disciplina» o varias).

Robert T. Craig, uno de los editores asociados de la *Enciclopedia*, plantea en su colaboración sobre «La comunicación como campo y disciplina» una extraordinaria síntesis de la situación actual, algunos de cuyos rasgos son:

El estado de la investigación y de la enseñanza de la comunicación varía considerablemente dentro y entre países, pero puede resumirse con respecto a algunos *temas comunes*: uno de estos temas ciertamente es el *crecimiento*.

(...) Aunque siempre con muchos préstamos europeos, el campo maduró primero en Estados Unidos y se extendió desde ahí. El exceso de dependencia de los conceptos y prácticas europeos y estadounidenses, y la necesidad de desarrollar conocimiento basado localmente y culturalmente relevante sobre la comunicación, son temas comunes en otras regiones. Pero, como lo sugiere ese mismo énfasis en el desarrollo local, el campo se está *internacionalizando* cada vez más, con influencias globales que ahora surgen desde muchos lugares. Conforme el campo se ha expandido globalmente, su asimilación a diferentes sistemas académicos y culturas nacionales ha creado distintas características locales.

Finalmente, podría estar emergiendo un consenso internacional de que el *nombre y el concepto subyacente* del campo amplio en el cual todos contribuyen, como indica el título de esta enciclopedia, es comunicación (Craig, 2008: 678).

Y así, en su propia contribución y en otras diez de la *Enciclopedia* (una de las cuales, la correspondiente a América Latina, está firmada por Jesús Martín-Barbero), hay una síntesis diferencial de estos «temas comunes» sobre la institucionalización del campo académico de la comunicación en diversas regiones del mundo (Estados Unidos y Canadá; Europa Occidental; Europa Oriental y Rusia; Asia Oriental; Sudeste Asiático; Australia, Nueva Zelanda y la cuenca del Pacífico; África; Medio Oriente: mundo Árabe; Medio Oriente: Israel; América Latina). Llama la atención que no se incluya una entrada especial para los países nórdicos, donde se han realizado en las últimas décadas, y especialmente en los años más recientes, esfuerzos extraordinarios para documentar las tendencias y posibilidades de internacionalización del campo académico de la comunicación (Nordenstrem, 2007).

El proyecto «Mapping Communication and Media Research», del Centro de Investigación de la Comunicación de la Universidad de Helsinki, es probablemente el mejor ejemplo⁴. Este proyecto, financiado por la Helsinki Sanomat Foundation, examina los contenidos y tendencias actuales de la investigación de la comunicación y de los medios en siete países: Finlandia, Estados Unidos, Alemania, Francia, Japón, Estonia y Australia (aunque en 2008 ha avanzado también sobre la Gran Bretaña, Holanda, Corea y otros países). El objetivo es «mapear» las principales instituciones y organizaciones, acercamientos y características nacionales de la investigación de la comunicación y de los medios en cada país. Cada uno de los informes ya publicados está firmado por investigadores finlandeses, en algunos casos auxiliados por asociados «locales», aunque la mayor parte de la información proviene de fuentes secundarias. De esta manera, el punto de vista es homogéneo y está centrado en la experiencia y expectativas de futuro nórdicas.

No obstante, el panorama que ofrece cada uno, y el conjunto de los informes, sobre las condiciones en que se desarrolla la investigación sobre la comunicación y los medios en los países estudiados, permite reconocer con relativa precisión algunas similitudes y diferencias notables con respecto a los países latinoamericanos. La síntesis más reciente de este proyecto (Herkman, 2008) avanza en el análisis comparativo. De las constantes detectadas y los desafíos para el futuro de la investigación (el cambiante paisaje mediático, la orientación nacional/internacional, la calidad de la investigación, la afirmación del carácter institucional de la disciplina y las relaciones entre la academia y la industria), habrá que destacar el segundo de los anotados por Herkman:

La desregulación y liberalización de los medios ha abierto los mercados mediáticos nacionales –al menos en alguna medida– a la competencia internacional o global. La concentración de la propiedad de los medios y las fusiones de empresas mediáticas han sido uno de los resultados de este proceso y han incrementado la dependencia de los mercados nacionales con respecto a las corporaciones mediáticas globales (...). Al mismo tiempo los medios académicos y la investigación de la comunicación han permanecido atadas a lo nacional, debido a su compromiso con los lenguajes nacionales y las fronteras culturales, así como a las políticas educativas y mediáticas nacionales. Muchos

⁴ [<http://www.valt.helsinki.fi/blogs/crc/en/mapping.htm>].

académicos entrevistados vieron una contradicción entre el énfasis en la investigación realizada en perspectiva nacional y el énfasis de la industria por la internacionalización (Herkman, 2008: 156).

El «balance» o articulación de prioridades entre las perspectivas nacional e internacional es, sin duda, una de las cuestiones que con mayor urgencia debieran decidirse en todas partes. Pero también de esta experiencia finlandesa puede extraerse otra propuesta para la investigación latinoamericana: la conveniencia de partir de «mapeos» empíricos y descriptivos, como los que impulsó ALAIC en los años ochenta, y que dio lugar a la publicación (en muchos casos por primera y lamentablemente única vez) de sistematizaciones documentales de la producción de investigación de la comunicación por país (Peirano y Kudo, 1982; Munizaga y Rivera, 1983; Marques de Melo, coord, 1984; Anzola y Cooper, 1985; Rivera, 1986; Fuentes, 1988; Beltrán *et. al.*, 1990). Veinticinco años después, sería una buena idea reeditar el proyecto, en la perspectiva de la internacionalización de la investigación latinoamericana.

BIBLIOGRAFÍA

ANDERSON, James A. and GEOFFREY Baym

2004 «Philosophies and Philosophic Issues in Communication, 1995-2004», *Journal of Communication*, Vol. 54, n° 4, pp. 589-615.

ANZOLA, Patricia y COOPER, Patricio

1985 *La Investigación en Comunicación Social en Colombia*. Lima: DESCO.

BELTRÁN, Luis Ramiro; SUÁREZ Carlos e ISAZA, Guillermo

1990 *Bibliografía de Estudios sobre Comunicación en Bolivia*. La Paz: PROINSA/IDRC.

BENOIT, William L. and PFAU, Michael

2004 «Introduction to the Special Issue: The State of the Art in Communication Theory and Research», *Journal of Communication*, Vol. 54 n° 4, p. 588.

BERELSON, Bernard

1959 «The State of Communication Research», *Public Opinion Quarterly*, Vol 23, n° 1.

BERGER, Charles R.

2005 «Interpersonal Communication: Theoretical Perspectives, Future Prospects», *Journal of Communication* Vol. 55 n° 3, pp. 415-447.

BOURDIEU, Pierre

2003 *El oficio de científico. Ciencia de la ciencia y reflexividad*. Barcelona: Anagrama.

JENNINGS, Bryant and MIRON, Dorian

2004 «Theory and Research in Mass Communication», *Journal of Communication* Vol. 54, n° 4, pp. 662-704.

CONTRERAS BUDGE, Eduardo

1984 «¿Fermento en el paradigma dominante?», *Chasqui* n° 9, pp. 57-62.

CRAIG, Robert T.

2008 «Communication as a Field and Discipline», *The International Encyclopedia of Communication*, New York: Blackwell. Vol. 2, p. 675-688.

DONSBACH, Wolfgang

2006 «The identity of Communication Research», *Journal of Communication* Vol. 56, n° 3, pp. 437-448.

DONSBACH, Wolfgang, (editor)

2008 *The International Encyclopedia of Communication* (12 vols.). New York: Blackwell.

FUENTES NAVARRO, Raúl

1988 *La Investigación de Comunicación en México. Sistematización Documental 1956-1986*. México: Ediciones de Comunicación.

FUENTES NAVARRO, Raúl

1995 «La institucionalización académica de las ciencias de la comunicación: campos, disciplinas, profesiones» en Jesús Galindo y Carlos Luna (eds): *Campo académico de la comunicación: hacia una reconstrucción reflexiva*. México: Consejo Nacional para la Cultura y las Artes/ITESO, Col. Pensar la Cultura, pp. 45-78.

FUENTES NAVARRO, Raúl

2002 «Comunicación, cultura, sociedad: fundamentos conceptuales de la postdisciplinariedad», en Patricia Maldonado (Coord.): *Horizontes comunicativos en México: estudios críticos*. México: Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación, pp. 11-34.

FUENTES NAVARRO, Raúl

2005 «Everett M. Rogers (1931-2004) y la investigación latinoamericana de la comunicación», *Comunicación y Sociedad* n° 4, nueva época, pp. 93-125.

GERBNER, George

1983 «The Importance of Being Critical –In One’s Own Fashion», *Ferment in the Field, Journal of Communication*, vol. 33, n° 3.

GRABER, Doris

2005 «Political Communication faces the 21st. Century», *Journal of Communication*. Vol. 55 n° 3, pp. 479-507.

MARK, A. Hamilton and NOWAK, Kristine

2005 «Information Systems Concepts Across Two Decades: An Empirical Analysis of Trends in Theory, Methods, Process and Research Domains», *Journal of Communication* Vol. 55 n° 3, p. 529-553.

HERKMAN, Juha

2008 «Current Trends in Media Research», *Nordicom Review* Vol. 29, n° 1. Göteborg: Nordicom, pp. 145-159.

JONES, Elizabeth; WATSON, Bernadette; GARDNER, John and GALLOIS, Cindy

2004 «Organizational Communication: challenges for the New Century», *Journal of Communication* Vol. 54, n° 4, pp. 722-750.

KUHN, Thomas S.

1962 *The Structure of Scientific Revolutions*. Chicago: The University of Chicago Press.

LAUF, Edmund

2005 «National diversity of major international journals in the field of Communication», *Journal of Communication* Vol. 55, n° 1, p. 139-151.

LAZARSELD, Paul Felix

1941 «Remarks on Administrative and Critical Communications Research», *Studies in Philosophy and Social Science*, Vol. 9.

LEVY, Mark & GUREVITCH, Michael

1993 «Editor’s Note», *The Future of the Field, Journal of Communication*, vol. 43, n° 3.

MARQUES DE MELO, José (Coord.)

1984 *Inventário da pesquisa em Comunicação no Brasil 1883-1983*. São Paulo: INTERCOM/ALAIAC.

MELODY, William & MANSELL, Robin

1983 «The Debate over Critical vs Administrative Research: Circularity or Challenge?», *Ferment in the Field, Journal of Communication*, vol. 33 n° 3.

MUNIZAGA, Giselle y RIVERA, Anny

1983 *La investigación en Comunicación Social en Chile*. Lima: DESCO/Ceneca.

NORDENSTRENG, Kaarle

2007 «Discipline or Field? Soul-searching in Communication Research». Carlsson & Helland (Eds.), *Media structures and practices. As time goes by... Studies and reflections from a Scandinavian horizon*. Göteborg: Nordicom Review Jubilee Issue, pp. 211-222.

PEIRANO, Luis y TOKIHIRO, Kudo

1982 *La investigación en Comunicación Social en Perú*. Lima: DESCO.

RIVERA, Jorge B.

1986 *La investigación en Comunicación Social en Argentina*. Lima: DESCO/ASAICC.

ROSENGREN, Karl Erik

1993 «From field to frog ponds», *The Future of the Field I, Journal of Communication* Vol. 43 n° 3.

WALTHER, Joseph B.; GAY, Gery and JEFFREY T, Hancock

2005 «How Do Communication and Technology Researchers Study the Internet?» *Journal of Communication* Vol. 55 n° 3, pp. 632-657.

WRIGHT MILLS, C.

1961 *La imaginación sociológica*. México: Fondo de Cultura Económica.

MIGDALIA PINEDA
DE ALCÁZAR
(Venezuela)

Doctora en Ciencias de la Información, Universidad Autónoma de Barcelona (1989). Licenciada en Comunicación Social (1975), mención Audiovisual. Fundadora y coordinadora actual de la línea de investigación sobre Comunicación, Educación, Información y Nuevas Tecnologías (CEINT), del Doctorado en Ciencias Humanas de la Universidad del Zulia (LUZ). Investigadora activa del Centro Audiovisual de la Facultad de Humanidades. Profesora jubilada de la Escuela de Comunicación Social Universidad del Zulia. Investigadora acreditada por el Programa de Promoción del Investigador (PPI) en el Nivel III. Directora de ALAIC para Venezuela. Destacan entre sus publicaciones: *Sociedad de la Información, nuevas tecnologías y medios masivos* (EDILUZ, 1996); *Las Ciencias de la Comunicación a la luz del siglo XXI* (EDILUZ, 2004). Miembro del Comité Científico Internacional del *Anuario Ininco / Investigaciones de la Comunicación*.
Correo electrónico: alcazar@iamnet.com

Ponencia presentada en el IX CONGRESO ALAIC, realizado en Ciudad de México, México, 2008, en el Grupo GT17 «Teoría y Metodología de Investigación de la Comunicación». ©De conformidad por su autora para su publicación.



Ciudadanía y observación mediática: entre lo público y lo privado en el panorama de las comunicaciones venezolanas

Citizenship and media observation:
between the public and private aspects
of the Venezuelan communications
context

Recibido: 13/ 10/ 2008
Aceptado: 31/ 10/ 2008

RESUMEN

MIGDALIA PINEDA DE ALCÁZAR

Ciudadanía y observación mediática: entre lo público y lo privado en el panorama de las comunicaciones venezolanas

Este trabajo hace referencia a la actual controversia que se da entre medios públicos y medios privados en el seno de la sociedad venezolana. Se destaca el rol a desempeñar por la sociedad civil para dotar a esa controversia de un carácter pluralista, democrático y equilibrado, así como el papel del monitoreo mediático para el control y vigilancia de lo público. Los planteamientos teóricos aquí expresados forman parte de una investigación en proceso sobre Medios y Democracia en Venezuela, la cual busca recoger información empírica sobre el comportamiento de los medios frente a temas fundamentales en el ejercicio democrático (derechos humanos, derechos políticos y civiles, inclusión social y desarrollo humano).

Descriptores: Ciudadanía / Observación de medios / Espacio público / Venezuela.

ABSTRACT

MIGDALIA PINEDA DE ALCÁZAR

Citizenship and media observation: between the public and private aspects of the Venezuelan communications context

This article makes reference to the current controversy between the private media outlets and public media outlets in the Venezuelan society. It highlights the role to be played by the civil society so as to give to such controversy a pluralist, democratic and balanced character, as well as the role of the media monitoring to control and supervise the public matter. The theoretic statements issued here are part of an under way research about Media and Democracy in Venezuela, which expects to collect empiric information about the behavior of the media before basic matters in the democratic exercise (human rights, political and civic rights, social inclusion and human development).

Key words: Citizenship / Media observation / Public space / Venezuela.

RÉSUMÉ

MIGDALIA PINEDA DE ALCÁZAR

Citoyenneté et médias observation: entre public et privé dans le paysage des communications du Venezuela

Ce document fait référence au différend actuel entre les médias publics et privés de ressources au sein de la société vénézuélienne. Il met en évidence le rôle que doit jouer la société civile à fournir un tel conflit d'une société pluraliste, démocratique et équilibré, et le rôle des médias de contrôle et de surveillance du public. Les théoriques exprimées ici font partie d'une enquête en cours sur les médias et la démocratie au Venezuela, qui cherche à rassembler des informations empiriques sur le comportement des médias dans les disciplines fondamentales dans l'exercice de la démocratie (droits de l'homme, les droits civils et politiques, l'inclusion sociale et le développement humain).

Mots clés: Citoyenneté / Observateur médias / Espace public / Venezuela.

RESUMO

MIGDALIA PINEDA DE ALCÁZAR

Cidadania e observação mediática: entre aspectos públicos e privados do contexto da comunicação Venezuelana

O artigo faz referência à atual controvérsia entre os meios de comunicação privados e públicos na sociedade Venezuelana. Destaca o papel a desempenhar pela sociedade civil para dar à controvérsia um caráter pluralista, democrático e equilibrado, assim como o papel da monitorização mediática para controlar e supervisionar o público. O enfoque teórico explicado neste artigo é parte de uma pesquisa em curso sobre Mídia e Democracia na Venezuela, a qual tenta reunir informação empírica sobre o comportamento da mídia frente a assuntos fundamentais no exercício democrático (direitos humanos, políticos e civis, inclusão social e desenvolvimento humano).

Palavras-chave: Cidadania / Observação mediática / Espaço público / Venezuela.

INTRODUCCIÓN

Los planteamientos presentados a lo largo de este trabajo corresponden a una parte de los adelantos teórico-empíricos de un proyecto de investigación¹ más amplio sobre el papel de los medios venezolanos en la configuración y consolidación de la democracia en la actual coyuntura política del país.



El objetivo es destacar aquí el lugar estratégico que ocupa la sociedad civil en la controversia entre los medios públicos y privados, así como resaltar asuntos fundamentales en el ejercicio democrático relacionados con los conceptos de espacio público, derechos humanos, políticos y civiles, inclusión social, pluralidad y equilibrio, y desarrollo social.

Igualmente nos detendremos en analizar el papel de la observación mediática para el seguimiento y control de lo público, y el surgimiento de formas de participación y organización de la sociedad civil, ONG y organismos de diferente índole, mediante la constitución de observatorios de monitoreo y seguimiento del comportamiento de los medios masivos frente a la defensa de los valores y principios de la democracia.

1. MEDIOS PÚBLICOS Y MEDIOS PRIVADOS EN LA VENEZUELA DE HOY: CONTROVERSIAS Y PARADOJAS

En Venezuela, el panorama de las comunicaciones se encuentra en la actualidad polarizado en torno básicamente a dos sectores: el Estado y el privado. Y aunque desde siempre ambos bandos han mantenido una lucha en lo relativo al interés del sector público de establecer regulaciones y controles al funcionamiento de los medios privados, este enfrentamiento había logrado sortearse mediante acuerdos entre los gobiernos de turno y los diversos organismos que agrupaban a los distintos medios privados (Cámara

¹ Proyecto de Investigación «Medios y Democracia en Venezuela», de M. Pineda, E. Durante, A. Paz y S. Romero. Centro Audiovisual. Universidad del Zulia, Maracaibo, 2007-2008.

Venezolana de la Radio y la TV, Asociación Nacional de Anunciantes, Federación Venezolana de Agencias Publicitarias), pero esta situación cambió drásticamente durante los diez años del gobierno actual del presidente Hugo Chávez, como producto, en parte, del proceso de polarización y controversia política en el seno de la sociedad venezolana.

Las pugnas entre el sector privado de los medios y el Gobierno actual han adquirido incluso dimensiones internacionales, al haber sido divulgadas por otros medios y organismos internacionales, los cuales han manifestado preocupación por la libertad de expresión, las garantías a la propiedad privada y el derecho a informar y ser informados.

En este contexto se puede afirmar que hay una separación entre el Estado y los medios privados, que está resultando dañina no sólo para ellos sino especialmente para los ciudadanos que esperan que se produzca un acercamiento para lograr un acuerdo entre las partes y donde participe la sociedad civil organizada a través de ONG, comunidades y asociaciones.

Por un lado, el Gobierno acusa a los medios privados de participar en actividades de la oposición para conspirar contra su persona, de ser eslabones de los Estados Unidos, de no defender los intereses nacionales, de tener concentrado el poder de los medios en pocas manos; por el otro, los medios acusan al Gobierno de querer acallar la disidencia, de coartar la libertad de expresión, de querer establecer un control hegemónico sobre las comunicaciones venezolanas. Y en ese proceso continuo de discusiones, ambos grupos se han olvidado a veces del ciudadano, como sujeto que ha delegado en ellos, la potestad de velar por sus intereses y necesidades de información y de comunicación.

La situación de la **libertad de prensa** en el país se encuentra en un momento crítico por cuanto las relaciones entre el Gobierno y los medios no oficiales han sido tensas, de enfrentamiento y de poco diálogo y tolerancia. Ha habido una desvirtuación de parte de ambos bandos en el sentido de que el Gobierno ha olvidado su papel de regulación y equilibrio entre los sectores sociales y los medios; su papel de mediadores entre los gobernantes y los gobernados, ya que en lugar de ser mediadores de las tensiones entre propuestas distintas sin ser parte de ellas, se han convertido en actores políticos, queriendo suplantarse a las instituciones a quienes compete esta actividad.



Partiendo de la idea de que lo importante es analizar qué es lo que se está haciendo actualmente en el campo de los medios en el país y cómo se encuentra organizado el sector, nos dedicaremos en esta parte del trabajo a revisar las medidas y acciones que el actual Gobierno ha emprendido en el área. En primer lugar, el Estado venezolano, desde el año 2000 viene desarrollando políticas, por un lado, mediante la creación del Ministerio de Comunicación e Información (MINCI), responsable de todo lo relativo a las políticas comunicacionales e informativas del Estado y, por otro, con la promulgación de leyes y reglamentos tales como la Ley Orgánica de Telecomunicaciones (12-06-2000), la Ley de Responsabilidad Social de la Radio y la Televisión (Ley RESORTE, del 15-11-2005) y el Reglamento de Radiodifusión sonora y televisión abierta comunitaria de servicio público sin fines de lucro. Con estas normativas el Estado busca reglamentar, junto al sector de las telecomunicaciones, al audiovisual y garantizar una mayor apertura y acceso por parte de los grupos sociales de más bajos recursos y de los productores independientes.

El crecimiento y expansión de los medios alternativos y comunitarios en el territorio nacional ha sido posible gracias a estas leyes y reglamentos, hasta el punto que **para el año 2007 ya existían 595 medios comunitarios y alternativos de diversos tipos** (periódicos, radios, televisoras, publicaciones electrónicas, weblogs), **repartidos de la siguiente forma: 167 emisoras de radio, 28 estaciones de TV, 300 periódicos alternativos y más de 100 publicaciones electrónicas**, las cuales buscan que sean las propias comunidades quienes administren el medio y el mensaje, para lo cual el Ministerio de Comunicación e Información les ha apoyado con talleres sobre producción. Esta cifra de medios comunitarios se prevé que aumente en el

2008, ya que la Comisión Nacional de Telecomunicaciones (CONATEL) estudia 61 nuevas solicitudes para operar desde el estado Zulia (Palma, 2007a:2-6).

Aunque es evidente que el Estado se ha ocupado de definir planes de desarrollo y acceso a las telecomunicaciones, existe mucha controversia en el país ante la actitud reguladora gubernamental, ya que si bien es cierto que la estructura de los medios y de las telecomunicaciones venezolanas han sido predominantemente privadas, en los últimos años los sectores comunitarios y los productores independientes ganan terreno en el otorgamiento de concesiones y permisos, lo cual unido a la **nacionalización de empresas del sector de gran peso como la CANTV (telefonía fija e Internet) y MOVILNET (telefonía móvil), y a la creación creciente de medios del Estado que se unen a los ya existentes (Venezolana de Televisión, Telesur, TVES, VIVE TV, VALE TV, Canal de la Asamblea Nacional ANTV, Radio Nacional de Venezuela, la web aporrea.com)**, ha sido visto como un indicador peligroso de concentración a favor de intereses gubernamentales antes que de servicio de interés público en su amplio sentido.

Para contrarrestar los ataques, CONATEL, en un informe a finales del 2006, indicaba que el 75,8% del espacio radioeléctrico estaba en manos privadas ya que en frecuencia FM los medios privados ocupaban un 71,31%, ante un 1,62% de los medios públicos; mientras que en la banda UHF, el sector privado tiene el 56,41% del total nacional y el oficial apenas un 7,69, y en VHF el 95,23% pertenece a las empresas privadas frente al 4,76% del Estado. (Palma, 2007b:2-3). Este organismo insiste que dentro de las políticas del Gobierno Bolivariano de Venezuela, en cuanto a telecomunicaciones y comunicaciones audiovisuales, está la de garantizar no sólo la apropiación social de las comunicaciones sino democratizar los accesos y la participación de todos los ciudadanos.

Aunque las iniciativas de planes y políticas del Gobierno se comienzan a implementar, lo que aún no se ha producido es una concertación entre todos los sectores involucrados: Gobierno, sector privado, comunidades organizadas, organismos no gubernamentales, en torno a cómo poner en práctica medidas consensuadas que favorezcan a la sociedad civil sin que eso implique enfrentamientos políticos y sea el reflejo de un clima de

tolerancia y respeto mutuo, ya que a fin de cuentas los afectados directos de la ausencia o presencia de políticas en este sector son los usuarios. La existencia de una polarización exagerada y la lucha de intereses han prevalecido y no se ha llegado a un acuerdo para definir los lineamientos mínimos de convivencia pacífica entre el Estado y los medios privados que continúan siendo los mayoritarios en el país.

Las acciones del Estado para frenar la concentración de los medios se recogen desde la misma Constitución Bolivariana de 1999, pasando por la Ley de Telecomunicaciones (artículos 3, 5, 6, 7, 8, 9, 15-4, 16) y la Ley RESORTE (artículo 1); sin embargo, en la práctica los medios de comunicación más consolidados a nivel nacional, de mayor trayectoria, cobertura y penetración en los hogares venezolanos, que son de carácter privado, muestran grados de concentración desde mucho antes de la llegada al poder del actual presidente Hugo Chávez, en 1999.

Lo que ocurre, según un estudio realizado por Pineda y otros (2007a), es que esa concentración no es multimediativa o diagonal, es decir, con propiedades cruzadas en varios medios diferentes (radio, prensa y TV); el medio nacional que más se acerca a este tipo de concentración es Radio Caracas, del grupo 1BC, el cual comenzó a emitir en el 2007 por señal de cable al no serle renovada su concesión por parte del Gobierno, que incursiona en el negocio de la televisión, radio, prensa, discos y videos; seguido del canal Venevisión, del Grupo Cisneros, que sólo incursiona en el sector de radio y televisión, mas no en prensa.

Tampoco ningún medio privado venezolano tiene concentración vertical completa, es decir, en todas las fases del proceso productivo (de insumos, de producción y de distribución de mensajes o contenidos) de un mismo tipo de medios (radio, TV o Prensa), porque a pesar de que los diarios de mayor circulación nacional (*El Nacional* y *El Universal*) incursionan en el campo de la producción y distribución de periódicos, no producen su insumo básico, el papel, que está regulado por el Gobierno, como bien escaso. Tampoco en la radio (Unión Radio, Circuito Belfort, FM Center) y en la televisión hay concentración vertical típica que abarque las tres fases, ya que los insumos de estas industrias audiovisuales son básicamente importados.

Lo que tiende a predominar en Venezuela es un tipo de concentración menos compleja y diversificada, la **horizontal o monomedia**, es decir, aquella que abarca a varios medios de un mismo tipo, como las cadenas de emisoras de radio o de varios canales de televisión, o diarios, revistas y libros para los medios impresos. Incluso un canal de televisión de señal abierta, de gran cobertura nacional, Televen (2do. lugar, después del retiro de la concesión de RCTV en mayo de 2007), no posee ningún tipo de concentración mediática.

Aunque la concentración es vista como un indicador que atenta contra la democratización de las comunicaciones, contra la pluralidad y el acceso de todos los sectores, lo que se observa en Venezuela es que aunque los medios siguen siendo privados en su mayoría, en la actualidad, las nuevas normativas han ayudado a la diversificación de actores comunicacionales (productores independientes, comunitarios, ONG) y a la aparición de radios y periódicos comunitarios y alternativos, de una red de televisiones regionales y locales (TVR) y nuevos canales de TV del Estado.

Si bien todas esas iniciativas muestran un interés por revertir la situación de comunicaciones en Venezuela en los últimos años, con las meras iniciativas no basta, porque hace falta una integración de las políticas de comunicación y lograr un consenso, mediante la negociación, que permita definir unas reglas claras respecto al rol que deben cumplir los medios, y mantener una relación equilibrada con el sector privado, que al fin de cuentas posee los más importantes medios de comunicación en el país, tanto en facturación de publicidad y de ingresos como en audiencias. En la medida en que sea posible una convivencia pacífica entre los medios públicos y los medios privados, ganarían la democracia, la tolerancia y el respeto mutuo. Lo cual establecería un clima de apertura y participación de todos los ciudadanos afectados.

También se hace necesaria una revisión del concepto de «**servicio público**» prevaleciente en Venezuela, ya que se ha tendido a considerar que lo público es lo gubernamental y se lo ha vinculado estrechamente con los gobiernos de turno, de modo que los denominados canales públicos, pagados con el erario público, han sido la mayoría de las veces reflejo directo de las directrices emanadas del poder gubernamental, olvidándose que lo públi-

co remite a lo que sea de interés común, de la vida y patrimonio compartido de los ciudadanos, a lo que puede ser sujeto a visibilidad pública o a la deliberación (Caletti, 2007:197).

El concepto de «lo público» en el campo de las comunicaciones no debe confundirse con «lo universal», en el sentido de que lo primero se refiere a lo que afecta los intereses de todos y en consecuencia debe estar desligado de un sector de poder determinado, es decir, lo público como espacio sujeto al escrutinio del pueblo, de los electores, de los ciudadanos; mientras que lo segundo debe referirse a aquellos servicios a los que todos debemos tener accesos como derecho igualitario de disponibilidad y disfrute colectivo. Y aunque ambos conceptos son fundamentales para la democracia, en lo que se refiere a las comunicaciones, lo público como relacionado con la cosa pública, con el bien común, debe abrirse a la posibilidad de rendición de cuentas a la sociedad, debe mantener un equilibrio que dé cabida a la pluralidad de ideas, corrientes y opiniones, y al mismo tiempo garantizar la protección de los ciudadanos contra los abusos de poder.

Y es que lo público, en la actualidad ya no es homogéneo y armónico de por sí, sino diverso y lleno de conflictos, por lo que incluye no solamente a la esfera de «lo oficial», que busca homogenizarnos de forma paternalista con la excusa de salvaguardar nuestros derechos pú-



blicos, sino a microsferas de públicos contestatarios, de excluidos, que surgen de diversos espacios (urbanos, globales) y que reclaman su derecho a ser reconocidos en el debate de los asuntos públicos. Se trata ahora de la configuración de un espacio público donde la política producida por los ciudadanos se ubica con plenitud en el espacio público y, por extensión, en la vida social (Caletti, 2007: 248).

Lo anterior significa que más que una disyuntiva entre medios públicos y privados, entre libertad de expresión y libertad de prensa, debemos considerar el derecho ciudadano de tener libertad de acceso a la información pública, a la rendición de cuentas y a la participación en la esfera pública (Pineda, 2007b:104). Es por ello que la defensa del concepto de servicio público implica en la actualidad del país, no sólo luchar por que los

medios de titularidad pública dejen de ser voceros gubernamentales exclusivos o por que el Estado aplique medidas restrictivas y de control a los medios privados, sino para que, por mandato legal, se garantice el derecho de movimientos sociales y sociedad civil, tanto al acceso y control de los medios como a la producción de la agenda de los asuntos públicos (Bonilla, 2007:26).

Considerando que son los medios públicos los que deben garantizar a la ciudadanía sus plenos derechos de información y de comunicación, debemos velar por que ellos recuperen, según Villanueva (2005: 196), sus tres objetivos esenciales en cualquier sistema democrático:

- Brindar información veraz, imparcial y equilibrada sobre los hechos noticiables de interés público.
- Otorgar espacios de expresión plurales y equitativos a las distintas corrientes y posturas políticas, sociales y culturales que tienen vida política en el seno de un país.
- Promover programas educativos y de esparcimiento compatibles con los valores democráticos que nutren a la sociedad civil y que norman la conducta de la sociedad política.

2. LOS OBSERVATORIOS COMO ESTRATEGIAS DE MONITOREO Y SEGUIMIENTO DE LO PÚBLICO

Como entendemos lo público como lo sujeto al interés de los ciudadanos, partimos del principio de que tanto los medios privados como los no privados debieran estar sujetos a la vigilancia social, sobre todo si se considera que los medios son instituciones que deben representar, por delegación de la sociedad a la que sirven, los intereses de su comunidad.

Asimismo, si tomamos en cuenta que en la actualidad se han producido nuevas formas de organización de la ciudadanía, donde participan comunidades, organizaciones no gubernamentales, grupos sociales excluidos, es explicable entonces que se estén produciendo experiencias nuevas de ejercicio de la vigilancia y el seguimiento del comportamiento de los medios masivos en nuestras realidades sociales. Es así como la existencia

de las veedurías, en un primer momento, y luego de los observatorios, ha facilitado esa labor de supervisión y control social de la función de los medios, de sus modos de cobertura y tratamiento de los hechos, de sus responsabilidades sobre los acontecimientos políticos y sociales, y de sus niveles de orientación hacia sus públicos.

Este fenómeno parece responder a la reivindicación del derecho a ser visto y oído, según lo planteado por Martín Barbero (2003), que ha llevado a que hoy todo pueda ser sometido a monitoreo y seguimiento, sobre todo los medios masivos, por su importante y estratégico rol en cuanto a la orientación de la opinión pública y en cuanto a que ellos mismos han aumentado su papel como instancia de visibilidad en la democracia, que ha transformado la vida pública en las democracias modernas (Bonilla, 2007:20).

La observación mediática es, pues, una tarea que desempeñan actualmente organizaciones no gubernamentales, universidades, entidades de gobierno y hasta grupos de la sociedad civil, que si bien han partido básicamente de estudios de coyuntura o monitoreo de lo que pasa y presentan los medios en un período determinado, podrían tener a futuro una permanencia más sólida si dichos estudios los acompañan de análisis de contexto y de perspectiva con los escenarios a corto y largo plazo.

Como experiencias nuevas, los Observatorios de Medios deben consolidarse a través de una investigación permanente que no sólo se sustente en los datos empíricos recogidos sino en la producción de teorías y fundamentos conceptuales que permitan explicar y comprender los problemas, especialmente de aquellos vinculados con la vida de la gente en nuestras sociedades (derechos humanos, ecología, salud, vivienda, seguridad), y que lo hagan de una forma equilibrada, es decir, donde el monitoreo incluya muestras de medios de diversas tendencias, tanto públicos como privados, a modo de poder hacer comparaciones.

Pero con el simple rastreo de lo que pasa a través de los medios no basta; es necesario que los observatorios busquen formas de poder ejercer influencia sobre la toma de decisiones en el campo social, para lo cual tienen que buscar alianzas no solamente con los ciudadanos afectados (organizaciones civiles, sindicatos, organismos municipales, movimientos

comunitarios), lo cual es sumamente importante para garantizar la participación social y darle protagonismo al conocimiento popular, no experto, sino con organismos internacionales de peso, los cuales ayudarían a darle fuerza a los datos y resultados de los observatorios mediáticos.

Los observatorios podrían servir también para que las investigaciones académicas provenientes de las universidades y organismos científicos y tecnológicos puedan ser expandidas hacia la sociedad a la cual sirven y vincular de ese modo a estas dependencias con el entorno. La investigación aplicada que pueda emanar de los observatorios, además de constituirse en un tipo de investigación no académica sino extra-universitaria, podría ser utilizada dentro de una estrategia de negociación política y presión de las comunidades para que los enfrentamientos entre los medios públicos y los privados no se conviertan en una temática polarizada que desoiga las exigencias de la sociedad civil sobre la necesidad de pluralidad, consenso y equilibrio.

CONCLUSIONES

1. En nuestro contexto de democracias no consolidadas, la disyuntiva entre medios públicos y privados no agota el tema de la participación ciudadana en el escenario de lo público; lo importante es garantizar a la sociedad civil sus derechos de participación, de acceso, y de exigir a ambos sectores rendición de cuentas sobre la responsabilidad de ellos para con la comunidad a la cual sirven.
2. Se hace necesario desligar el debate de los medios de la fuerte polarización política y para ello es fundamental la intervención de organismos y grupos de la sociedad civil para la conformación de un espacio de negociación y consenso sobre unos mínimos de convivencia pacífica y de tolerancia de los puntos de vista divergentes.
3. Sin ese clima de entendimiento entre las partes involucradas será difícil recoger frutos concretos de cualquier política que se establezca en el sector. La imposición de unos lineamientos o marcos regulatorios a la fuerza por parte del Estado, sin haber sido el resultado de acuerdos conjuntos, no permite avanzar por el bien común, el de

los ciudadanos, sino que genera mayor resistencia, rechazo y descontento, el cual se va extendiendo cada vez más entre diversos sectores de la población.

4. Ante el alto nivel de pugnacidad, la sociedad civil comienza a organizarse a través de modalidades como las veedurías y los observatorios para defender sus derechos y hacer valer sus razones, esta vez armándose de datos e informaciones concretas sobre el comportamiento de los medios privados y públicos. Experiencias que aunque incipientes, cada vez van ganando espacio en nuestras realidades latinoamericanas.

BIBLIOGRAFÍA

BONILLA, J.I.

2007 «Lo público en los medios. Reflexiones sobre comunicación, democracia y ciudadanía». Memorias V Encuentro Nacional de Investigadores de la Comunicación. ABOIC. Sucre-Bolivia, 20 al 21 abril, pp. 19-30.

CALETTI, S.

2007 «Repensar el espacio de lo público. Un esbozo histórico para situar las relaciones entre medios, política y cultura». *Boletín de la Biblioteca del Congreso Nacional* N° 123. Buenos Aires-Argentina, pp. 195-252.

MARTÍN BARBERO, J.

2003 *Oficio de cartógrafo. Travesías latinoamericanas de la comunicación en la cultura*. FCE, Colombia.

PALMA, Manuel

2007a. «Desde el 2000 se han creado 195 medios alternativos». *Diario Panorama*, 23 de mayo: 2-6, Maracaibo.

PALMA, Manuel

2007b. «El sector privado concentra el 75% del espacio radioeléctrico del país». *Diario Panorama*, 31 de mayo: 2-3. Maracaibo.

PINEDA, M.; PAZ, A.; DURANTE, E. y ROMERO, S.

2007a. «Medios y democracia en Venezuela». Trabajo inédito. Universidad del Zulia. Octubre. Maracaibo-Venezuela.

PINEDA, M.

2007b. «Gobernabilidad, comunicación y exclusiones sociales en América Latina. Una agenda para investigar». *Revista ORBIS*, Año 3, N° 7. Noviembre. Fundación Unamuno. Maracaibo-Venezuela, pp. 93-106.

VILLANUEVA, E.

2005 «Medios y derecho: Viejos problemas, nuevas soluciones», en Lozano, J.C (Edit.). *La comunicación en México. Diagnósticos, balances y retos*. CONEICC/ITESM. Puebla-México, pp. 189-206.

CARLOS EDUARDO
COLINA SALAZAR
(Venezuela)

Sociólogo de la Facultad de Ciencias Económicas y Sociales de la Universidad Central de Venezuela (UCV, 1984). Título de Especialista en «Sociología del Consumo: Teoría y práctica de investigación de mercados» (1991-1992) de la Universidad Complutense de Madrid. Asistió y aprobó los cursos doctorales de Teoría de la Comunicación (1989-1991) en el Departamento Interfacultativo de Sociología IV de la misma universidad. Profesor de pregrado y postgrado en la Escuela de Comunicación Social y en la maestría de Comunicación Social de la UCV. Profesor asociado, Investigador del Instituto de Investigaciones de la comunicación (ININCO), de la Facultad de Humanidades y Educación de la UCV desde el año 1993. Coordinador de la Maestría en Comunicación Social de la Universidad Central de Venezuela (2004-2006). Investigador acreditado por el Programa de Promoción del Investigador (PPI) desde el año 1995 con la categoría vigente de Nivel III. Es coautor, autor o compilador de dieciséis (16) libros en el área de la comunicación social, cultura y TIC, y de numerosos artículos en revistas arbitradas y especializadas, nacionales e internacionales. Bajo la figura de investigador asociado al Centro de Investigaciones de la Comunicación (CIC) de la UCAB (1999) publicó en el año 2002 *El lenguaje de la red (Hipertexto y Postmodernidad)*, Caracas, UCAB. Premio Nacional del Libro 2003 del Centro Nacional del Libro (CENAL). Mención honorífica en la categoría de Ciencias Sociales por *Mediaciones digitales y globalización* (Caracas, Comisión de Estudios de Postgrado [CEP] de la Facultad de Humanidades y Educación [FHE] de la UCV). Premio Nacional del Libro 2005 en Comunicación por *Ciudades mediáticas* (Caracas, CEP, FHE, UCV). Es también compilador y coautor de «*Ciudades Glocales. Estéticas de la vida cotidiana en las urbes venezolanas*» (Caracas, ININCO, UCV, 2007). Miembro del Consejo Editorial del *Anuario Ininco / Investigaciones de la Comunicación*.
Correo electrónico:
carecol@gmail.com; carecol@hotmail.com
Teléfono ININCO -UCV: +58 212 6930077



La comunicación poshumana¹. Implicaciones de la ontología cyborg

Post human communication.
Implications of the cyborg ontology

Recibido: 16 /06/ 2009

Aceptado: 30 /06/ 2009

Ponencia presentada en el V Seminario Latinoamericano de Investigación en Comunicación ALAIC 2009, en la UCAB, Caracas, el día 10 de junio de 2009.

©De conformidad por su autor para su publicación.

¹ El bioquímico Malvin Klein empleó por primera vez el término poshumano en 1966 para aludir a las formas de vida extraterrestres. En 1977, Ihab Hassan lo usó para referirse al fin del humanismo, pero no fue sino hasta los años noventa cuando se popularizó con la «teoría poshumana o poshumanista».

RESUMEN

CARLOS EDUARDO COLINA SALAZAR

La comunicación poshumana. Implicaciones de la ontología cyborg

En una primera aproximación a un problema hipercomplejo, el autor describe, en primer lugar, el proceso fáctico e irreversible de ciborgización del ser humano, en el cual la medicina de punta tiene un papel crucial. Además, de las versiones hollywoodenses de cyborgs patriarcales encontramos las novedosas reconceptualizaciones de las feministas de cara a resistir una realidad androcentrista. Las biotecnologías y las TIC se constituyen en ejes ciborgizadores que constituyen un cuerpo textual que puede resemantizarse de manera irónica. Se realiza un análisis crítico del gran aporte de teórica feminista Donna Haraway. La relación cultura-naturaleza establece una dicotomía obsoleta del pensamiento occidental que se presupone la existencia un hombre universal. De la deconstrucción de ese binomio moderno se ha pasado a un monomio posmoderno. La doctora en filosofía Teresa Aguilar García establece una importante tipología de tres visiones de la relación hombre, naturaleza y tecnología, a la cual nosotros agregamos un cuarto enfoque. La figura híbrida del cyborg socava los conceptos tradicionales de naturaleza, cultura, humanismo, género sexual, y una serie de dualismos clásicos: sujeto/objeto, organismo vivo/máquina muerta, entre otros. Empero, esta perspectiva no es consensual, porque para algunas feministas este ícono no abre, necesariamente, verdaderas fisuras a los esquemas culturales vigentes. Finalmente, la muerte del humanismo tradicional y la irrupción del inhumanismo nos confrontan otra vez con la imperiosa necesidad de una ética planetaria que incorpore, entre otros aspectos, ciertos principios de las tradiciones filosóficas orientales. Ante un tecnocuerpo irreversible se plantea una biotecnética.

Descriptor: Cyborg / Inhumanismo / Transhumanismo / Feminismo / Biotecnética / Comunicación / Poshumanismo.

ABSTRACT

CARLOS EDUARDO COLINA SALAZAR

Post human communication. Implications of the cyborg ontology

At a first review to a hypercomplex problem, the author describes first of all the factual and irreversible process of becoming the human being into a cybernetic organism, in which medicine plays a key role. Also, out of the Hollywood versions of patriarchal cyborgs, we find the feminists' innovative reconceptualizations so as to endure an androcentric reality. Biotechnologies and Information and Communication Technologies (ICT) are developed in cyborg axis, which constitute a textual body that might resemantise ironically. It is critically analyzed the feminist theory of Donna Haraway. The relation culture-nature establishes an obsolete dichotomy of the western thought, which preconceives the existence of a universal man. From the deconstruction of that modern binomial, it has raised a postmodern binomial. Ph.D Teresa Aguilar García establishes a significant typology with three perspectives for the relation man-nature-technology, to which we add a fourth approach. The hybrid figure of the cyborg undermines the traditional concepts of nature, culture, humaneness, sex gender and a series of classic dualisms: subject/object, living organism/dead machine; among others. However, this is not a consensual perspective, since for some feminists this icon does not necessarily open real breaches to the current cultural thinking. Finally, the death of the traditional humaneness and the break-in of the inhumane aspect make us face once again the urgent need of a planetary ethics that joins, among other issues, some principles of the eastern philosophic traditions. A biotech ethics is proposed before the irreversible techno body.

Key words: Cyborg / Humanism / Transhumanism / Feminism / Biotech ethics / Communication / Post humanism.

RÉSUMÉ

CARLOS EDUARDO COLINA SALAZAR

Communication post-humain. Implications de l'ontologie cyborg

Dans une première approche d'un problème hypercomplexe, l'auteur décrit, en premier lieu, le processus de fait et irréversible de ciborgisation de l'homme dans lequel la médecine joue un rôle crucial. En outre, les versions hollywoodiennes du roman sont reconceptualisations cyborgs féministes patriarcales résister face à une réalité androcentrique. Biotechnologies et les TIC constituent des axes ciborgizadores qui constituent un corpus de textes qui peuvent resemantized tellement ironique. Nous avons effectué une analyse critique de la grande contribution de théoricienne féministe Donna Haraway. La culture de relation de nature met en place une dichotomie obsolètes dans la pensée occidentale qui pré-suppose un homme universel. Dans la déconstruction du binôme modernes déplacé vers un postmoderne monôme. Le philosophe Teresa Aguilar García dessine une typologie important des trois visions de la relation entre l'homme, nature et technologie, à laquelle on ajoute une quatrième approche. La figure hybride du cyborg sape les concepts traditionnels de la nature, la culture, l'humanisme, le sexe, et une série de dualismes classique: sujet / objet, des organismes vivants / morts machine, parmi d'autres. Mais cette vision n'est pas consensuelle, car pour certaines féministes sur cette icône ouvre fissures pas nécessairement vrai les cadres culturels. Enfin, la mort de l'humanisme traditionnel et l'émergence de inhumanism nous confronter à nouveau avec le besoin urgent d'une éthique globale qui intègre, entre autres, certains principes de traditions orientales philosophique. Face à un corps techno soulève un biotecnética irréversible.

Mots clés: Cyborg / Inhumanism / Transhumanism / Féminisme / Biotecnética / Communication / Post-humaniste.

RESUMO

CARLOS EDUARDO COLINA SALAZAR

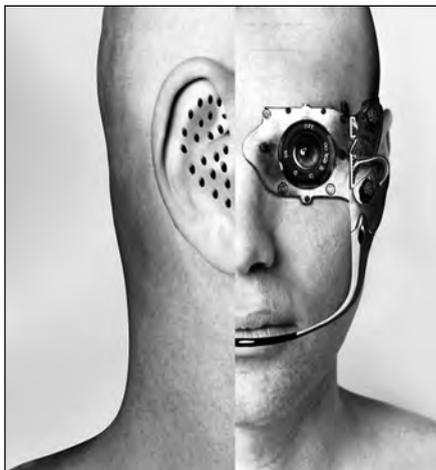
Comunicação poshumana. Implicações da ontologia do cyborg

Uma aproximação ao problema hipercomplexo, o autor descreve primeiramente o processo fáctico e irreversível de transformar o ser humano num organismo cibernético, no qual a medicina tem um papel chave. Também, fora das versões de Hollywood de cyborgs patriarcais, encontramos as novas versões feministas para confrontar a realidade androcêntrica. A Biotecnologia e as Tecnologias de Informação e Comunicação (TIC) constituem-se em eixos de organismos cibernéticos, o qual representa um corpo textual que poderia dar um novo significado do irônico. Realiza-se uma análise crítica da teoria feminista da Donna Haraway. A relação cultura-natureza estabelece uma dicotomia obsoleta do pensamento ocidental, o qual preconcebe a existência de um homem universal. Ao desconstruir esse binômio moderno, tem-se passado a um binômio posmoderno. A Dra. Teresa Aguilar Garcia estabelece uma tipologia importante com três perspectivas para a relação homem-natureza-tecnologia, à qual nós agregamos um quarto enfoque. A figura híbrida do cyborg solapa os conceitos tradicionais de natureza, cultura, humanismo, gênero sexual e uma série de dualismos clássicos: sujeito/objeto; organismo vivo/máquina morta; entre outros. No entanto, esta não é uma perspectiva consensual devido a que algumas feministas acham que estes ícones não abrem verdadeiras fissuras ao pensamento cultural atual. Finalmente, a morte do humanismo tradicional e a irrupção do aspecto inumano nos fazem enfrentar novamente a urgente necessidade de uma ética planetária que uma, entre outras coisas, alguns princípios das tradições filosóficas. Propõe-se uma ética biotecnológica perante o irreversível tecnocorpo.

Palavras-chave: Cyborg / Humanismo / Transhumanismo / Feminismo / Ética biotecnológica / Comunicação / Poshumanismo.

ONTOLOGÍA CYBORG

En 1960, año de mi nacimiento², Clynes y Kline (*Astronáutica*) definen por vez primera al Cyborg³ como un individuo mejorado capaz de adaptarse y sobrevivir en el espacio extraterrestre. No estamos ya ante el engendro horroroso del relato clásico del Franksenstein (1818) de Mary Shelley, de comienzos del siglo diecinueve.



A posteriori, desde la década de los años ochenta y noventa del siglo veinte nos visitan en la pantalla grande las versiones musculosas y patriarcales de cyborgs, en especial la saga hollywoodense de los *Terminator*, que se prolonga con la cuarta versión reciente de Joseph McGinty Nichol (McG): *Terminator Salvation* (2009). Arnold Schwarzenegger es sustituido este año por otro actor igualmente austríaco hiper-viril: Roland Kickinger.

De manera innovadora, desde el feminismo, Donna Haraway celebra la hibridez y conceptualiza al cyborg como «un organismo cibernético, un híbrido de máquina y organismo, una criatura de realidad social y también de ficción» (Haraway, 1991). De hecho, en este ícono posmoderno se combinan lo orgánico y lo inorgánico.

Efectivamente, en la actualidad la medicina de punta permite que muchos pacientes traumatológicos (implantes óseos), cardíacos (marcapasos), renales (máquinas de diálisis) y seropositivos (antirretrovirales) sobrevivan gracias a componentes tecnológicos. Por la generalización de su empleo y por el refinamiento técnico alcanzado, las prótesis dentales son tan comunes como imperceptibles.

Más allá de los logros en la salud funcional, los diversos avances de la cirugía plástica son evidentes, *verbigratia*, los resultados estéticos de los

² Como se verá en una futura publicación propia en proceso de edición, esta autorreferencia no tiene un cariz narcisista, sino que establece la intertextualidad entre este ensayo y el futuro libro.

³ Acrónimo del inglés *cybernetic organism*, organismo cibernético.

implantes mamarios. Hasta el propio rostro, que otrora solía ser esgrimido como cara franca de la identidad, ahora puede ser el producto de una intervención técnica de carácter permanente o provisorio. La serie *Nick & Tup* revela que la manipulación del cuerpo puede presentarse con un tinte pornográfico, y por qué no, también disfrutarse. No obstante, el goce de la sexualidad desaparece, entre otras cosas con el caso de los *bebés probeta*, porque la fecundación se produce *in vitro*.

Según Chris Hables Gray, el cyborg inaugura la era de la poshumanidad (citado por Aguilar, 2008:15), en la cual es posible manipular los genes corporales. Este autor establece una tipología de cyborgs contemporáneos que se basa en los niveles de integración entre el ser humano y la máquina, a saber, los *simple controllers*, los *bio-tech integrators* y los *genetic cyborgs*. En suma, pareciera que hemos dejado de ser una carne estática para transformarnos en información modificable.

EL CUERPO TEXTUAL

Las biotecnologías y las tecnologías de la comunicación y la información construyen hoy día el cuerpo humano. De hecho, se han transformado en sus ejes cyborgizadores. Por una parte, históricamente, después de lograr el acceso a su interior anatómico, se procede a codificarlo. En 1953 Watson y Crick describen la estructura helicoidal del ADN; en 1973 Stantey Cohen y Herbert Boyer descubren el ADN recombinante y, ya en los albores de nuestro milenio, se reveló el proyecto de secuenciación del genoma humano, dando lugar al cuerpo textual. Para Ilya Prigogine, la evolución es la acumulación de complejidad, es decir, la acumulación de información. En el arte contemporáneo el cuerpo puede ser una interfaz, un enlace con la biología y el lenguaje. En realidad, todos los cuerpos están escritos por dentro (código genético) y muchos, por fuera, mediante tatuajes y piercings. Además, están escritos



exteriormente por la indumentaria y de manera pasajera por la moda. Por otra parte, en algunas modalidades comunicativas de la red de redes se diluye el cuerpo físico.

El surgimiento de una figura híbrida socava los conceptos tradicionales de naturaleza, cultura, humanismo, entre otros. Al tecnocuerpo se le aplica la hermenéutica del paradigma de la información y el código. La dicotomía clásica sujeto/objeto se supera para arribar a una nueva ontología. Según Aguilar (2008), el temor de la cosificación corporal ha remitido porque el cuerpo humano ha vuelto a apropiarse de la tecnología. «... El ser humano es objeto porque tiene cuerpo, pero es también sujeto porque tiene conciencia...» (Idem:11).

En esta línea de ideas se señala el tránsito del cuerpo sujeto a la biopolítica, al cuerpo textual de la ingeniería genética, definido como un lenguaje o código escrito (genético). El individuo, en tanto sistema biótico de información, no es más que un componente adicional del sistema. Estas nuevas relaciones entre cuerpo y lenguaje marcarían la metamorfosis a un estado poshumano.

LA REINVENCIÓN DIGITAL

Para la feminista Donna Haraway, esta hibridación catapulta mayores grados de libertad. El nuevo estado del ser nos desligaría de condicionantes como la raza, el género y la clase.

En realidad, la tecnociencia inventó la naturaleza, construyó el eje naturaleza-cultura como criterio clasificatorio y conformó lo que son las mujeres.

...La asociación cultural de la naturaleza con una feminidad pasiva y reificada, así como de la cultura con una masculinidad activa y reificadora, es fundamental en la formación de la ciencia occidental moderna. Cultura versus naturaleza, mente versus cuerpo, razón versus emoción, objetividad versus subjetividad, ámbito público versus ámbito privado, en cada una de estas dicotomías la primera ha de dominar la segunda y, en cada caso, sistemáticamente la segunda está asociada con lo femenino. Estas metáforas de género dualistas constituyen los cimientos del pensamiento científico supuestamente neutro con respecto a los valores (Wajcman, 2006:132).

Haraway apela a la tecnología para intentar la ruptura con un orden injusto y escapar de las mediatizaciones empobrecedoras, mediante un mecanismo simbólico, a saber, la escritura cyborg, en especial, las narraciones cienciaficcionales. El cyborg es un constructo imaginario que opera como metáfora de salvación a través de la tecnología. Estas narraciones se distancian del imaginario cinematográfico que perpetúa el falogocentrismo mediante un cyborg blanco, masculino y militarizado. «... Los cyborgs de la ciencia-ficción feminista ponen en tela de juicio el estatuto de “humano” en tanto representante de una raza, una entidad individual y un cuerpo...» (Aguilar, 2008:19).

La tecnología, en tanto naturaleza reinventada, nos permite romper con nuestra condición de ser humano idéntico, fijo y estático, y escapar del laberinto de los dualismos. Es una ruptura paradójica porque se produce mediante la superación de nuestra condición humana primera. Al contrario del planteo clásico de la «desalienación», es la alianza con la máquina la que garantiza la «liberación» de un ente que ya no es humano en el sentido tradicional. La nueva ontología se encuentra a medio camino entre la realidad y la ficción.

El cyborg, híbrido de humano y máquina e hijo bastardo de las sociedades occidentales, se emplea como metáfora subversiva ante el contexto androcentrista. Es un personaje entre la ficción y la realidad. La escritura cyborg utiliza un lenguaje irónico: «...rompe las barreras entre lo natural y lo artificial, lo humano y la máquina, lo biológico y lo artificial, y genera identidades deslocalizadas no genéricas» (Idem: 108). La dicotomía entre organismo vivo y artefacto muerto también parece diluirse.

Haraway logra extraer del marxismo tanto el esencialismo como el naturalismo. La «alienación» tecnobiológica es precisamente la herramienta de «liberación» del sujeto posmoderno. La «alienación» termina siendo un instrumento de lucha que subvierte la realidad cosificada.

... El motor de la lucha social (...) ya no tiene en su base la idea conservacionista de un sujeto que se preserva como ser biológico pensante y hace de ello una esencia universal que quiere ser pura luchando contra las enajenaciones (Aguilar, 2008:85).

No obstante, si bien Haraway rechaza las definiciones universales y suscribe los posicionamientos parciales y las estrategias de acción situadas⁴, también preserva, desacertadamente, las estructuras de dominación política como dimensión totalizante. En este sentido, la autora es deudora de un concepto simplista, unidimensional y negativo del poder, que ignora los aportes de otros autores como Giddens (1995), para quien es insoslayable también su vertiente positiva y constructiva. El poder no es sólo algo externo y constrictivo, al estilo durkheimniano del individuo que en una asamblea aplaude porque el resto lo hace. El poder es también poder hacer. No se reduce a una dicotomía fosilizada dominante/dominado, sino que por el contrario es polimorfo, como acertadamente planteó Foucault (1993). Es descendente, pero también ascendente, reticular, poroso y oblicuo. Ante un poder, surge un contrapoder (Galbraith, 1989), y la relación entre las partes involucradas es cambiante y dinámica (Elias, 1994). Los roles suelen intercambiarse, la «víctima» puede transformarse en victimario pero la lucha política suele petrificarla en su rol inicial.

Por otra parte, si bien el marxismo contiene elementos relevantes para una crítica de las sociedades occidentales capitalistas, cuando opera como ideología en el poder, está aunado a tendencias opresivas, autoritarias y totalitarias. Después de la caída del muro de Berlín, cualquier metanarrativa de la salvación, en este caso, tecnológica, causa, por lo menos, suspicacia. En este sentido, el intento de conciliación que realiza Haraway entre el posmodernismo y el feminismo socialista es harto insatisfactorio. A diferencia de otras feministas, no explicita nociones clave del pensamiento liberal, que son fundamentales para la reconstrucción política y redemocratización de la democracia (Mires, 2001), que implica, por cierto, un equilibrio dinámico entre mercado y Estado. No obstante, sus aportaciones teóricas en general y al reconocimiento fáctico de la diversidad sexual son inconmensurables.

Como muchas otras feministas que apelan al marxismo, reintroduce el reduccionismo de clase (sexual) en el terreno de los géneros. En su intento de alejarse del dualismo, paradójicamente, lo resitúa, en el plano sociopolítico,

⁴ La autora afirma, atinadamente, que todos los conocimientos son contingentes, situados y localizados.

en la dicotomía clásica entre «dominación» y «emancipación» (liberación). El marxismo es heredero, en este caso, de la tradición judeo-cristiana de la salvación, y, a nuestro pesar, no hay un momento de emancipación definitiva ni un mesías que la propicie. Si hay «salvación», ésta será individual, espiritual, interna y cotidiana. No tenemos que buscar un John Connor (Christian Bale) predestinado a liderarnos para evitar cualquier posible aniquilación. Ante la eventualidad de esta última, no hay una solución colectiva única ni conclusiva, ni exenta de nuevas reformulaciones.

¿MÁS ALLÁ DE LA BIOPOLÍTICA DE FOUCAULT?

Para Donna Haraway, en términos foucaultianos, los cuerpos habían estado sujetos a la política y al poder, porque no se habían tornado aún cuerpos legibles, textuales, es decir, sujetos a la reescritura y la reinención. La naturaleza textual podría hacernos libres.

Sin embargo, en la actualidad, se crean redes y comunicaciones, en donde el control social se efectúa sobre los textos y las superficies.

Los métodos de la clínica requerían cuerpos y trabajos, nosotros tenemos textos y superficies. La normalización da paso al automatismo, redundancia completa. El discurso de la biopolítica da paso al *tecnobable* (Haraway, 1995:259).

Para Haraway, la biopolítica de Foucault es insuficiente en la era cyborg porque la medicalización y la normalización ya no son formas de control social que funcionen. No obstante, podemos afirmar, disintiendo de Haraway, que ambos mecanismos siguen operando con fuerza en ciertos ámbitos sociales. En una suerte de prometeísmo extraviado, la voluntad de poder de la biología actual, no es un secreto que, sin unos límites bioéticos definidos, puede conllevar a una medicalización creciente de la existencia humana.

Al igual que Foucault, Haraway habla de estructuras de dominación, presentes en las redes informáticas, pero que operan de manera diferente a las viejas estructuras jerárquicas. El individuo pasa a ser un componente más (biótico) del sistema de información, una máquina de comunicación

como las otras. La política de resistencia pasa por la asunción de nuestras identidades plurimorfas y cambiantes. Debemos apropiarnos de la ciencia y fagocitar (canibalizar) a la tecnología. El *tecnobable* es la *heteroglasia* y la poesía del cyborg que subvierte la prisión del lenguaje: «Irónicamente, quizás podamos aprender de nuestras fusiones con animales y máquinas como no ser un Hombre, la encarnación del *logos* occidental» (Haraway, 1991).

El sistema sexo-género es un paradigma obsoleto porque ambos se construyen socialmente.

El sexo que te provee un género, que te inscribe en prácticas sexuales establecidas por la sociedad disciplinaria constituye una lectura foucaultiana que, según Haraway, no explica la situación actual. Ahora, el discurso biopolítico será sustituido por la heteroglosia del cyborg como una ironía final sobre el lenguaje y toda su carga gramatical y performativa (Aguilar, 2008:112).

El travesti y el transgénero, con su transvase de un género a otro o la creación de un género indefinido, parecen ser, según la *teoría queer*, la solución física (operables) para romper con el imaginario binario y rígido de la modernidad.

Donna Haraway promueve un tipo de inhumanismo:

La humanidad es una figura moderna, y esta humanidad tiene una cara genérica, una forma universal. La cara de la humanidad ha sido la cara del hombre. La humanidad femenina debe tener otra forma (Haraway, 1992, citada por SIM, 2004:64).

La cultura y la naturaleza son mitos como conceptos universales en las que subyace la idea de un hombre que se cree también universal. Empero, la relación cultura-naturaleza establece una dicotomía obsoleta del pensamiento occidental. A la larga, el ser humano ha logrado ensamblar ambos polos. La naturaleza no es un ente estático que debe dominarse sino *un espacio creativo que puede y debe reinventarse*. Esto resulta una meta apremiante no sólo para el ciudadano global que está al día con los últimos informes ecológicos, sino también para quien haya visto la película *La Tierra* y tenga una visión Disney del planeta.

DEL BINOMIO CLÁSICO NATURALEZA/CULTURA AL MONOMIO POSMODERNO

En cuanto a la relación entre hombre, naturaleza y tecnología, Teresa Aguilar explicita tres posturas, a las que nosotros, sobre la base de su mismo texto, citado en este ensayo, agregaríamos una cuarta visión:

1. La ilustrada de la teoría crítica, aún marxista, que recogería la noción de naturaleza dominada.
2. La regresiva del anarcoprimitivismo neo-rousseauiano, que plantea la noción de naturaleza originaria, salvaje o primitiva, no dominada, y que conservaría la idea de la técnica como degradante para el humano.
3. La construccionista de Donna Haraway, que plantearía la noción de naturaleza reinventada, la construcción de ésta como un proceso cultural fundamental, sólo marxista en el sentido de que conserva la noción de dominación y pone sus esperanzas en que los oprimidos cyborgs se liberen a través del uso de la tecnología (Idem: 90).
4. La transhumanista-antihumanista por excelencia-, que elimina el segundo término del eje hombre-naturaleza tecnología, y acepta que esta última se sobreponga al humano en aras de una existencia inmaterial.

En la medida en que no se está interesado en el «rescate» de un ser humano, supuestamente no mediado por la tecnología, la tercera posición es antihumanista. En este caso, el cyborg emerge como una ontología política, como un sujeto que promete un mundo mejor.

El anarcoprimitivismo es un movimiento ecléctico que aglutina criticismo tecnológico, ecologismo, antiautoritarismo anarquista, crítica feminista y situacionista. En muchos casos reivindican una naturaleza que nunca existió.

La teoría transhumanista tiene una base institucional desde el año 1997, cuando se crea la World Transhumanist Association, que edita el

boletín electrónico *Journal of Transhumanism*. (). Con esta corriente, la *alienación* tecnológica llega al paroxismo y al monismo extremo de la desmaterialización completa del cuerpo humano. El ideal cartesiano de un alma sin cuerpo carnal se convierte en una realidad. A partir de una postura dualista, se plantea que la mente podría existir sin un cuerpo que la cree, mediante la transbiomorfosis. El desarrollo tecnológico permite un futuro sustancialmente diferente para el ser humano, el cual se convierte en un ser posbiológico. La conciencia se revaloriza como única entidad salvable del individuo.

... La desaparición de la materia, el sueño de una filosofía berkeleyana, es propugnada por la filosofía transhumanista que, nacida en los últimos años del siglo pasado, preludia un futuro inmaterial para la humanidad. Esta corriente pretende una abstracción real de nuestra materia orgánica o cuerpo a través de una descarga, o transbiomorfosis, que tradujera las relaciones neuronales de nuestras mentes a la memoria del ordenador (...) (Aguilar, 2008: 65-66).

Los transhumanistas

reivindican una huida hacia un futuro inmaterial que debe mucho a la tradición idealista, la cual encuentra al fin la posibilidad técnica de la conversión en espíritu puro de ese ser carnal que ya es pura idea perceptual. Se trata de un empirismo extrañamente mezclado con el positivismo científico y un idealismo subjetivo cuyos precedentes hay que buscarlos en Berkeley (*Idem*: 91).

En lo que respecta al *binomio cultura-naturaleza*, tecnófobos y tecnófilos oscilan desde la admisión única de uno de los términos, hasta la disolución de la díada por la identificación de sus partes. El naturalismo es el eje en torno al cual se articulan las posiciones humanistas y antihumanistas. Las primeras insisten en la separación del binomio en defensa del segundo término, porque conciben y desean resguardar un estado natural sin intervencionismo tecnológico. Las segundas, por el contrario, no creen en una esencia humana en nombre de una pretendida naturaleza no mediada. Así como el humanismo se relaciona con el naturalismo, el antihumanismo es culturalista. El binomio debe ser admitido como una pieza compacta que ha dejado de ser bipolar y que merecería un nombre propio. Haraway lo denomina

cyborg, acrónimo de organismo y cultura, de naturaleza e instrumento. Es así como el binomio pasaría a ser un monomio.

Sobre la base del Marx posterior al año 1845, Althusser (1977) ya había planteado, en los últimos años setenta, una crítica radical de las pretensiones teóricas del humanismo filosófico y lo definió como mera ideología. De esta manera se rechaza la filosofía idealista anterior y, sobre todo, una de sus bases fundamentales: la problemática de la naturaleza humana. Se distancia entonces no sólo del humanismo «burgués» o cristiano de la persona sino también del humanismo socialista, que comparten la idea de una esencia universal del ser humano. Es necesario prescindir de los servicios teóricos del «concepto de hombre», de la «idea de hombre».

En la ideología alemana, hablando de la idea de hombre y del humanismo, Marx señala que la idea de naturaleza humana, o de esencia del hombre, recubre un juicio de valor doble, precisamente la pareja humano-inhumano; y escribe (...) «Lo 'inhumano' tanto como lo 'humano' es el producto de las condiciones actuales; es su lado negativo (...)». La pareja humano-inhumano es el principio oculto de todo humanismo, el que entonces sólo es la manera de vivir-soportar-resolver esta contradicción. El humanismo burgués situaba al hombre al principio de toda teoría. Esta esencia luminosa del hombre era lo visible de un inhumano de sombras (...) (*Idem*:196).

Para Duque la naturaleza ya es técnica. Lo natural es:

La sedimentación de invenciones sociotécnicas que se aceptan como recursos dados inmediatamente para una comunidad, olvidando su origen (Duque, 1986; 25, citado por Aguilar, 2008:100).

Tanto para Morin como para Geertz, el binomio naturaleza-cultura es un par indisoluble. No existe naturaleza humana independiente de la cultura. El entrelazamiento del binomio aludido adquiere carácter rotundo luego de observar tan sólo un capítulo de un programa del canal por suscripción *Animal Planet*.

Edgar Morin habla de la unidualidad del ser humano para aludir esa doble coexistencia biológica y cultural-psíquica. Este autor supera esta oposición ontológica y crea un humanismo antihumanista:

(...) humanista porque salva la noción de hombre y su esencia, resistiéndose a su disolución foucaultiana, pero antihumanista porque asume las críticas filosóficas al humanismo tradicional (Aguilar, 2008: 105).

JEAN-FRANÇOIS LYOTARD Y LA OPOSICIÓN AL «INHUMANISMO»

En franca oposición al «inhumanismo», Lyotard plantea que está en juego la supervivencia de la humanidad, en un ejemplo más del disenso de la posmodernidad. El «inhumanismo» pretende erradicar la diferencia, que constituye lo propiamente humano.

Para que la IA verdaderamente devenga VA, de un tipo que pueda reemplazar lo humano en forma aceptable, debería incluir no sólo el sufrimiento y el género sino también un compromiso con la diferencia. El tenor general de lo inhumano es que la tecnociencia está incapacitada por naturaleza para adoptar semejante compromiso (...) (Sim, 2004:49-50).

Para Lyotard, el sistema intenta someter a los seres humanos a su voluntad en aras del progreso. En su colección de ensayos intitulada *Lo Inhumano*⁵, este autor plantea que el desarrollo incontrolado nos conducirá hacia una cultura basada en principios inhumanos.

La sospecha que delatan (en ambos sentidos de la palabra) es simple, a la vez que doble: ¿qué pasaría si los humanos, en el sentido que le da el humanismo, estuvieran en proceso de ser constreñidos para volverse inhumanos (esa es la primera parte)? Y (la segunda parte), ¿qué pasaría si aquello que es propio de la humanidad llegase a ser habitado por lo inhumano? (Lyotard, 1991:2, citado por Sim, 2004:36).

La tecnociencia intenta trascender la muerte del sol a través del control del pensamiento; no obstante, los filósofos tienen una responsabilidad con respecto al pensamiento, mientras los ordenadores sólo tienen tareas.

(Lyotard) «(...) expresa el temor a que los ordenadores sean eventualmente programados por los humanos para obtener el poder, con el objetivo de prolongar "la vida" una vez ocurrida la muerte del Sol» (citado por SIM, 2004:12-13).

⁵ Lyotard, Francois. *The Inhuman: Reflections on Time*, Blackell, Oxford, 1991.

Desde una posición humanista que no suscribimos, Lyotard (2000) apunta una vez más a mutaciones clave de la contemporaneidad. En su texto *La condición posmoderna*, explica los cambios en la naturaleza y estatuto del saber propulsados por la tecnología informática, que al ofrecerle nuevos canales, termina por alterarlo. El conocimiento que prevalece es aquel que se traduce en cantidades de información (*Ob. cit.*:15). El saber contemporáneo nos sumerge en procesos de desmaterialización. En la colección de ensayos citada anteriormente, el autor habla de la inversión radical en la imagen de la materia que se produce en el pensamiento contemporáneo.

Lyotard habla de un «materialismo inmaterialista» que expresa una continuidad entre materia y espíritu propiciada por las nuevas tecnologías, que están asestando otra herida más al narcisismo del ser, como ya hiciera Copérnico cuando denunció que el hombre no estaba en el centro del cosmos, Darwin al defender que no se trataba del primero de los seres vivientes; o Freud al declarar que no era amo del sentido (Lyotard, 1988:52, citado por Aguilar, 2008:87).

Independientemente de la postura de cada quien, la vida del humanismo tradicional tiene sus días contados.

LA MUERTE DEL HUMANISMO TRADICIONAL

Para Stuart SIM (2004), como diagnosis primera podemos decir que lo inhumano se ha incrustado en nuestra vida cotidiana. Empero, plantea acertadamente que la situación actual es diferente a un futuro en donde nuestra voluntad sea vulnerable a la subordinación y la IA constituya otra forma de vida avanzada que pueda competir con nosotros por el control del planeta y de sus recursos.

Según el postestructuralismo y el posmodernismo, en la actualidad convivimos en un mundo posthumano, en donde se aceptan las limitaciones del ser humano y no se identifica a la razón como la eterna salvadora. El humanismo se identifica con la modernidad y el proyecto iluminista, con todo su optimismo ilimitado. El humanismo es asociado con todos los bemoles del desarrollo occidental, verbigracia, la destrucción de los recursos naturales del planeta, las grandes narrativas y una racionalidad avasalladora que condujo a monstruosidades como el nazismo.

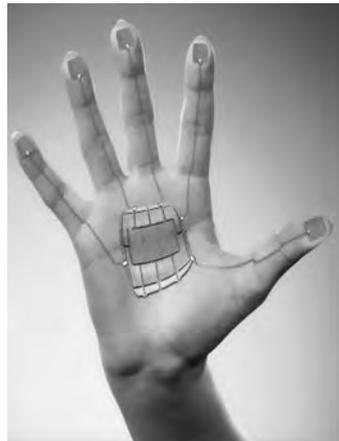
Para Sim, un viraje posible es el inhumanismo, es decir, la deliberada supresión de las líneas entre los humanos y las máquinas. De hecho, como hemos señalado *supra*, esa relación se ha alterado de manera evidente en las últimas décadas. Por una parte, con las tecnologías hemos alcanzado más altos niveles de sofisticación, pero por otra parte hemos cedido parte de nuestra autonomía y nos hemos vuelto vulnerables, como lo manifestó la situación Y2K, con los temores sobre un posible colapso de la totalidad del sistema de ordenadores en ocasión del cambio de milenio. Con respecto a la tecnología médica, aparte de algunas prótesis de valor ya casi indiscutible, podríamos preguntarnos hasta dónde podemos llegar sin transgredir ciertos límites.

El área del inhumanismo más controvertible está conformada por la IA y por la denominada VA:

La IA puede necesitar de un accionar humano en un primer momento, pero una vez en funcionamiento puede apropiarse, y de hecho lo hace, de una existencia propia aparentemente independiente de los intereses humanos y con su propia dinámica interna. Los sistemas IA (al igual que los sistemas naturales) pueden mutar espontáneamente por medio de los llamados «procesos emergentes», hasta transformarse en procesos de organización más elevados; quizás incluso hasta producir conciencia y autoconciencia. En este escenario, estamos hablando ya de VA (vida artificial) (*Idem*: 31).

CIBERFEMINISMO

El ciberfeminismo es un nuevo tipo de feminismo que contempla las tecnologías de la información y la comunicación como herramientas para la política de las mujeres, es decir, el ciborgismo se transforma en un medio de rupturas y reivindicaciones. En general, esta novedosa tendencia rechaza el feminismo de las décadas de los sesenta y setenta. Como veremos un poco más adelante, si bien en el plano pragmático es antihumanista, sus visiones no son consensuales.



Este neologismo fue acuñado en 1995 por Sadie Plant, representante conspicua y una de las pioneras del mismo movimiento. Para esta autora, la conectividad y la fluidez son típicas del carácter femenino, que antes coadyuvaban a la exclusión y ahora son fundamentales para navegar en la red. Esta última no presenta un sistema de control general ni una noción de jerarquía alguna, ni una identidad fija y singular, cualidades características del patriarcado. En el ciberespacio la relación entre los géneros puede ser desafiada. Las mujeres tendrían una afinidad especial con la red, situación que se refleja desde los inicios de este subsector del mercado laboral. Según SIM, esta definición del «carácter femenino» tiene un tinte esencialista.

Las mujeres han estado adelante en la carrera durante toda su vida laboral, preparadas para encarar estos cambios mucho antes de que llegaran, como si hubieran estado trabajando desde siempre en un futuro que sus colegas hombres recién estaban comenzando a vislumbrar (Plant, 1977: 43, citada por Sim, 2004:62).

El ciberfeminismo utópico o liberal, encuentra en el ciberespacio un sitio libertario, también denominado *netopía*. El ciberfeminismo distópico o radical, en cambio, plantea que el ciberespacio refuerza las diferencias de género. Por ejemplo, Ziauddin Sardar considera que en los entornos virtuales se produce una recolonización del hombre blanco occidental de clase media.

Existe también un ecofeminismo clásico, esencialista, que es deudor del feminismo galo de la diferencia; y otra corriente constructivista, que critica la asimilación de mujer y naturaleza que realiza el primero.

Por su parte, Judy Wajcman (2006) pone en entredicho la «solución cyborg». Para la autora, las mujeres no deberían centrarse en ese recurso como ícono de sus aspiraciones utópicas. El entusiasmo excesivo con respecto a este tropo puede conducir las a un atolladero. Los cyborg pueden reinscribir los dualismos tradicionales porque estas imágenes no tienen nada de inherentemente progresistas, sobre todo, las formas populares de las mismas.

Las representaciones visuales del cyborg en las películas de ciencia-ficción de Hollywood raramente cuestionan los estereotipos tradicionales occidentales con respecto a la diferencia de género o racial de los cuerpos (*Idem*:145).

Según la misma autora, en la actualidad, el mayor despliegue mundial de cyborgs lo realiza la robótica automovilística, en donde los autómatas han desplazado la mano de obra humana. Si bien las TIC han aportado nuevas modalidades de sociabilidad y nuevas maneras de interpretar los géneros, resulta riesgoso exagerar la importancia del ciberespacio en el desarrollo de las subjetividades innovadoras. En el pensamiento ciberfeminista existe una fusión no exenta de tensiones entre el plano descriptivo y el plano utópico y, es decir, entre el presente y el futuro. La utopía del ciberespacio se presenta como una descripción parcial de algunos aspectos de la realidad existente. En este sentido, el ciberfeminismo deviene postfeminismo: «Si lo que se imagina está en proceso de devenir, las políticas no necesitan engendrarlo (...) La propia tecnología sustituye la necesidad de programas de cambio social y político» (Idem:118). Inclusive, una política de la tecnología requiere también *wetware*⁶ y no sólo hardware y software, es decir, cuerpos, fluidos y agencia humana.

LA BIOTECNOÉTICA

Ahora bien, para un tecnocuerpo irreversible se plantea, en otros términos y con otra visión, lo que de manera pionera avizó nuestro maestro Antonio Pasquali. Es necesaria una ética, pero en este caso podría tratarse de una biotecnológica.

Los desarrollos de la ingeniería genética no están exentos de peligros y riesgos. La extracción, manipulación, recombinación y programación del material biológico plantea dilemas sobre los límites admisibles y la posibilidad de la emergencia de una civilización eugenésica, que use de manera perversa la tecnología recombinante de acuerdo con las leyes del mercado. Para algunos, podría surgir un panóptico total, en el seno del individuo mismo, integrado corporalmente como mecanismo de control y clasificación.

El proyecto del genoma humano reedita el innatismo, el naturalismo y la causalidad lineal, al concebirse a la persona como un mero producto de sus genes y de un programa. En el ADN estaría la clave de todos los secretos. El mapa del genoma humano es un modelo virtual que abre la posibilidad

⁶ En el idioma inglés, *wet* significa húmedo.

de nuevas jerarquías entre los individuos sobre la base de las posibles desviaciones de cada sujeto con respecto a esa cartografía. La biología molecular y las biotecnologías podrían suprimir la sexualidad, la fecundidad, el parentesco, el azar, la libertad y la identidad. Además, en este terreno resurge el reduccionismo, al pensar que el ADN lo gobierna todo, cuando el genoma es tan sólo una fuente incompleta y parcial de informaciones, y nunca un conocimiento total. La denominada *genohype* o genomanía ha generado planteamientos ilusorios.

En realidad, con la reducción de la identidad al genoma, nos enfrentamos al ser humano probable. La medicina predictiva del futuro podría fabricar el ser humano normal o medio, aplanando las diferencias que es la característica de la vida. La genética diagnóstica podría elegir el niño venidero con un destino específico (biológico). Ahora bien, la pulsión eugénica oscila entre la media estadística y la superioridad. El ser humano que se construirá tendrá la probabilidad de ser de tal o cual manera, pero igualmente podrá haber sorpresas y decepciones. Estamos hablando del paso de la procreación aleatoria a la reproducción normativa. El desenlace del eugenismo es la clonación, que socava la dignidad humana, en la medida en que se transforma *totalmente* al individuo en un medio u objeto manipulable. La persona clonada es el *objeto total* inadmisibile.

En los laboratorios científicos actuales, la intersección entre biología molecular e informática genera la primacía de los ordenadores en la experimentación, con el peligro de que las cifras y los signos terminen por reemplazar totalmente al cuerpo. En realidad, los conquistadores de la molécula no se enfrentan a un campo microscópico porque los genes no se ven, sino con un campo subjetivo y virtual.



Para Jacques Testart (2002), «padre científico» del primer bebé probeta galo, la medicina de la procreación preservaba la aleatoriedad, porque el nené tenía, a la sazón, todos los riesgos y todas las posibi-

lidades, ya que en el recipiente de cristal no se seleccionaban los embriones. No obstante, en su momento planteó que existía el riesgo de que la fecundación *in vitro* dejara de ser un simple remedio contra la esterilidad para convertirse en una técnica de selección genética. De hecho, hoy día, la técnica denominada *diagnóstico genético de preimplantación* permite seleccionar embriones que estén libres de genes portadores de enfermedades hereditarias, y se escoge el sexo del futuro bebé, en los casos en que exista la potencialidad de desarrollar alguna dolencia ligada al sexo. Con finalidades terapéuticas o con el objetivo de mejorar atributos, los denominados «bebés de diseño» plantean profundas disyuntivas éticas.

Según Testart, debe instaurarse una ética planetaria que incluya posiciones y decisiones duraderas y no aquellas deontologías de los comités especializados, caracterizadas por el diferimiento, las prohibiciones temporarias, aparentes, casuísticas, que proponen leyes flexibles y blandas. Como ejemplo a emular encontraríamos el caso de la OMS, la Declaración Universal sobre el Genoma Humano (1997) de la UNESCO y El Consejo de Europa, que prohibieron contundentemente la clonación reproductiva de seres humanos. No obstante, estas dos últimas instancias dejan abierta la posibilidad de la clonación terapéutica.

No sólo está en juego el ser humano. Por ejemplo, la figura del *Onco-Ratón*, un roedor conscientemente manipulado para tener mayor propensión al cáncer de mama, empleado en la investigación oncológica de la Universidad de Harvard, plantea dilemas éticos sobre el sufrimiento de los animales, si es que la conciencia planetaria asume el reto de aprehender ciertos principios éticos de las tradiciones filosóficas orientales.

Para finalizar, podemos decir que en la sociedad de comunicación generalizada, esta última adquiere un carácter poshumano, irreversiblemente mediado, catalizado por la globalización, en tanto extensión y desarrollo de las redes de información y de sus características primordiales: la simultaneidad y la instantaneidad. No obstante, en la actualidad la tensión entre lo unitario y la pluralidad es más obvia que nunca. No existe una totalidad inacabada sino una pluralidad irreductible: el mundo móvil sobremoderno está hecho de mundos (Augé, 2007). Pero la universalización no incluye únicamente lo entendido por globalización, sino también

la planetarización, con el surgimiento imprescindible de una ética laica y una conciencia ecológica.

REFERENCIAS

AGAR, Nicholas

2006 «Bebés de diseño: consideraciones éticas», en la página web de actionbioscience.org. Disponible en: <http://www.actionbioscience.org/esp/biotecnologia/agar.html>

AGUILAR G., Teresa

2008 *Ontología Cyborg*. Barcelona: Gedisa.

AUGÉ, Marc

2007 *Por una antropología de la movilidad*. Barcelona: Gedisa.

ALTHUSSER, Louis

1977 *La revolución teórica de Marx*. México: Siglo Veintiuno Editores, S.A.

ELIAS, Norbert

1994 *Conocimiento y poder*. Madrid: Piqueta.

FOCAULT, Michel

1993 *Microfísica del poder*. Madrid: La Piqueta.

GALBRAITH, J.K.

1989 *Anatomía del poder*. México: Diana.

GIDDENS, Anthony

1995 *La constitución de la sociedad*. Buenos Aires: Amorrortu.

HARAWAY, Donna

1991) «A Cyborg Manifesto: Science, Technology, and Socialist-Feminism in the Late Twentieth Century», in *Simians, Cyborgs and Women: The Reinvention of Nature*, New York; Routledge, pp. 149-181. Disponible en:

HARAWAY, Donna

1995 *Ciencia, cyborgs y mujeres. La reinención de la Naturaleza*. Madrid: Cátedra. Disponible en: <http://books.google.co.ve/books>.

LYOTARD, Jean-François

2000 *La condición postmoderna*. Madrid: Cátedra.

MIRES, Fernando

2001 *Civilidad, teoría política de la postmodernidad*. Madrid: Trotta.

SIM, Stuart

2004 *Lyotard y lo inhumano*. Barcelona: Gedisa.

TESTART, Jacques y GODIN, Christian.

2002 *El racismo del gen*. Buenos Aires: FCE.

WAJCMAN, Judy

2006 *El tecnofeminismo*. Valencia: Cátedra.

MORELLA DEL CARMEN
ALVARADO MIQUILENA
(Venezuela)

Nacida en 1964. Investigadora, Instructora por concurso de oposición en el Instituto de Investigaciones de la Comunicación (ININCO), adscrita a la línea de investigación *Educación, Comunicación y Medios*. Lic. en Artes, mención Promoción Cultural, por la Universidad Central de Venezuela (UCV). Master en «Multimedia Educativo» por el Instituto de Ciencias de la Educación, Universidad de Barcelona, España. Maestrante «Teatro Latinoamericano», Universidad Central de Venezuela. Profesora de la Mención Cinematografía de la Escuela de Artes, de la Maestría en Comunicación Social y de la Especialización en Educación para el uso creativo de la Televisión, en la UCV. Coordinadora del curso de postgrado «Especialización en Educación para el uso creativo de la Televisión», FHE-UCV. Productora y Asistente de Dirección para Teatro, Cine y Televisión. Ha publicado en diversas revistas arbitradas y participado en congresos y encuentros nacionales e internacionales, en calidad de ponente. Miembro del Consejo Editorial del *Anuario Ininco / Investigaciones de la Comunicación*. Correo electrónico: m_alvarado@cantv.net; profesora.morella@gmail.com Teléfono ININCO-UCV: +58 212 6930077



Una aproximación a las interrelaciones Educación/ Comunicación y Medios¹

An approach to the interrelations
Education/communication
and Media outlets

Recibido: 10 /03/ 2009

Aceptado: 22 /04/ 2009

©De conformidad por su autora para su publicación.

¹ Este artículo forma parte del Trabajo de Investigación correspondiente al Plan de Formación en el área «Enfoques teóricos y metodológicos de la Educación para los Medios», Proyecto Individual Financiado por el Consejo de Desarrollo Científico y Humanístico de la UCV N° PI – 07-0-6747-2007.

RESUMEN

MORELLA DEL CARMEN ALVARADO MIQUILENA

Una aproximación a las interrelaciones Educación-Comunicación y Medios

Aun cuando en Venezuela y en Latinoamérica son diversos los aportes que se han realizado desde diversos ámbitos, la mayoría están constituidos por reflexiones en torno a praxis o modelos para la acción que si bien son contribuciones fundamentales para construir la historia de la Educomunicación, enmarcada fundamentalmente en el registro de sucesos o la aparición de propuestas para su enseñanza, consideramos que aún se necesitan estudios que indaguen e interpreten tales propuestas, a fin de identificar los componentes que le brindan una base epistemológica. Un primer paso lo constituye, la identificación de los ejes articuladores que están presentes en el binomio educación/comunicación. Vemos así, que lo que generalmente se ha escrito en torno a la relación Educación/Comunicación, gira en torno a cinco grandes ejes, cuyos puntos de partida provienen fundamentalmente de las Ciencias de la Educación y de las Ciencias de la Comunicación. Esta identificación constituye el punto de central de este artículo.

Descriptores: Educomunicación / Interdisciplina / Medios didácticos / Tecnología educativa.

ABSTRACT

MORELLA DEL CARMEN ALVARADO MIQUILENA

An approach to the interrelations Education-Communication and Media outlets

While several contributions have been provided by the different spaces in Venezuela and Latin America, most of them are constituted by the considerations over the praxis or models for the action. Even though these are essential contributions to build the history of Edu-communication, delimited in the registration of events or proposals to teach, we think that there are still needed researches for the investigation and interpretation of such proposals so as to identify the parts that provide an epistemological basis. A first step is constituted by the identification of the coordinating central themes in the binomial education/communication. Thus, that commonly written about the relation Education/Communication revolves around five great central themes, whose starting points come mainly from the Sciences of Education and Sciences Communication. Such identification makes the main topic of this article.

Key words: Edu-Communication / Interdisciplinarity / Didactic media outlets / Educational technology.

RÉSUMÉ

MORELLA DEL CARMEN ALVARADO MIQUILENA

Une approche à l'Inter-Communication et médias Education

Bien au Venezuela et en Amérique latine sont différentes contributions qui ont été faites de divers domaines, la plupart se composent de réflexions sur la praxis, ou des modèles d'action qui, bien que des contributions fondamentales à construire l'histoire de Educommunication encadrées principalement dans le journal des événements ou l'émergence de propositions pour l'éducation, nous croyons que des études complémentaires sont nécessaires pour explorer et d'interpréter de telles propositions, en vue d'identifier les éléments qui donnent une base épistémologique. Une première étape est l'identification des arbres qui sont présents dans la formation du binôme / communication. Nous voyons que ce qui a été écrit généralement sur la relation éducation / communication, s'articule autour de cinq thèmes principaux, qui proviennent principalement des points de départ des sciences de l'éducation et des sciences de la communication. Cette identification est le point central de cet article.

Mots clés: Educommunication / Interdisciplinarité / Média enseignement / Formation.

RESUMO

MORELLA DEL CARMEN ALVARADO MIQUILENA

Uma aproximação às inter-relações Educação-Comunicação e Meios de Comunicação

Mesmo que muitas colaborações têm sido dadas desde diferentes âmbitos na Venezuela e Latino América, a maioria delas constitui-se pelas considerações sobre a práxis ou modelos para a ação. Ainda que estas contribuições sejam essenciais para criar a história da Edu-comunicação, definida no registro de fatos ou propostas para o ensino, nós achamos que ainda se precisa de estudos para a pesquisa e interpretação dessas propostas assim como para identificar as partes que oferecem uma base epistemológica. O primeiro passo é identificar os eixos articuladores no binômio educação-comunicação. Assim, aquilo geralmente escrito sobre a relação Educação-Comunicação gira em torno de cinco grandes temas principais, cujos pontos de partida vêm principalmente das Ciências da Educação e as Ciências da Comunicação. Essa identificação constitui o tema principal neste artigo.

Palavras-chave: Edu-Comunicação / Interdisciplinaridade / Meios didáticos / Tecnologia educativa.

Se sabe mucho sobre la necesidad de diálogo entre la educación y la comunicación, pero poco sobre cuáles son los aspectos puntuales sobre los que se construye dicho diálogo. Así, una de las necesidades urgentes de la denominada «Educomunicación» es la reconstrucción de sus orígenes, más allá de lo anecdótico, para explorar en los presupuestos teóricos sobre los que se ha fundamentado el trabajo de sus principales autores y, sobre todo, para avanzar en la categorización de los componentes de la diversidad de experiencias y propuestas que se generan bajo su rótulo.



Esta tarea de reconstrucción exploratoria ha sido abordada por muy pocos estudiosos del tema, correspondiendo a Latinoamérica los principales aportes. En nuestro país, los trabajos de reflexión teórica al respecto, han sido desarrollados por Gustavo Hernández Díaz desde la línea de investigación «Educación, Comunicación y Medios» desarrollada en el Instituto de Investigaciones de la Comunicación de la Universidad Central de Venezuela, desde la década de los noventa. A este trabajo puede sumarse la investigación de José Martínez de Toda y Terrero² (1997, 1998), quien al proponer las «Seis Dimensiones de la Educación para los Medios», hace un análisis/ estudio, a modo de evaluación descriptiva, de los fundamentos de la Educación para los Medios desde el ámbito *Normativo* (ubica orígenes y presupuestos teóricos generales que construye el sistema de valores sobre los que se fundamenta la propuesta); *Macro* (indica la relación de los medios con la sociedad y la cultura); *Audiencia* (describe las relaciones que establece la audiencia con los medios); *Pedagógicas* (describe las metodologías utilizadas para lograr resultados educativos).

Por otra parte, destaca el trabajo que desde la Universidad de La Plata, en Argentina, ha liderado Jorge Huergo (2003), quien coloca el énfasis en la

² Aunque la nacionalidad originaria de este autor es la española, por sus largos años de permanencia en Venezuela puede considerarse dentro de nuestros autores.

perspectiva de los Estudios Culturales³. Huergo entiende por *Comunicación/Educación* al campo germinal, de carácter relacional, complejo, interdisciplinario y, a veces, conflictivo. Al respecto, refiere:

Los esfuerzos por enfrentar los problemas de Comunicación/Educación han sido significativos y crecientes en las últimas décadas. Estos esfuerzos han estado motivados predominantemente por preocupaciones prácticas que se han plasmado en *múltiples proyectos y producciones en Comunicación/Educación*. En cambio, *la investigación de Comunicación/Educación* está en ciernes, en una etapa de iniciación –en cuanto a la superación del fantasma del positivismo–; una investigación predominantemente documental. Por su parte, las teorías operantes en Comunicación/Educación están reflejadas en múltiples ensayos que, en muchos casos, no logran escapar a la dicotomía entre perspectivas tecnófobas, por un lado, y tecnófilas, por otro. En una primera conclusión podemos sostener que el campo relacional y complejo de Comunicación y Educación adolece de un desequilibrio y hasta una contradicción entre prácticas, investigaciones y teorías (2003:1) (Cursivas nuestras).

Así, Huergo expone dos de los aspectos que hemos señalado en torno a los estudios vinculados a la Educación para los Medios; por una parte, la multiplicidad de proyectos y acciones que han fortalecido la *praxis* y, por la otra, la ausencia de procesos de investigación que indaguen más allá de las prácticas, a fin de fortalecer el análisis de las propuestas de los autores, lejos de la mirada mediocentrista. Observamos en Huergo una marcada inquietud por identificar los presupuestos teóricos y/o metodológicos, que subyacen en las propuestas de los autores, pero no desde la mirada interdisciplinaria, que se propone desde la educomunicación⁴. Destacamos que

³ Desde esta perspectiva el acento se coloca en la relación que existe entre las estructuras sociales y el contexto histórico, en «cuanto a factores esenciales para comprender las acción de los medios» (Wolf, 1987:121).

⁴ Son diversos los autores que han realizado esfuerzos por identificar las características de las pluridisciplinas o multidisciplinas, transdisciplinas e interdisciplinas, tal como se señala a continuación. «Nos toca dejar de pretender que los recursos de una disciplina bastan para agotar su campo, dudar de que ese campo le pertenezca fijo y para siempre, escuchar el discursos de los demás, las preguntas ajenas, los fracasos y los alcances de quienes se ocupan de otros quehaceres, abrir los espacios disciplinares por necesidad, reconocimiento o generosidad, aprendiendo que hay un universo de respuestas que no alcanzaríamos jamás solos, como hay quizá otro mundo que no alcanzaremos entre todos, y que éstos son los mundos mayores frente a lo que cada grupo apropiado cada

frente a «Educación para los Medios» preferimos hablar de «Educomunicación» por dos razones. La primera, porque la Educomunicación va más allá de los medios, para insertarse en los procesos comunicativos y la segunda, porque incluye el diálogo interdisciplinar entre educación y comunicación.

Esta necesidad de profundizar en la investigación de la Educomunicación bajo la perspectiva **interdisciplinar**, también ha sido señalada por Ismar de Oliveira Soares (2000). Este autor afirma que la educomunicación es un «nuevo campo de intervención cultural social autónomo, denominado Interrelación Comunicación/Educación» (p. 31). Para Soares, la educomunicación es un campo integrador, caracterizado por su interdiscursividad. La aparición de esta interdisciplina es bastante reciente, tanto así que aún es la diversidad lo que predomina a la hora de nombrarla. Según Martínez de Toda (2004), las denominaciones dependen tanto de los autores como de los supuestos teóricos que la sustentan. Así, son variadas las denominaciones que el autor distingue:

- *Alfabetización mediática* (Tynner, 1995).
- *Alfabetización visual* (Messaris, 1994; McLaren, 1995; Kubey, 1997).
- *Didáctica de la comunicación visual* (Moro, 1990; Giannatelli, 1994).
- *Educación para la comunicación* (Soares, 1993; Miranda, 1992).
- *Educación para la recepción* (Charles y Orozco, 1990).
- *Educación para los medios (Media Education)* (Halloran 1995; Kumar, 1985; Srampickal, Botelho e Kancharla, 1997; Orozco, 1992; Hernández-Díaz, 1998; Area Moreira, 2002).
- *Enseñanza de medios* (Masterman, 1985; Fleming, 1993).

tradición o negocio disciplinar puedan explicarle y darle a la humanidad. Podríamos ser más conscientes de que hay líneas de solución originadas en otros territorios, otras que podemos buscar juntos, y el resto que aparecerán ante una nueva multitud de ojos y cerebros conectados en redes multidisciplinares y polivalentes (...) Pensar, investigar y enseñar juntos es todavía una experiencia que no logra extraer de nosotros lo que vendrá, lo que podríamos ser si entrelazamos nuestros esfuerzos, recursos, tiempos, espacios, cerebros y misterios. Las razones adicionales a la inter y la transdisciplinariedad, que circulan ya por el planeta con singular contundencia, nos permitirán otras formas, dimensiones y calidades del conocimiento, sin sustituir el desarrollo de los saberes parciales» (Gutiérrez G., 2003:96-97).

- *Estudios culturales de los medios* (Buckingham, 1994).
- *Estudios de los medios* (Lusted, 1991).
- *Lectura crítica* (Kaplún, 1982).
- *Pedagogía de los medios* (Wunden, 1979).
- *Percepción crítica* (Anderson, 1980; Brown, 1991).
- *Recepción activa* (Fuenzalida y Hermosilla, 1989; Quiroz, 1992).
- *Telespectador creativo* (Fuenzalida y Hermosilla, 1989).

A estas podemos añadir:

- *Educomunicación* (Soares, 2000).
- *Educación para el uso creativo de los medios* (Alvarado, Hernández-Díaz y Lucien, 2003).
- *Educación en mediaciones* (Hernández-Díaz, 2007).
- *Comunicación/Educación* (Huelgo, 1999; 2006).

Cabe destacar que, aun cuando en Venezuela y en Latinoamérica son diversos los aportes que se han realizado desde diversos ámbitos, la mayoría están constituidos por reflexiones en torno a praxis o modelos para la acción que si bien son contribuciones fundamentales para construir la historia de la Educomunicación, enmarcada fundamentalmente en el registro de sucesos o la aparición de propuestas para su enseñanza, consideramos que aún se necesitan estudios que indaguen e interpreten tales propuestas, a fin de identificar los componentes que le brindan una base epistemológica. A nuestro juicio, un primer paso lo constituye, la identificación de los ejes articuladores que están presentes en el binomio educación/comunicación. Vemos así que lo que generalmente se ha escrito en torno a la relación Educación/Comunicación⁵ gira en torno a cinco grandes ejes, cuyos pun-

⁵ Hacemos referencia principalmente a las relaciones que se establecen principalmente desde la denominada **Educación Formal** (con un alto grado de institucionalización que responde a normas y sistemas establecidos tanto para el ámbito público como privado), sin excluir algunas prácticas generadas desde la **Educación No Formal** (con escaso grado

tos de partida provienen fundamentalmente de las Ciencias de la Educación y de las Ciencias de la Comunicación. Esta identificación constituye el punto central de este artículo. Así, tenemos:

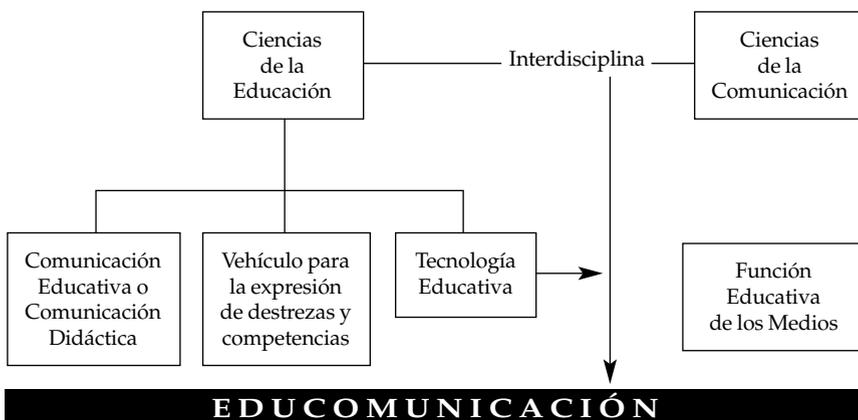
1. *El proceso comunicativo generado en el espacio educativo (Comunicación Educativa).*
2. *La utilización de los medios como tecnología en el ámbito educativo con fines instruccionales (Tecnología Educativa – Televisión y Radio Educativas).*
3. *La inclusión de los medios en la escuela, como espacio para la recreación (Cine-club) o como espacio para la expresión manifiesta del aprendizaje del lenguaje escrito (Periódico Escolar) u otras destrezas.*
4. *La presencia de contenidos educativos en la producción mediática (Función educativa de los medios).*
5. *La inclusión de la comunicación y los medios, como grandes áreas temáticas a estudiar principalmente al interior del sistema educativo, desde una perspectiva interdisciplinaria.*

Gráficamente observamos cómo cada uno de estos ejes articuladores de la relación educación, comunicación y medios, tiene orígenes diferentes y que es sólo la perspectiva educomunicativa, la que logra una mirada integradora.

de institucionalización y que trabaja principalmente en función de situaciones específicas de los usuarios). Se incluyen dentro de esta categorización las experiencias de enseñanza o intervenciones educativas organizadas por asociaciones o movimientos comunitarios, culturales, ambientales o deportivos, dirigidas a cualquier grupo etáreo (Educación de adultos, Educación Vocacional; educación vinculada al desarrollo de habilidades y destrezas, educación para niños no escolarizados, entre otras, que por lo general no otorgan títulos académico. Asimismo, pueden incluirse experiencias de **Educación Informal**, entendida como «todo conocimiento libre y espontáneamente adquirido, proveniente de personas, entidades, medios masivos de comunicación, medios impresos, tradiciones, costumbres, comportamientos sociales y otros comportamientos no estructurados». En: <http://www.sedbogota.edu.co/secretaria/export/SED/seducativo/glosario.html>)

Cuadro N° 1

EJES ARTICULADORES RELACIÓN EDUCACIÓN-COMUNICACIÓN/MEDIOS.
ELABORACIÓN PROPIA



Se trata, pues, de identificar y diferenciar las características de estos ejes articuladores, pues no debemos olvidar que el umbral entre estas miradas a veces se presenta difuso, imperceptible e imbricado.

1. EL PROCESO COMUNICATIVO GENERADO EN EL ESPACIO EDUCATIVO (COMUNICACIÓN EDUCATIVA)

Conocido también como *Comunicación Didáctica*, comprende la transmisión e intercambio de información mediada principalmente por la intervención del/la docente a través del lenguaje oral y escrito, que se generan como parte de los procesos de enseñanza y de aprendizaje. Así:

Puede afirmarse que a la base de toda educación está la comunicación. Siempre que la comunicación se sitúe en la línea de la educación, está necesariamente abocada a ella, y la educación, a su vez, la presupone también necesariamente. Si la educación es un perfeccionamiento –como lo es, ciertamente– y no hay perfeccionamiento posible sin comunicación, quiere decirse que ésta es de todo punto necesaria para explicar aquélla. Educar, en efecto, vale tanto como comunicar a otro –o a sí mismo– intencionalmente alguna perfección. Se comprende, por consiguiente, que la comunicación, sobre todo en su faceta de

la relación maestro-discípulo, constituya el problema central de toda la Pedagogía, en torno al cual se organizan, como dependiendo de él, todos los demás (Redondo, 1999:284).

Obviamente se incluye aquí la intención educativa encaminada a la producción de conocimientos, el desarrollo de destrezas y de actitudes, que se generan/promueven fundamentalmente dentro del espacio educativo (aula/escuela). Ésta también ha sido definida como:

Un intercambio de mensajes significativos entre profesor y alumnos, y que partiendo inicialmente del profesor, tiende a lograr respuestas comunicativas en los alumnos que los acerquen a los objetivos del proceso didáctico (...) Las características de la comunicación didáctica, combinación de espontaneidad y formalismo son definidas por M. Montmollin de la siguiente manera: 1.- El primer estadio representa a la comunicación espontánea, interpersonal, entre profesor y alumno, como se podrían dar en la actividad normal de clase, en los recreos o en períodos de descanso de la actividad didáctica; 2.- El segundo estadio representa la comunicación didáctica formalizada, del profesor en función docente y del alumno como tal. Un lenguaje e intercambio de lenguajes formalizados, estrictamente enfocados hacia el logro de determinados aprendizajes; 3.- La tercera fase representa la posibilidad de sustitución del profesor por un programa previamente realizado por él. Se trata de un lenguaje estrictamente formalizado y sin más posibilidades de flexibilidad que las programadas de antemano por el profesor. Se trata de la representación de la enseñanza programada, en la que el alumno dialoga con la máquina o los libros que presentan los programas de instrucción; 4.- La cuarta fase representa la necesidad de un nuevo contacto personal directo, no reducido al diálogo indirecto del alumno con las respuestas y sugerencias planificadas de antemano, con el profesor. Esto resulta insuficiente, no llena las aspiraciones de un diálogo humano, y se necesita volver a la primera fase de comunicación espontánea, informal (Rosales, 2003:138).

Es a esta dimensión de la relación educación/comunicación a la que mayormente se hace referencia desde el ámbito educativo. La misma, tradicionalmente, se ha vinculado al intercambio de información y por momentos obvia las relaciones de diálogo que incluyen la problematización, reinterpretación, valoración, creación y recreación dentro del aula. Por otra parte, se excluyen de esta relación las acciones que se generan a partir del uso de los medios de difusión de la información.

2. LA UTILIZACIÓN DE LOS MEDIOS COMO TECNOLOGÍA EN EL ÁMBITO EDUCATIVO CON FINES INSTRUCCIONALES (TECNOLOGÍA EDUCATIVA-TELEVISIÓN Y RADIO EDUCATIVAS; SOFTWARE EDUCATIVO)

Si bien en la dimensión anterior vemos la ausencia de trabajos con los medios, encontramos aquí una acción en dirección opuesta, pues se basa en la reflexión y práctica de todo el componente teórico-metodológico que permite la incorporación de los recursos tecnológicos al entorno educativo, con especial énfasis en procesos instruccionales. Se incluyen aquí aspectos vinculados al diseño instructivo, creación y aplicación de materiales didácticos; la gestión de recursos tecnológicos (entendidos como medios), así como los contenidos y estrategias de utilización; el propósito centrado en el aprendizaje (Marqués, 1999). Esta perspectiva, esencialmente mediológica (es decir, que privilegia a uno de los componentes del proceso comunicativo, a saber, los medios, por encima del resto de los componentes), por ser los *medios didácticos*⁶ su interés central, postula:



- Reconocimiento del potencial de innovación pedagógica que implica el uso de las TIC's y los *media*, así como su impacto social.

⁶ Según Pere Marqués (1999), al citar a Alonso (1996) y Fernández Sarramona (1988), se considera *medio didáctico* a cualquier recurso elaborado con una intencionalidad educativa. Se distinguen de otros recursos que aunque puedan ser utilizados en algún momento y contexto con una función didáctica, no han sido creados con esta intencionalidad. En ese caso, señala el autor, es preferible hablar de *uso didáctico de determinados recursos*. Por otra parte señala, al citar a Salomón (1974) y Escudero (1983), que todo medio didáctico debe poseer: (1) Un contenido explícito o implícito; un sistema simbólico en el que se codifican los contenidos; un soporte físico en el que se sitúan los contenidos (papel, video, software, entre otros); una plataforma tecnológica que facilita su utilización y una dimensión pragmática o metodología de uso, adaptada a los usuarios, contextos y organizaciones (En: <http://dewey.uab.es/PMARQUES/tec.htm>).

- La necesidad de poseer conocimientos sobre TIC's y *mass-media*, así como habilidades para su manejo. Se incluyen aquí, la alfabetización audiovisual e hipermedial y la alfabetización informática y telemática, ello con el fin de lograr no sólo la aplicación sino el desarrollo de materiales educativos con soporte tecnológico.
- La competencia por parte de los docentes para ejecutar y valorar procedimientos instruccionales con apoyo tecnológico, en íntima relación con el contexto y la organización en la que se aplica, así como la organización de los recursos tecnológicos disponibles en las instituciones educativas (Marqués, 1999).

Es importante destacar que en torno a la televisión y la radio educativa, hay multiplicidad de definiciones y clasificaciones. A efectos del presente trabajo, la entenderemos como un género programático, con especificidades determinadas por:

- a. La forma constructiva en la que se presentan los contenidos (estrategias audiovisuales), y por los contenidos mismos, los cuales persiguen fines instructivos y/o divulgativos.
- b. Sus objetivos vinculados al fortalecimiento del proceso de enseñanza.
- c. Las formas de difusión e interacción, que se preveen/exponen de antemano.

Estas especificidades determinan, a su vez, los tipos de televisión y radio educativa, que bien podrían denominarse como subgéneros. Así, entre los subgéneros encontramos:

- a. *Televisión y radio didáctica*: Lo que determina a este subgénero es su propósito instruccional, es decir, ha sido concebida *ex profeso* para apoyar a los procesos del sistema educativo en sus distintas modalidades. En este caso la TV y la radio (u otro medio) son concebidas como un medio didáctico. Un aspecto fundamental es que este subgénero se apoya en materiales complementarios; prevé las condiciones de recepción y el contexto del proceso de enseñanza; toma en consideración las competencias, intereses y

necesidades del discente y no obvia el rol del docente, instructor o facilitador, pues todos son componentes que completan/sostienen los procesos de enseñanza y aprendizaje.

b. *La televisión y la radio para la Educación No Formal*: Generalmente se utiliza con fines similares a los anteriores, posee objetivos pedagógicos y planteamientos didácticos, pero en este caso no se inscribe dentro del Sistema Educativo, sino que apoya formas educativas alternas, como por ejemplo: la explicación de procesos determinados; actividades de inducción; acciones de capacitación y/o especialización, entre otros.

c. *Televisión y radio cultural*: En este tercer subgénero se incriben todas aquellas producciones audiovisuales que si bien no han sido concebidas intencionalmente con unos objetivos didácticos, poseen características de forma y de contenido específicas por las que muchas veces es clasificada como TV Educativa. Si bien consideramos que la denominación de «Cultural» puede prestarse a confusiones semánticas, pues en estricto sentido, los productos mass-mediáticos y multimedia, se incluyen dentro del campo de la cultura masiva y sus modelos⁷. Este subgénero, bien puede incluirse en la categorización de los que hemos denominado «Función Educativa de los Medios» y de la «Educación Informal», pues aunque sus contenidos posean una alta intencionalidad educativa, no persigue fines instruccionales y no se concibe *exprofeso* como un medio didáctico.

3. LA INCLUSIÓN DE LOS MEDIOS EN LA ESCUELA, COMO ESPACIO PARA LA RECREACIÓN (CINECLUB) O COMO ESPACIO PARA LA EXPRESIÓN MANIFIESTA DEL APRENDIZAJE DEL LENGUAJE ESCRITO (PERIÓDICO ESCOLAR)

Bajo esta perspectiva encontramos a todas las iniciativas que vinculan a los medios en el espacio educativo y que se desarrollan principalmente fuera de las aulas, generalmente como una actividad «extracátedra», de carácter voluntario, en las que los participantes realizan actividades lúdi-

⁷ Para mayor información sobre la conformación y desarrollo histórico de este campo, en lo que a la cultura occidental se refiere, recomendamos Gloria Martín, *De los hechizos de Merlin, a la píldora anticognitiva*, colección Trópicos, Alfadil Ediciones, Caracas 1994.

cas que muchas veces no se vinculan con los contenidos programáticos de las asignaturas, pero que sin embargo sirven para abordar temas de interés para el colectivo o para poner en práctica destrezas adquiridas en diversas asignaturas, principalmente las vinculadas con el desarrollo del lenguaje escrito. Otras veces, el fin último de estas actividades es el esparcimiento y el desarrollo personal, que busca la integración grupal, el desarrollo de algunas destrezas físicas (clubes deportivos, danza o teatro) y la puesta en práctica de valores sociales. En el caso de los cineclubs, que buscan promover la cultura cinematográfica, a través de la proyección, análisis, producción escrita y/o discusión; o el periódico y la radio escolar, observamos que la relación educación/comunicación se acerca un poco más a la denominada perspectiva educomunicativa, toda vez que uno de los principales objetivos que se buscan a través de estas prácticas es la promoción de la alfabetización mediática.

4. LA PRESENCIA DE CONTENIDOS EDUCATIVOS EN LA PRODUCCIÓN MEDIÁTICA (FUNCIÓN EDUCATIVA DE LOS MEDIOS)

En este eje hacemos referencia a una de las funciones asignadas a los medios, a saber, «Educar, Informar, Entretener». Concretamente hace referencia a la relación de influencia que ejercen los medios en la sociedad y se materializa, en la producción mediática que posee contenidos educativos, pero que no es instructiva en sentido estricto. Se incluye aquí también a la denominada programación «cultural», con un marcado énfasis en la divulgación de contenidos, las campañas de sensibilización ciudadana y los documentales, entre otros.

Cabe destacar que la Ley de Responsabilidad Social en Radio y Televisión (2004), al definir los tipos de programas engloba en un mismo renglón a los programas «Culturales y Educativos», entendiéndolos como sinónimos, lo cual impide establecer las diferenciaciones necesarias. Así:

1. Programa cultural y educativo: Aquel dirigido a la formación integral de los usuarios y usuarias en los más altos valores del humanismo, la diversidad cultural, así como en los principios de la participación protagónica del ciudadano en la sociedad y el Estado, a los fines de hacer posible, entre otros aspectos:

- a) su incorporación y participación en el desarrollo económico, social, político y cultural de la Nación;
- b) la promoción, defensa y desarrollo progresivo de los derechos humanos, garantías y deberes, la salud pública, la ética, la paz y la tolerancia;
- c) la preservación, conservación, defensa, mejoramiento y mantenimiento del ambiente para promover el desarrollo sustentable del hábitat, en su beneficio y de las generaciones presentes y futuras;
- d) el desarrollo de las ciencias, las artes, los oficios, las profesiones, las tecnologías y demás manifestaciones del conocimiento humano en cooperación con el sistema educativo;
- e) el fortalecimiento de la identidad, soberanía y seguridad de la Nación;
- f) la educación crítica para recibir, buscar, utilizar y seleccionar apropiadamente la información adecuada para el desarrollo humano emitida por los servicios de radio y televisión (Capítulo I, Art. 5).

5. LA INCLUSIÓN DE LA COMUNICACIÓN Y LOS MEDIOS, COMO GRANDES ÁREAS TEMÁTICAS A ESTUDIAR PRINCIPALMENTE AL INTERIOR DEL SISTEMA EDUCATIVO, DESDE UNA PERSPECTIVA INTERDISCIPLINARIA

Desde esta mirada se incluye, además de todas las perspectivas anteriores, la producción de sentido expresado a través de los contenidos mediáticos; las interrelaciones/mediaciones que establece la audiencia con los medios; el repertorio cultural que se genera a partir de la producción mediática y otros aspectos vinculados con las «Seis Dimensiones de la Educación para los medios» propuestas por Martínez de Toda (1998), a saber:

- **Dimensión del sujeto alfabetizado mediáticamente:** Su principal competencia se centra en el conocimiento de que los contenidos mediáticos no son más que representaciones de la realidad y para ello, posee herramientas para descifrar el lenguaje audiovisual, su gramática y el funcionamiento de los códigos que en él intervienen. Se busca con ello que logre acercarse al mensaje del autor, a la comprensión de los géneros, y de las diversas expresiones de la cultura audiovisual.
- **El sujeto consciente:** sabe cómo funcionan los medios masivos como institución, esto le permitirá discriminar los productos mediáti-

cos y enfatizar aspectos antisociales que se encuentran en los medios como son la violencia, el sexo excesivo y los prejuicios.

- **El sujeto activo:** es consciente de no ser pasivo sino de tener una relación activa con el mundo a su alrededor; para esto hace un análisis discursivo, que pasa a través de un proceso de construcción activa de significado y de cultura popular, a partir de su propia identidad y contexto social.
- **El sujeto crítico:** cuestiona lo que aparece en los medios; esta confrontación se hace a través de la identificación del sujeto con su propia cultura, valores y significados.
- **El sujeto social:** es aquel que sabe que a él confluyen mediaciones sociales que provienen de la familia, la escuela, los medios, los diversos grupos, instituciones, personas y cosas, a través de las cuales él mantiene una relación con el mundo alrededor, reconociendo su importancia en la interpretación propia y ajena de los mensajes. Es interactivo con los demás, trabaja en grupo, enfatiza la solidaridad, la participación y la cooperación, sabe usar los medios masivos como un foro para intercambiar y discutir los problemas de los demás. Se preocupa por el bien de los demás, su comunidad y la sociedad.
- **El sujeto creativo:** sabe construir una resignificación de significados, y sabe cómo producir mensajes audiovisuales originales, que sean útiles para la sociedad y que estén basados en las contribuciones y valores discutidos y aceptados por su comunidad creativa.

Esta clasificación permite un amplio abanico de trabajo con los medios, que si bien roza e incluye a algunas de las aplicaciones enumeradas anteriormente, va más allá, pues se permite entre otras:

- Incluir el trabajo con los medios de comunicación como objeto de estudio, desde el ámbito educativo formal, no formal e informal. Desde aquí se abordan los elementos que están implícitos en el proceso de comunicación, a saber: el mensaje; el contexto; el medio o

los medios en sí; la audiencia; los emisores; la industria mediática; entre otros.

- El lenguaje audiovisual y el lenguaje de los medios, con sus propias lógicas narrativas.
- Promover la expresión creativa y el ejercicio de la ciudadanía, a través de las interrelaciones que se generan a partir del trabajo con los medios.
- Incentivar la Educación, *en, con y para* la comunicación.
- Estudiar las complejidades de relaciones que se producen en las sociedades a partir de su vinculación con los medios y fundamentalmente, los procesos comunicativos generados a partir de éstos.

Una vez descritos los cinco grandes ejes articuladores en lo que a la relación Educación-Comunicación atañe, vemos que es posible encontrar nexos entre ellos, los que se generan bien por el tronco común del cual proceden, bien sea la Educación o la Comunicación, o por las vinculaciones que se contruyen a partir de lo que hemos denominado la relación interdisciplinar que reconoce ese tronco común y hace esfuerzos por integrar las diversas perspectivas, a partir de la necesaria reflexión teórica que sustente a las expresiones prácticas. Relación que, vale la pena señalar, es planteada desde la disciplina comunicativa y que lamentablemente ha encontrado poco eco en la disciplina educativa.

BIBLIOGRAFÍA:

AREA MOREIRA, Manuel

2002 *La Educación de los Medios de Comunicación y su Integración en el Currículo Escolar*. Universidad de La Laguna. Recuperado el 22 de agosto de 2008 de:

CARDOSO VARGAS, H.A.

2007 «Del proyecto educativo al modelo pedagógico». En: *Odiseo. Revista Electrónica de Pedagogía*. Año 4, núm. 8. Recuperado el (22 de agosto de 2008) de: <http://www.odiseo.com.mx/2007/01/cardoso-proyecto.html>

DE OLIVEIRA SOARES, Ismar

2000 «Comunicação-Educação: A emergência de um novo campo e o perfil de seus profissionais». Recuperado el (19 de junio de 2003). En: <http://www.ricardojapiassu.pro.br/ISMAR.htm>.

GUTIÉRREZ GÓMEZ, Alfredo

2003 *La Propuesta I: Edgar Morin, Conocimiento e Interdisciplina*. Universidad Iberoamericana Ciudad de México. E-book recuperado el 15 de mayo de 2008 de: http://books.google.co.ve/books?id=7a65PSSQTuMC&dq=La+Propuesta+I:+Edgar+Morin,+Conocimiento&source=gbs_summary_s&cad=0

HUERGO, Jorge

2003 «Educación y Comunicación: Aproximaciones» En: *Comunicación / Educación. Ámbitos, prácticas y perspectivas*, Capítulo 1. Recuperado el 15 de junio de 2008 de: <http://comeduc.blogspot.com/2006/04/jorge-huergo-comunicacion-y-educacion.html>

MARQUÉS GRAELLS, Pere

1999 *La tecnología educativa: Conceptualización, líneas de investigación* (Última revisión: 3/07/07). Recuperado el 29 de diciembre de 2007 de: <http://dewey.uab.es/PMARQUES/tec.htm>.

MARTÍNEZ DE TODA, José

1998 *Las seis dimensiones en la educación para los medios (Metodología de Evaluación)*. Universidad Gregoriana, Italia. Recuperado el 10 de mayo de 2005 de

MARTÍNEZ DE TODA, José

2004 *Educación para los medios* (Manual Educación y Comunicación), mimeo. Materiales Instruccionales IV Seminario Internacional de Educación para el

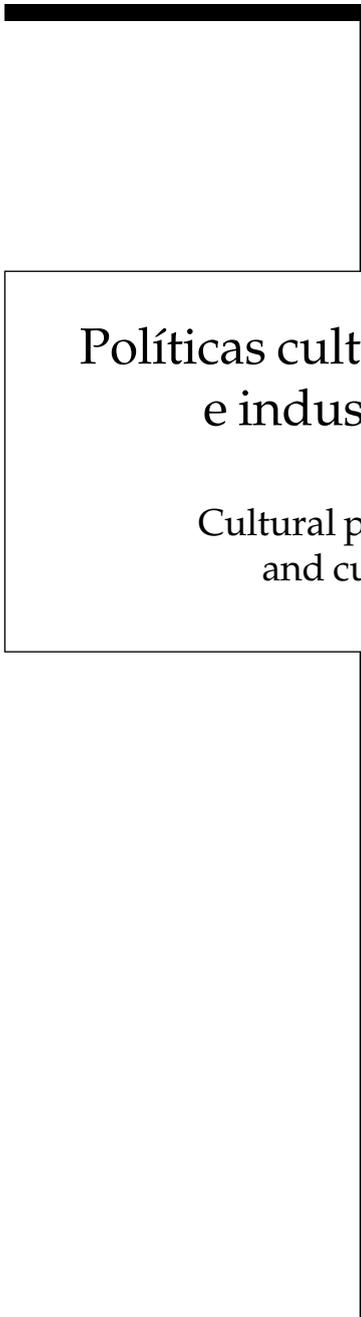
uso Creativo de los Medios y sobre Educación y Comunicación. ININCO-Facultad de Humanidades y Educación, Universidad Central de Venezuela, Caracas, 15 al 17 de noviembre.

REDONDO G., Emilio

1999 *Educación y comunicación*. Barcelona: Ariel Educación.

ROSALES LÓPEZ, Carlos

2003 *Criterios para una evaluación formativa*. Madrid: Serie Educación Hoy, NARCEA.



Políticas culturales, globalización e industrias culturales

Cultural policies, globalisation
and cultural industries

ALEJANDRO
OROPEZA GONZÁLEZ
(Venezuela)



Doctor en Ciencia Política por la Universidad Simón Bolívar (USB) de Caracas. Magíster Scientiarum en Planificación del Desarrollo por la Universidad Central de Venezuela (CENDES/UCV-2002), así como en Ciencia Política por la USB (1997). Abogado (1983). Investigador especializado en políticas públicas culturales y teoría económica de la cultura. Desarrolla en la actualidad una línea de investigación orientada hacia los totalitarismos de Estado y la emergencia de contraculturas y culturas de resistencia. Coordinador del Grupo de Trabajo «Cultura y Políticas Culturales» del Observatorio Hannah Arendt. Ha sido profesor de Ciencias Sociales (USB) y de Trabajo Social (FACES-UVC). Docente del Programa Profesor del Instituto Universitario de Teatro (IUDET). Autor del libro *Política pública y demanda cultural en Venezuela* (CENDES-UCV, 2005) y de diversos artículos sobre políticas y proceso cultural. Consultor de organismos públicos en diagnosis y modelaje de problemáticas sociales culturales. Es consultor jurídico del Observatorio Hannah Arendt radicado en Caracas. Correo electrónico: oropezag@gmail.com

Identidades culturales, globalización y conjunción de mercados culturales

Cultural identities, globalization
and conjunction of cultural markets

Recibido: 11 /11/ 2008
Aceptado: 12 /12/ 2008

Ponencia presentada ante el Congreso Venezolano de Relaciones Internacionales «Democracia, Relaciones internacionales y Globalidad», Caracas, julio 2008. ©De conformidad por su autor para su publicación.

RESUMEN

ALEJANDRO OROPEZA GONZÁLEZ

Identities culturales, globalización y conjunción de mercados culturales

A partir de la consideración de las «Identities Culturales» como resultado de un proceso que va desde la generación de los bienes y servicios culturales, su oferta, demanda y consumo, hasta la paulatina y dinámica conformación y renovación de un capital cultural social que, a su vez, al transcurrir el tiempo conforma el *corpus* de las identities simbólicas de una sociedad, no es baladí tener en consideración relevante a la variable de la «globalización» impactando en el centro de tal proceso cultural, redefiniendo permanentemente el modelo de consumo. La cultura, las identities culturales y la globalización de los mercados se imbrican en los complejos mecanismos de las Relaciones Internacionales en los cuales los actores económico-culturales tienen un rol clave al lado del papel estelar de los Estados. Así, lo que denominamos «Conjunción de Mercados Culturales», en el marco de mecanismos de integración, bien podría ser una posibilidad de afrontar el impacto de la globalización en los procesos de reafirmación y generación evolutiva de las «Identities Culturales». Se plantea entonces como objetivo apreciar la «Conjunción de Mercados Culturales» en el marco de acuerdos de integración bi y multilateral regionales; como mecanismo de «protección» y reafirmación permanente de las Identities Culturales, frente a los impactos de la globalización.

Descriptores: Cultura / Globalización / Identities culturales / Proceso cultural / Conjunción de mercados culturales.

ABSTRACT

ALEJANDRO OROPEZA GONZÁLEZ

Cultural identities, globalization and conjunction of cultural markets

Starting from the consideration of «Cultural Identities» as a result of a process that begins with the generation of cultural goods and services, its supply, demand and consumption up to the gradual and dynamic conformation and renewal of a social cultural capital that, in turn, ends by constituting the *corpus* of the symbolic identities of a society, it is not trivial to take into significant consideration the variable of «globalization» having an impact on the core of such cultural process, permanently redefining the consumption model. Culture, cultural identities and globalization of markets are overlapped in the complex mechanisms of the International Relations, in which the economic-cultural actors have a key role besides the leading role of the States. Thus, what we denominate «Conjunction of Cultural Markets», in the framework of integration mechanisms, would perfectly be a possibility to face the impact of globalization on the processes of the evolutionary reaffirmation and generation of the «Cultural Identities». It is then stated as goal to appreciate the «Conjunction of Cultural Markets» in the context of regional bilateral and multilateral agreements; as permanent mechanism of «protection» and reaffirmation of Cultural Identities before the impacts of globalization.

Key words: Culture / Globalization / Cultural identities / Cultural process / Conjunction of cultural markets.

RÉSUMÉ

ALEJANDRO OROPEZA GONZÁLEZ

Les identités culturelles, la mondialisation et de rejoindre des marchés culturels

De l'examen de «l'identité culturelle» en tant que résultat d'un processus de la production de biens et services culturels, de leur offre, la demande et la consommation, à la formation progressive et dynamique et le renouvellement d'une capitale culturelle, sociale, à son tour, avec des formes de temps le corps de l'identité symbolique d'une société n'est pas un mineur pris en considération relative à la variable de la «globalisation» de frapper au cœur de ce processus culturel, de constamment redéfinir le modèle de consommation. Culture, identité culturelle et la mondialisation des marchés qui se chevauchent dans les mécanismes complexes des relations internationales dans lequel les acteurs économiques et culturelles ont un rôle clé aux côtés le rôle principal des États. Donc, ce que nous appelons «Conjonction Marchés culturels» dans le contexte des mécanismes d'intégration, il pourrait être un moyen de faire face à l'impact de la mondialisation sur le processus de retraitement et de la production d'évolution de l'«identité culturelle». Cela soulève l'évaluation objective de la «Marchés culturels Conjonction» dans le cadre d'accords bilatéraux et l'intégration régionale multilatérale, en tant que mécanisme de «protection» et la réaffirmation permanente des identités culturelles, de l'impact de la mondialisation.

Mots clés: Culture / globalisation / identité culturelle / processus culturels / conjonction des marchés culturels.

RESUMO

ALEJANDRO OROPEZA GONZÁLEZ

Identities culturais, globalização e conjunção dos mercados culturais

Partindo da consideração de «Identidade Cultural» como resultado de um processo que começa com a geração de bens culturais e serviços, a oferta, a procura e o consumo até a conformação gradual e dinâmica e renovação de um capital cultural social que, sucessivamente, termina por constituir o corpus da identidade simbólica de uma sociedade, não é banal considerar de maneira importante a variável de «globalização» impactando no centro do processo cultural, permanentemente redefinindo o modelo de consumo. A cultura, as identities culturais e a globalização dos mercados sobrepõem-se no mecanismo complexo das Relações Internacionais, no qual os atores económico-culturais têm um papel essencial ao lado do papel primordial dos Estados. Assim, isso denominado «Conjunción de Mercados Culturais», no marco de mecanismos de integração, poderia ser perfeitamente uma possibilidade para enfrentar o impacto da globalização no processo de ratificação e geração evolutiva das «Identities Culturais». Portanto, se estabelece a meta de apreciar a «Conjunción de Mercados Culturais» no contexto de acordos regionais bilaterais e multilaterais como mecanismos permanentes de «proteção» e ratificação das Identities Culturais perante o impacto da globalização.

Palavras-chave: Cultura / Globalização / Identities culturais / Proceso cultural / Conjunción de mercados culturais.

Todo análisis que involucre aspectos tales como la identidad nacional, la globalización y la gestión pública del Estado, por ejemplo en las áreas de las relaciones internacionales y de la cultura, debe necesariamente considerar diversas dicotomías:

- Multiculturalidad / interculturalidad;
- Globalización de mercados / globalización cultural;
- Sociedad de la información / sociedad de la comunicación;
- Identidades nacionales / identidades culturales.

Así, en el marco de los procesos de integración regionales y subregionales latinoamericanos, es determinante la consideración de los procesos culturales como objetos de la acción política del Estado, en función de las problemáticas que son generadas por los mecanismos de la globalización en general y de la globalización cultural en particular.

Lo que denominamos «**Conjunción de mercados culturales**» en el marco de acuerdos de integración, puede emerger como mecanismo de reafirmación permanente de los procesos culturales propios, frente a los impactos de la globalización. La apreciación de posibilidades de emergencia de tal conjunción de mercados específicamente culturales, se perfila como el objetivo de este análisis, para lo cual es menester proceder a observar sucintamente las dicotomías señaladas.



PRIMERA DICOTOMÍA: MULTICULTURALIDAD / INTERCULTURALIDAD

El concepto de multiculturalidad y la idea que se asocia a él, más que una característica societal identificable en grupos sociales, emerge como

estrategia institucional asociada a una realidad presente en esos grupos sociales, por lo que persigue fines y estrategias que deben ser identificables. En el centro de la problemática aparecen las diferencias culturales y, en el ámbito institucional, una meta a alcanzar: el respeto y la tolerancia hacia «otras» culturas.

Si el multiculturalismo es una propuesta de acción política que tiene como objetivo atender una problemática presente en la realidad social de nuestros días, cabe preguntarse, ¿cuál es esa problemática? No otra que las relaciones surgidas de la diversidad del pensamiento, de percepción, de formas de apropiación y reelaboración de bienes culturales, de gustos que determinan el tipo de consumo de cada ser humano; en fin, el conjunto de elementos que determinan la convivencia de diversas culturas en una misma sociedad.

La globalización redefine permanentemente la noción de multiculturalismo, modifica el patrón de comportamiento de la apuesta política que contiene dentro de sí misma la noción. El multiculturalismo se edifica sobre la posibilidad de yuxtaposición de diversidades en un contexto geográfico determinado, la nación, el país.

Néstor García Canclini define el segundo extremo de la dicotomía, la interculturalidad, al afirmar: «De un mundo *multicultural* (...) pasamos a otro *intercultural* globalizado» (García, 2006, p. 14). He ahí el impacto de la variable de la globalización: el surgimiento de la interculturalidad que se caracteriza no ya por la admisión de la diversidad, sino por la asimilación de la confrontación y el entrelazamiento.

Ambos términos implican dos modos de producción de lo social: multiculturalidad supone aceptación de lo heterogéneo; interculturalidad implica que los diferentes son los que son en relaciones de negociación, conflicto y préstamos recíprocos (García, 2006, p. 15)

SEGUNDA DICOTOMÍA: GLOBALIZACIÓN DE MERCADOS / GLOBALIZACIÓN CULTURAL

Se considera a la globalización como un «movimiento contemporáneo» que nos coloca ante la tentación de querer imaginar que quizás podríamos

no pertenecer a ningún lugar. De esta manera el «proceso globalizador», que define la interculturalidad, viene a ser «...la desterritorialización de empresas, capitales, bienes, comunicaciones y migrantes, entre cuyos resultados se hallan los no lugares celebrados por Marc Augé (aeropuertos, *shoppings*, autopistas)» (García, 2006: 99).



En este complejo entramado de relaciones, la globalización como ámbito general contiene dentro de sí a la globalización cultural, la cual se expresa como variable a través de los impactos que generan las **industrias culturales, las industrias del entretenimiento y de las comunicaciones**, de manera tal que la globalización cultural asume las características que definen a la globalización en general.

¿Cuáles son esas características? Enumerémoslas sucintamente:

- En lugar de ofrecer o estimular la aparición de nuevos mercados para los creadores culturales, selecciona *a priori* a los de audiencia masiva;
- Rediseña los bienes y servicios a ser ofertados «productos», para que tengan la posibilidad y capacidad de circular internacionalmente;
- Sustrae a la gran mayoría de los creadores locales de los canales de organización y reproducción, es decir, de los mercados en los que interactúan las industrias culturales.

¿Cómo considerar dicha realidad a modo de factor clave en el diseño de una política cultural? La política cultural debe propender, en un primer momento, al desarrollo de la propia cultura frente al dominio del mercado por parte de contenidos extranjeros (Bonet, 2001).

Las políticas culturales a diseñar en el mundo de hoy y ante la realidad de la globalización, deben encontrar mecanismos que no se excluyan

entre sí, para encontrar lineamientos de protección necesarios para el desarrollo de las diversas manifestaciones de la creatividad cultural nacional, por una parte; y la apertura a la competencia que posibilite y estimule la generación y consolidación sucesiva de iniciativas flexibles, especializadas, «profanas» (Groys, 2005), e imaginativas que respondan a las necesidades y demandas de cada colectividad y que coadyuven con la evolución del entramado cultural del mundo, por otra.

La emergencia y consideración de mercados específicamente culturales son determinantes en una estrategia política encaminada a enfrentar la globalización cultural, existen profundas diferencias entre el mercado en el cual se desenvuelven las industrias culturales y del entretenimiento y los mercados específicamente culturales, a lo que nos aproximaremos posteriormente, pero es menester en este punto tener muy en consideración esta diferenciación.

TERCERA DICOTOMÍA: SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN / SOCIEDAD DE LA COMUNICACIÓN

La diversidad, que basa la noción político-estratégica de la multiculturalidad frente a la interculturalidad, es determinante en las relaciones sociales que tienen lugar entre las personas, y entre las personas con el conocimiento, y contribuye a relacionar estilos de vida y de representación de la vida. «Pero persisten las diferencias, las divergencias, las discrepancias. No sólo por la inercia de modos preinformacionales y preglobalizados de interacción social, sino porque la tercera revolución industrial no sustituye a las anteriores» (García, 2006, pp. 193-194). Es decir, que la diversidad como hecho no desaparece, ¿cómo podría hacerlo?, sino que se reelabora en función de nuevas estructuras de interrelación societal, entre las que el conocimiento y la información son determinantes.

Así, es opinión de García Canclini: «Podemos **conectarnos con los otros** únicamente para obtener *información*, como lo haríamos con una máquina proveedora de datos. **Conocer al otro**, en cambio, es tratar con su *diferencia*» (García, 2006: 194)¹.

¹ Negritas nuestras.

CUARTA DICOTOMÍA: IDENTIDADES NACIONALES / IDENTIDADES CULTURALES

La problemática fundamental que emerge al considerar esta problemática es dual: por una parte la relativización de las identidades y, por otra, su desterritorialización. Así, si las identidades nacionales, podríamos pensar, contienen a las culturales, ¿qué sucede si aquellas identidades nacionales pierden su ámbito de acción inmediata, el territorio? Si se acepta el carácter universalizador del concepto «identidad cultural», el mismo integra dos «funciones», una cuantitativa, que refiere el rol unificador-integrador del concepto; y una función disciplinaria que remite al rol y atribuciones de instituciones para salvaguardar los mecanismos y procesos que generan identidades, así como las reglas que permiten el acceso más o menos democrático a esos procesos (Amor y García, 2007).

Se percibe una reacción en contra de la propia noción de identidad nacional y de identidad cultural, basada en el rechazo ontológico a una subjetividad racional y transindividual a favor de un movimiento de auto-trascendencia del sujeto; el fin de las grandes narraciones y legitimaciones; la autonomía y especificidad de los discursos; la pérdida de ilusión y de la necesidad de reconciliación y tolerancia; la consagración y culto del instante; y, por último, la pérdida de los espacios públicos, al transformarse en espacios de tránsito y no de pertenencia.

Entendemos que la crisis que vive la vigencia del concepto de identidad deviene de considerar a ésta más que como resultado de procesos, como proceso autónomo que se genera a sí misma. En el caso de la identidad cultural, es percibida como un proceso que integra dentro de sí un conjunto de valores predeterminados, un inventario de hechos, acciones y pareceres histórico-sociales que se suman y ocurren en cada individuo, grupo



y sociedad; no es vista como resultado de procesos culturales que, a lo largo del tiempo, la determinan, reorganizan y redefinen permanentemente.

Ahora bien, con base en lo anteriormente afirmado, la identidad cultural debe ser vista más como reconocimiento positivo de diferencias y luchas de reafirmación que como afirmación utópica y reproducción de valores culturales, históricos, sociales y tradicionales compartidos.

En este contexto, cabe preguntarse: ¿por qué la globalización cultural se asocia a una erosión de las identidades culturales? Para proponer una respuesta a esta cuestión, vale la pena señalar que los sistemas de gran producción cultural poseen, entre otras, las siguientes particularidades:

- Ausencia de autonomía, al someterse al dictado de las demandas externas, fundamentalmente a la competencia por la conquista y dominio del mercado;
- Búsqueda de mayor rentabilidad y máxima cobertura de públicos, transacciones y compromisos entre los propietarios/administradores de las industrias y los creadores;
- Los bienes y servicios generados y ofertados por las industrias se distinguen por usar procedimientos técnicos y estéticos inmediatamente accesibles.

En otro extremo de la realidad social, existe un consumo que se asocia específicamente a los bienes y servicios generados por los creadores culturales, que se sucede en el ámbito de mercados específicamente culturales, regidos no ya por las leyes generales de la economía de mercado, sino por aspectos particulares resultantes de dicho mercado particular: el consumo cultural. Lo dicho supone que el proceso cultural que va desde la producción de bienes y servicios culturales, hasta las identidades culturales, se encuentra caracterizado por elementos muy particulares que no están presentes en el consumo que se sucede en las industrias culturales.

Si se aprecia una preeminencia y dominio del consumo de bienes provenientes de las industrias culturales (globalización cultural), y, por consecuencia, una disminución del consumo específicamente cultural, entonces

no se generan ni renuevan los capitales culturales; de allí que, a largo plazo, las identidades culturales se ven erosionadas al no reafirmarse a través de la recomposición y reorganización de las tradiciones culturales (memoria cultural), ni se recomponen por medio de la generación de las vanguardias culturales (ámbito profano). He allí la razón por la cual la globalización cultural afecta negativamente sobre las identidades culturales, generando exclusivamente consumo mercantil.

El acceso segmentado y desigual a la oferta de las industrias culturales y, más aún, el impacto que éstas tienen sobre el consumo específicamente cultural y sobre las identidades culturales, además del solapamiento de derechos económicos, sociales y culturales, cuya realización se percibe posible en el marco de una noción ampliada y globalizada de ciudadanía, a la larga excluyente, pone en el tapete la emergencia del papel del Estado y su responsabilidad ineludible en el diseño de acciones políticas para hacer frente a esta realidad.

ESTADO, POLÍTICA CULTURAL Y MERCADOS CULTURALES

Emerge necesario entonces caracterizar sucintamente a los mercados culturales específicos; entre dichas características destacan:

- La libertad absoluta de la generación (producción) de bienes y servicios culturales por tanto no sujeta la oferta, exclusivamente, a los condicionantes de la demanda cultural.
- La imposibilidad de intervenir, en un ejercicio de adaptación, los bienes y servicios culturales con la finalidad de manipularlos para hacerlos compatibles a los vaivenes del consumo cultural; la manipulación supone la pérdida de la condición de bienes y servicios culturales y su incorporación a los mercados culturales globalizados.
- La libertad absoluta para consumir los bienes y servicios que el gusto individual seleccione para su apropiación, sólo condicionado por las herramientas e instrumentos que cada quien posea para ejercer tal consumo.

- El consumo cultural supone, en todo caso, una reelaboración y aprehensión individualísima de los bienes y servicios culturales, lo que conlleva a una enajenación del bien respecto de su creador; tal aprehensión transforma los bienes y servicios culturales en productos susceptibles de pasar a formar parte de los capitales individuales y colectivos de los individuos y de los grupos y la sociedad.
- Dada la condición particular de la relación que se sucede entre la oferta y la demanda cultural, las elasticidades económicas entre precios y costos y niveles de consumo y generación de oferta cultural, es menester observarlas detenidamente pues estas relaciones de elasticidad se ven fuertemente impactadas por las características singulares del mercado cultural.
- El proceso cultural es susceptible de ser apreciado como *continuum* racional, lo que permite analizar críticamente las diversas fases del proceso con miras a la acción política en pos de objetivos específicos.
- La conceptualización de cultura desde una perspectiva operativa propuesta (necesaria cuando la cultura es objeto de políticas públicas), supone su consideración como recurso; por tanto, la susceptibilidad de ser administrada por medio de acciones políticas. Esta particularidad podría generar la utilización de la cultura con fines meta-culturales, sobre todo por parte de estados con tendencias estratégicas totalitarias de dominio y control de la sociedad.
- La conceptualización de la cultura desde esta perspectiva operativa basada en la teoría de la economía de la cultura, pudiera generar el peligro de la segregación y la diferenciación extrema, produciendo desigualdades en el acceso tanto a la producción como al consumo de bienes y servicios culturales ahí, la presencia del Estado como actor regulador es determinante.

Ahora bien, ¿cuáles son las posibles opciones que los estados poseen para la formulación de sus políticas culturales, considerando a la globalización como factor clave y la realidad de los mercados culturales? García Canclini (2006) identifica cinco opciones:

- atrincherarse en la propia cultura nacional, restringiendo el mercado a los bienes y servicios de determinado tipo, producidos por los creadores subvencionados por el Estado;
- fijarse como objetivo el estímulo y desarrollo de una industria cultural orientada a la exportación de melodramas y música folklórica, que valide como identidad cultural propia el reconocimiento del «otro»;
- asumir la globalización como organización estética de la multiculturalidad;
- fortalecer la producción endógena y la circulación intrarregional;
- relacionar las políticas culturales con las necesidades laborales y educativas de los jóvenes.

Ubicados en esta problemática «global» y observando la realidad de los mercados culturales nacionales, se observa cómo ha sido una de las posibilidades de acción política la denominada «**excepción cultural**». Especie de proteccionismo sectorial que hace su aparición en la Francia de la segunda posguerra.

En este punto son pertinentes las apreciaciones de Barrie Ashford y Néstor García Canclini (1995 y 1999a), respecto de la posibilidad de alcanzar un modelo que permita integrar las visiones diversas que se piensa tiene los efectos de la globalización sobre la cultura. La posición del autor mexicano, en nuestro criterio, es la más pertinente para la realidad y la problemática cultural de la Venezuela de hoy en el contexto de la *praxis* de las relaciones integracionistas regionales. Entiende el autor que intensificando los intercambios de bienes y servicios culturales, es decir, expandiendo el mercado cultural por vía de arreglos institucionales, sobre puntos específicos asociados al comportamiento de la oferta y del consumo cultural, se puede coadyuvar a la liberación de estereotipos de uno y otro lado (lo local, lo global) y a pensar en lo que es posible hacer en nuestras sociedades, para que sean menos desiguales, menos jerárquicas y más democráticas (García, 1999-A).

Se ha estado refiriendo en los párrafos previos, la opción de política relacionada con la globalización identificada como: «**Fortalecimiento de la producción endógena y la circulación intrarregional de bienes y servicios culturales**». Esta opción política se complementa con acciones procedentes de la «excepción cultural». Con ambas acciones es posible alcanzar mecanismos que permitan el diseño de estrategias, en una propuesta de lineamiento general marco de una política cultural. Ambas deben partir de una concepción política que supone la diversificación y ampliación del papel de los actores-agentes involucrados en la política cultural, más allá del Estado (política cultural democrática)².

El planteamiento de una **política cultural democrática** supone una participación activa de todos los agentes en el proceso político-cultural, lo que implica un robustecimiento, actualización y desarrollo de la producción de bienes y servicios culturales, en el mercado cultural propio.

En atención a los riesgos que supone la necesidad de diseñar acciones políticas que contemplen a la globalización y a las industrias culturales como fenómenos y fines a considerar en sí mismas, es que emerge la necesidad de vincular y reconstruir los vínculos entre los actores-agentes culturales. Michihiro Watanabe (2003) reconoce como una problemática para Japón, que las políticas culturales trascienden la simple elección entre una cultura influenciada por el extranjero y una cultura local, o entre el multiculturalismo y la unidad cultural. Esta problemática no es ajena a la realidad actual ni de Venezuela ni de la región. Afirma el autor que Japón, por medio de sus políticas culturales, «...deposita esperanzas en los intercambios internacionales que permitan establecer una conexión entre lo local y lo mundial» (Watanabe, 2003, p. 2) Es decir, entre los productores de bienes y servicios culturales que circulan en el mercado cultural nacional y aquellos que son parte de mercados culturales más amplios, pero siempre mercados culturales.

Entonces, volviendo a los mercados culturales, que trascienden lo nacional y que deben ser protegidos por los estados, éstos ofrecen la posibili-

² Para este punto de la caracterización de políticas culturales democráticas ver García C., 1990: 197-1999 y Brunner, 1990.

dad de expandir influencias y conexiones socioculturales de manera colectiva y en diversas vías, interrelacionando realidades y mercados a veces semejantes y/o complementarios, en oportunidades (la mayoría de ellas) diversos, y diferentes; pero potenciando la capacidad económica de la producción cultural endógena, lo que favorece la articulación y los arreglos entre lo estatal y lo privado, por medio de la construcción de programas de investigación y políticas de colaboración centrados en el interés público, a escala, de esos mercados culturales comunes regionales.

En el particular de los mercados culturales regionales y de sus posibilidades de conjunción en América Latina y el Caribe, éstos deberían tender a crecer en el conjunto de la actividad económica, viéndose la oferta cultural cada vez más permeada por las posibilidades de diversificación de la demanda y el consumo cultural, gracias a los convenios de integración y cooperación bi y multilaterales. Las nuevas formas de articulación entre lo económico y lo cultural se traducen en dos caras complementarias: primero, en el carácter rentable de los procesos de creación, distribución y consumo de un número creciente de obras culturales que entran, con o sin el consentimiento de sus autores, en el circuito de circulación de la cultura; segundo, en la presencia cada vez más fuerte del componente cultural y estético en la actividad económica, donde las empresas discográficas, del espectáculo y la diversión crecen a un ritmo inédito, y donde la publicidad y el entretenimiento tienen que esterizarse sin tregua para «seducir» a públicos cada vez más estimulados (Hopenhayn, 2001).

En este contexto es conveniente considerar la denominada circulación intrarregional de bienes y servicios culturales, en donde los referidos acuerdos bi y multilaterales adquieren contenido. En ese ámbito se encuentra el caldo para el desarrollo de iniciativas de intercambio y para la «conjunción de mercados culturales regionales». Se desarrollaría un círculo virtuoso entre procesos de integración político-económicos, y conjunción de mercados culturales, apuntalados por estudios, investigaciones y políticas culturales que fomenten una comprensión recíproca entre las sociedades participantes y un manejo inteligente de los desafíos y riesgos que plantean las nuevas formas de multiculturalidad, de interculturalidad, asumiendo el nuevo marco de referencia.

La posibilidad de conjunción de mercados culturales reafirma la importancia clave que posee la organización y, más aún, la circulación de bienes y servicios culturales. En la circulación más que en la producción, la cultura deviene política. Y, en la nueva fase de la globalización –recordemos la posición de Daniel Mato (1996, 2002)–, se observa que dicha circulación se multiplica exponencialmente, rebasa las fronteras espaciales y los límites en el tiempo, por lo que los mensajes circulan globalmente en un tiempo real. De esta manera una hiperpolitización de la cultura (no de la meta cultural) podría derivar del hecho de que «(...) toda producción de sentido puede circular sin límite e instantáneamente, contar con millones de receptores potenciales y competir con otros tantos ‘eventos simbólicos’ en una red intrincada e hiperventilada que no descansa» (Hopenhayn, 2001: 80).

Asistir a este complejo escenario sin reconocerlo, y sin estar preparado para él, por medio de acciones conjuntas de los estados periféricos de la globalización, es reducir la atención, estímulo e interés de/y en los mercados culturales a simples esfuerzos aislados de defensa de soberanías culturales sin sentido, futuro, ni impacto.

En esta realidad difícil y multivariada es donde el aspecto de las políticas culturales, referido a la globalización y a las industrias culturales, debe desarrollarse. Ámbito complejo, en atención a los múltiples y diversos elementos que lo definen; elementos que escapan del propio accionar y control del Estado nacional, y del resto de los actores-agentes de las políticas culturales propias, involucrándose organismos y mecanismos de interrelación binacionales, regionales y mundiales; todo ello definiendo una amalgama de situaciones con altos grados de mutabilidad.

Pero el punto de partida es nuestra realidad, y los objetivos que se logren deben apuntalar el proceso político; mientras más claramente definida, caracterizada y descrita esté la realidad cultural nacional y se conozcan los mecanismos de comportamiento del mercado cultural interno, más posibilidades tendremos de interrelación y de conjunción, en igualdad de condiciones, con otros mercados culturales. Mientras, cada vez más, nuestro mercado cultural tienda a un sano equilibrio mínimo entre oferta y demanda y éste se extienda y consolide a lo largo del tiempo, en atención a los

elementos que lo definen, más posibilidades tendrán nuestras industrias culturales endógenas de insertarse en aquellos mercados culturales foráneos y menos vulnerable será el mercado cultural interno a los mecanismos de intervención procedentes de las industrias culturales multinacionales que se mueven en el mercado mundial tradicional.

Debe tenderse, se insiste, en la acción pública cultural, a una convergencia entre todos los actores-agentes involucrados, encaminada a robustecer, actualizar y desarrollar la producción de bienes y servicios culturales endógena, sus mecanismos de circulación, y a atender el comportamiento de la demanda y la oferta cultural y los factores asociados a ellas. De allí devendría el fortalecimiento de la producción, organización y circulación de productos culturales y la relación indispensable entre políticas culturales y necesidades laborales y educativas de la sociedad. Se advierte, sin embargo, que estas acciones jamás deben transformarse en un modelo proteccionista y cerrado a la multiculturalidad, a la interculturalidad y al intercambio, pues la frontera es muy sutil.

BIBLIOGRAFÍA

AMOR y GARCÍA

2007 Cambio cultural y crisis de identidad. *Monografías*. Extraído el 06 de marzo de 2007 desde: [http// www.monografias.com](http://www.monografias.com)

ARIZPE, L. y GIOMAR, A.

2005 Cultura, comercio y globalización. *CLACSO*. Extraído el 29 de enero de 2006 desde: [http// www.globalcult.org.ve/pub/clacso2/arizpealonso.pdf](http://www.globalcult.org.ve/pub/clacso2/arizpealonso.pdf)

ASHFORD, B.

1995 *The Global System: Economics, politics and culture*. Cambridge: Polity Press.

BECK, U.

1999 *¿Qué es la globalización?* Barcelona: Paidós.

BONET I AGUSTÍ, L.

2001 *Economía y cultura: Una reflexión en clave latinoamericana*. Barcelona: BID.

BRUNNER, J.J.

1990 «Políticas culturales y democracia: hacia una teoría de las oportunidades». En *Políticas culturales en América Latina*. México: Fondo de Cultura Económica.

COMISIÓN MUNDIAL DE CULTURA Y DESARROLLO

1996 «Nuestra diversidad creativa». En, *Informe de la Comisión Mundial de Cultura y Desarrollo*. París: UNESCO.

GARCÍA C., N.

1990 «Políticas culturales y crisis de desarrollo: Un balance latinoamericano». En *Políticas culturales en América Latina*. México: Fondo de Cultura Económica.

1999 «Democratización política y cultura massmediática». En *Una cultura para la democracia en América Latina*. México: UNESCO -Fondo de Cultura Económica.

1999a. *La globalización imaginada*. México: Paidós.

2003 «Opciones políticas en el marco de la globalización». En *In from the margins*. Estrasburgo: Informe para el Consejo de Europa preparado por el Grupo de Trabajo Europeo sobre Cultura y Desarrollo.

2006 *Diferentes, desiguales y desconectados. Mapas de la interculturalidad*. Barcelona: Gedisa Editorial.

GROYS, B.

2005 *Sobre lo nuevo. Ensayo de una economía cultural*. Valencia. España: Pre-Textos.

GUTIÉRREZ MARTÍNEZ, D.

2006 Prólogo. «El espíritu del tiempo: Del mundo diverso al mestizaje». En D.G. Ramírez (Comp.), *Multiculturalismo. Desafíos y perspectivas* (pp. 9-22). México: Siglo XXI Editores, El Colegio de México.

HOPENHAYN, M.

2001 Junio-septiembre. ¿Integrarse o subordinarse? Nuevos cruces entre política y cultura. *Estudios Latinoamericanos, CLACSO, N° 1*.

KONG, L.

2000 *Culture, economy, policy: Trends and developments*. Singapore: Geoforum, Special Section on Cultural Industries and Cultural Policies.

MATO, D.

1996 Procesos culturales y transformaciones sociopolíticas en América Latina. En *América Latina en tiempos de globalización: procesos culturales y transformaciones sociopolíticas*. Caracas: UCV, ALAS, UNESCO.

OROPEZA G., A.

2005 *Política pública y demanda cultural en Venezuela*. Caracas: Cendes-UCV.

OROPEZA G., A.

2007 *Filisteísmo meta-cultural de Estado: Una revisión del pensamiento cultural de Hannah Arendt*. Ponencia presentada al I Coloquio sobre Totalitarismo, Ideología y Cultura, marzo, Caracas, Universidad Simón Bolívar.

WATANABE, M.

1999 *La política cultural en Japón*. En *Informe Mundial sobre la Cultura. Cultura, creatividad y mercados*. Madrid: Ediciones UNESCO, Acento Editorial, Fundación Santa María.

WIEVIORKA, Michel

2006 «Cultura, sociedad y democracia». En D.G. Ramírez (Comp.), *Multiculturalismo. Desafíos y perspectivas* (pp. 25-76). México: Siglo XXI Editores, El Colegio de México.

CARLOS ENRIQUE
GUZMÁN CÁRDENAS
(Venezuela)

Nacido en 1960 en Caracas (Venezuela). Candidato a Doctor en Humanidades por la Universidad Central de Venezuela (UCV). Magíster Scientiarum en Administración (2002), Especialista en Gerencia de Proyectos de Investigación y Desarrollo (1997) y Sociólogo por la UCV. Director Editor del *Anuario ININCO*. Docente e investigador del Instituto de Investigaciones de la Comunicación (ININCO-UCV). Coordinador de las líneas de investigación «Sociedad Informacional, Política y Economía de la comunicación y la Cultura»; «Comunicación, Culturas Urbanas y Ciudadanía» y «Comunicación Empresarial y Gestión de los Intangibles» del ININCO-UCV. Coordinador General del Observatorio ININCO de la Comunicación y la Cultura. Coordinador de la Maestría «Gestión y Políticas Culturales» de la UCV. Profesor de la Maestría en Comunicación Social, Facultad de Humanidades y Educación, por la UCV; Escuela de Comunicación Social de la Universidad Católica Andrés Bello (UCAB) y en la Especialización de Gerencia de las Comunicaciones Integradas, Universidad Metropolitana (UNIMET). Miembro del Comité Editorial de la revista *Escribanía* del Centro de Investigaciones de la Comunicación de la Facultad de Comunicación Social y Periodismo de la Universidad de Manizales, Colombia, y del Comité Científico de la revista *Estudios para el Desarrollo Social de la Comunicación*, REDES.COM del Instituto Europeo de Comunicación y Desarrollo, España. Investigador acreditado por el Programa de Promoción del Investigador (PPI) desde el año 2007 en el Nivel III. Ha publicado seis libros y es coautor de tres sobre políticas culturales, estadísticas y economía de la cultura y, consumo cultural. Es autor asimismo de capítulos en más de 20 libros. Responsable de diez proyectos financiados, tanto nacional como internacional, en los últimos seis años. Colaborador en diversos diarios y revistas nacionales e internacionales, con más de 59 artículos académicos publicados. Miembro en calidad de Asociado y Coordinador General del GT «Sociedad Informacional, Política y Economía de la Comunicación y la Cultura» de la Asociación de Investigadores Venezolanos de la Comunicación (InveCom). Miembro regular de la International Association for Media and Communication Research (IAMCR). Correo electrónico: carloseguzman@cantv.net; cguzmancardenas@gmail.com
<http://cguzmancardenas.blogspot.com/>
<https://twitter.com/innovarium>
<http://www.slideshare.net/Innovarium>
Teléfono ININCO-UCV: + 58 212 6930077



Explorando las industrias creativas, de la experiencia y culturales

Exploring the creative, of experience
and cultural industries

Recibido: 08 / 07 / 2008

Aceptado: 11 / 08 / 2008

Ponencia presentada en el GT POLITICAL ECONOMY. 26th Conference and General Assembly AIECS / IAMCR / AIERI. 20-25 DE JULIO DE 2008. Estocolmo, Suecia.
©De conformidad por su autor para su publicación.

RESUMEN

CARLOS ENRIQUE GUZMÁN CÁRDENAS

Explorando las industrias creativas, de la experiencia y culturales

En la última década se ha generado un creciente reconocimiento sobre la importancia que tienen las Industrias Creativas y Culturales (ICCs) como sectores contribuyentes al desarrollo económico de las regiones o países. Sin embargo, el reciente debate sobre las industrias creativas, también llamadas industrias de la experiencia, es ahora ocupado por la confusión epistemológica, el cual previene un claro entendimiento de la complejidad de dichas industrias, cruciales a la investigación académica y el diseño de políticas comunicacionales y culturales. Derivado de lo anterior, la intencionalidad analítica de la investigación fue explorar el surgimiento de los conceptos de industrias creativas e industrias de la experiencia así como su debate teórico a nivel internacional dentro del contexto del desarrollo de una economía creativa; se analizaron diversos modelos de diagnósticos de las mismas en contextos nacionales y supra-nacionales desde una perspectiva comparativa y, se ubicaron su especificidad en el marco de la Política y Economía de la Cultura. La información esgrimida en este estudio se enmarca en los proyectos que viene realizando la línea de investigación «Sociedad de la Información, Política y Economía de la Comunicación y la Cultura» sobre la creación, economía creativa e innovación tecnológica en la cultura digital, así como del Proyecto de Investigación en Grupo, número 070066522007 (I Etapa) titulado «*Las Industrias Creativas y Culturales en Venezuela*» del Instituto de Investigaciones de la Comunicación (ININCO) de la Universidad Central de Venezuela, financiado por el Consejo de Desarrollo Científico y Humanístico (CDCH-UCV).

Descriptores: Teoría y crítica de la cultura / Industrias culturales / Industrias creativas / Industrias de la experiencia.

ABSTRACT

CARLOS ENRIQUE GUZMÁN CÁRDENAS

Exploring the creative, of experience and cultural industries

During the last decade, it has raised an increasing recognition upon the relevance of the Creative and Cultural Industries as contributing sectors for the economic development of regions or countries. However, the recent debate over the creative industries, as well called industries of experience, is now occupied by the epistemological confusion, which avoids a clear understanding of the complexity of such industries, essential for the academic research and the design of communicational and cultural policies. According to the above explained, the analytical goal of this research was to explore the rising of concepts of creative industries and industries of experience, as well as its international theoretic debate within the context of developing a creative economy; there were analyzed different diagnostic casts of it in national and supranational contexts from a comparative perspective; and the specificity on the Politic and Economy of Culture is recognized. The information in this research is delimited on the projects carried out by the line of investigation «Society of Information, Politics and Economy of Communication and Culture» over the creation, creative economy and technological innovation of the digital culture, as well as the Group Investigation Project, number 070066522007 (I Stage) titled «Creative and Cultural Industries in Venezuela» of the Research Institute on Communications (ININCO, in Spanish) of the Universidad Central de Venezuela, funded by the Board of Scientific and Humanistic Development (CDCH-UCV).

Key words: Theory and critics of culture / Cultural industries / Creative industries / Industries of experience.

RÉSUMÉ

CARLOS ENRIQUE GUZMÁN CÁRDENAS

Explorer les industries créatives et culturelles expérience

Dans la dernière décennie a suscité une reconnaissance croissante de l'importance de la création et des industries culturelles (ICC) comme des secteurs contribuant au développement économique des régions ou pays. Toutefois, le récent débat sur les industries créatives, aussi appelé expérience dans l'industrie, est maintenant occupé par la confusion épistémologique, ce qui empêche une bonne compréhension de la complexité de ces industries sont essentielles à la recherche académique et la conception des politiques de communication et culturel. En raison de ce qui précède, la recherche intentionnalité d'analyse était d'étudier l'émergence de la notion d'industries créatives et d'expérience dans l'industrie ainsi que de son débat théorique international dans le cadre du développement d'une économie créative, on a analysé divers modèles de diagnostic les contextes de ces perspective nationale et supra-comparative et la spécificité était située dans la politique et l'économie de la culture. Les informations présentées dans cette étude s'inscrit dans les projets entrepris par la ligne de recherche «Société de l'information, politique et économie de la communication et de la Culture» sur la création, l'économie de la création et l'innovation technologique dans la culture numérique et Research Project Group, le numéro 070066522007 (stage I), intitulé «*La création et les industries culturelles en Venezuela*», Institut de recherche de la communication (ININCO) de l'Université Central de Venezuela, financé par le Conseil de recherche scientifique et des sciences humaines pour le développement (CDCH-UCV).

Mots clés: Théorie et critique de la culture / industries culturelles et des industries créatives.

RESUMO

CARLOS ENRIQUE GUZMÁN CÁRDENAS

Explorando as indústrias criativas, de experiência e culturais

Durante a década recente, tem-se gerado um crescente reconhecimento sobre a importância das Indústrias Criativas e Culturais como setores contribuintes para o desenvolvimento econômico de regiões ou países. No entanto, o recente debate sobre as indústrias criativas, também chamadas de experiência, é agora ocupado pela confusão epistemológica, a qual evita um entendimento claro da complexidade dessas indústrias, essenciais para o estudo acadêmico e o desenho de políticas comunicacionais e culturais. Conforme acima exposto, o propósito deste estudo era explorar a aparição dos conceitos de indústrias criativas e indústrias de experiência, assim como o debate teórico internacional no contexto de desenvolver uma economia criativa. Desde uma perspectiva comparativa, analisaram-se diferentes modelos diagnósticos em contextos nacionais e supranacionais e se localizou a sua especificidade na Política e Economia da Cultura. A informação neste estudo está delimitada nos projetos feitos pela linha de pesquisa «Sociedade de Informação, Políticas e Economia de Comunicação e Cultura» sobre a criação, economia criativa e inovação tecnológica da cultura digital, assim como o Projeto de Pesquisa em Grupo, número 070066522007 (I Etapa) titulado «*Indústrias Criativas e Culturais na Venezuela*» do Instituto de Investigações da Comunicação, ININCO, da Universidade Central da Venezuela, financiado pelo Conselho de Desenvolvimento Científico e Humanístico (CDCH-UCV).

Palavras-chave: Teoria e crítica da cultura / Indústrias culturais / Indústrias criativas / Indústrias da experiência.

I. MARCO REFERENCIAL DEL ESTUDIO¹

En los últimos años, diversos autores argumentan que los países occidentales más desarrollados se encuentran en una fase de gestación de una nueva economía², que se caracterizaría por la aplicación generalizada de la información y el conocimiento, tanto en los procesos productivos como en las transacciones comerciales, designando a un conjunto difuso de elementos que tratan de recoger las características del nuevo entorno en el que se mueven los procesos económicos generadores de valor añadido, sea éste estrictamente contable o incluso social.



El avance de esta reciente economía sería producto del surgimiento de un nuevo paradigma tecno-económico de producción flexible (la sociedad del conocimiento), en oposición al viejo paradigma de producción en masa (la sociedad científico-técnica). En líneas generales, la nueva economía (ver Tabla 1) vendría a referirse a sucesos que van desde la irrupción de las tecnologías de información y comunicación (en adelante, TIC), hasta la intangibilidad de los bienes producidos. Su tesis central es que **la creatividad**³,

¹ La información esgrimida en este estudio se enmarca dentro de los proyectos que viene realizando la línea de investigación «Sociedad de la Información, Política y Economía de la Cultura y Comunicación» del ININCO-UCV sobre la creación, economía creativa e innovación tecnológica en la cultura digital. Se anexa una amplia bibliografía.

² «Nueva Economía» fue un concepto que se utilizó con intensidad, sobre todo en el ámbito mediático, en el segundo quinquenio de los años 90. Según algunos autores, este concepto tiene su origen en 1995 con la salida a bolsa de Netscape. Una visión limitada de la denominada «nueva economía» la identifica con la innovación tecnológica y más concretamente con las nuevas tecnologías de la información y las comunicaciones (TIC). Sin embargo, la trascendencia del cambio se comprende sólo cuando se unen TIC, globalización y nuevas formas de gestión empresarial. Cada uno de estos tres aspectos por separado supone una transformación importante de la economía, pero juntos e interactuando entre sí dan lugar a un cambio radical para el que se va generalizando el nombre de «nueva economía».

³ Resulta difícil aprehender en una definición única que además sea susceptible de una admisión generalizada; de hecho, tampoco es nuestro objetivo ni de nuestro interés obtener una definición *correcta* universalmente. En este sentido, más que un concepto, lo que planteamos es una *plataforma de entendimiento* o punto de partida que nos permita identificar

el conocimiento y el acceso a la información harán la diferencia –y también la distancia– en los próximos 20 a 30 años, gestando una nueva revolución tecnológica (Big-Bang), como eficaces motores de la productividad⁴ y de la promoción del desarrollo humano⁵ en un mundo que se globaliza.

De igual modo, se considera que la creatividad y **la innovación**⁶ constante se han convertido en las fuerzas clave e impulsoras de nuestra economía y sociedad. La experiencia histórica registra que en cada una de las distintas etapas de los procesos de desarrollo económico de los países prevalecen distintas estrategias para generar progreso económico. En las *economías desarrolladas*, la productividad de los factores está cada vez más determinada por procesos de innovación sistemáticos y extendidos –tales como innovaciones de producto, de proceso, de organización y de mercado– que son capaces de provocar saltos frecuentes y acumulativos en los niveles de productividad general. El rasgo característico de esta fase es que las industrias, sectores y actividades que dinamizan la economía de la

el significado de la creatividad en un contexto determinado, concretamente en el de la economía cultural y creativa. Así, podríamos entender la creatividad como un fenómeno complejo en el que intervienen muchas variables individuales y sociales que interactúan de manera no lineal, y en la que conviven simultáneamente la tendencia a la multiplicidad y a la unidad. Creatividad es la facultad humana de generar nuevas ideas, nuevos contenidos simbólicos. La creatividad se inscribe más en la *lógica de la significación*; en una lógica, por lo tanto, cultural, como una forma de ser, un estilo de vida, como vivencia y búsqueda de sentido.

- ⁴ Capacidad de mejorar procesos productivos no sólo en términos volumétricos, sino también en la eficiencia en el uso de los insumos y el ahorro.
- ⁵ El desarrollo humano es libertad, pues significa el ejercicio de ‘capacidades’ que valoramos, que queremos para cada uno de nosotros. Las capacidades son entendidas como libertades, es decir, como actividades o estados considerados valiosos por las personas (...). Si llevamos esta idea al colectivo, el desarrollo se concibe como un proceso –con participación estatal, civil e individual– de apertura de oportunidades para todos, a partir de las cuales las personas alcanzan estados y actividades valiosos (INFORME VENEZUELA PNUD, 2002: p. 34).
- ⁶ La innovación es posterior a la creatividad. Innovar exige desarrollar la creatividad, materializarla y convertirla en servicios o productos novedosos y rentables. La innovación está más relacionada con *hacer*, pero, sobre todo, con producir nuevos productos y servicios. Está más cerca de la lógica instrumental, del negocio, de la economía. Lo que está claro es la imposibilidad de innovar sin partir de una idea original, esto es, sin ejercitar previamente la creatividad. En la emergente sociedad creativa actual, la aportación de valor llega de la transformación de la creatividad en innovación.

Tabla 1
¿EXISTE REALMENTE UNA NUEVA ECONOMÍA?

ARGUMENTOS UTILIZADOS PARA DEFENDER UNA NUEVA ECONOMÍA	ARGUMENTOS UTILIZADOS PARA NEGAR UNA NUEVA ECONOMÍA
– Hemos vivido una fase de innovación tecnológica intensa y de rápida difusión liderada por las TIC; actualmente limitada por una crisis global que no ha sido generada por el uso ellas TIC.	– A lo largo de los últimos doscientos años se han producido otras grandes fases innovadoras (como la propia Revolución Industrial) sin que el cambio sea tan radical como para hablar de «Nueva Economía», en la actualidad justificado por la crisis mundial.
– Las fases cíclicas expansivas son de mayor duración; en la actualidad nos encontramos en una fase de recesión donde las TIC pueden ayudar a salir de esta etapa.	– La fase expansiva se ha localizado en EE.UU., y, en menor grado, en Europa. Aunque la nueva economía no puede evitar las crisis cíclicas.
– La contención de precios, las tasas de crecimiento y las mejoras de productividad están claramente por encima de lo habitual en las últimas décadas. Logrando crecimiento más estable y sostenido, en situaciones normales.	– Los efectos se centran prácticamente en EE.UU., donde pueden darse unos condicionantes especiales. Pero aun con estos condicionantes, no ha evitado la caída de las economías mundiales.
– Supone un cambio trascendental de la producción de bienes físicos al predominio de los servicios <i>online</i> en un mundo inmaterial de bases de datos, productos financieros, entretenimiento, etcétera.	– El cambio del predominio de la industria manufacturera al del sector servicios es una tendencia de largo plazo y la economía de los servicios innovadores no llega a todas las economías por igual, a pesar de la globalización.
– Una nueva realidad exige un nuevo pensamiento económico que incorpore conceptos tales como los «efectos en red», «externalidades invasivas», «entorno infinitamente expandible» y se adapte a menores costes de entrada en los mercados, nuevas formas de gestión, economía global, etcétera.	– El pensamiento económico sólo debe adaptarse al cambio de una realidad y esa puesta al día de hoy no justifica calificar de «nueva» a la ciencia que la explica.

Fuente: *N-economía* (2009)

nación no sólo asimilan y mejoran tecnología de otras naciones, sino que la crean, y llegan a tomar la delantera en el avance del «estado del arte» en tecnologías de producto, de proceso, de mercadeo y de otras dimensiones de la competencia. De esta forma, *la capacidad de innovación se convierte en la fuente principal de ventaja competitiva.*

Pero además, el surgimiento de esta nueva economía, que puede que sea el rasgo más característico del *capitalismo informacional* y la creciente complejización de la producción con base en el *dominio tecnológico*, son causa y consecuencia a la vez de la búsqueda de un ámbito competitivo mucho más amplio en el curso de una economía mundial cada vez más globalizada.

Sea economía de la información, economía digital, del conocimiento, de la innovación apoyada en los nuevos productos y procesos, o cualquier otro término que se acuñe, el hecho cierto es que *la generación, producción, transmisión, conservación y reciclaje de la información, el conocimiento, las experiencias y la cultura* van a determinar no sólo la configuración de sus espacios sino las bases de su competitividad a medio y largo plazo. Hay teóricos sociales, como Douglas C. North, premio Nobel, quien considera la cultura como base de los procesos económicos, o el sociólogo alemán Max Weber (1864-1920), quien durante mucho tiempo elaboró la relación directa que había entre la ética protestante, calvinista, y la formulación del modelo capitalista que finalmente se ha estandarizado. Dicho de otra forma, el desarrollo de los códigos comerciales, el desarrollo integral de la capacidad, de la cohesión económica de una sociedad tiene que ir necesariamente precedido por la cohesión cultural de esa misma comunidad.

En un estudio del catedrático español José Ramón Lasuén Sancho⁷ se pone en evidencia, desde la ciencia econométrica, el valor añadido de la cultura en el conjunto de los elementos que cohesionan a las sociedades civiles. Por otra parte, además de establecer que el potencial económico de la cultura es un valor agregado en las sociedades avanzadas, considera que la cultura y las artes, a través de sus productos, introducen una mayor eficiencia

⁷ Véase, Lasuén Sancho, José Ramón y Javier Aranzadi del Cerro (2002), *El crecimiento económico y las artes*. Fundación Autor. Sociedad General de Autores y Editores, DATAUTOR, Madrid, España, 2002.

en la sociedad. Este concepto de eficiencia es fundamental porque es el elemento que reorienta las preferencias de los individuos. Provoca una economía que se desarrolla en términos óptimos. Podría decirse, pues, que la cultura es un elemento endógeno del crecimiento económico.

Por ende, las sociedades necesitarían interpretar el cambio paradigmático que se viene gestando en el modo de innovar y a su vez consolidar su **capital⁸ creativo**, definido como «... los activos combinados de la sociedad que permiten y estimulan a sus personas, grupos, organizaciones, empresas, instituciones, universidades y territorios a ser innovadoras y creativas» (Igor Calzada, 2006: 4). En este contexto, el advenimiento de una **economía creativa⁹ y de la experiencia** estaría provocando que emerjan prácticas sociales y culturales que conjugan *innovatividad* (creatividad tecnológica), *emprendizaje* (creatividad económica) y *creación* (creatividad artística y cul-

⁸ En la sociología del consumo de Pierre Bourdieu, la definición del capital es central para entender el propio concepto de estilo de vida realmente derivado de una especie de teoría general del capital, que engloba lo económico, lo social, lo cultural y lo simbólico. El capital es, fundamentalmente y ante todo, un principio de jerarquización con dos dimensiones de actuación fundamentales, la económica y la cultural, que construyen un complejo sistema de diferencias y diferenciaciones –activas y pasivas, adquiridas o heredadas– conformadoras de estilos de vida como totalizaciones de las posiciones sociales y sus prácticas. El capital económico es el reconocido habitualmente como capital en su sentido estricto, como medio de apropiación, y se expresa a través del equivalente dinero, símbolo establecido para su representación, estando sujeto a la lógica de la escasez; es el medio para apropiarse de recursos que son vividos como escasos ante una demanda supuestamente infinita, pero existe una dimensión simbólica del capital que es utilizada para la apropiación de los recursos que fijan y definen el sentido de lo social: su lógica es la de la distinción, la diferenciación y su esencia es la desigualdad, la dominación, la violencia simbólica y la imposición de los códigos de la legitimidad. Esta dimensión se concreta en un sistema de capitales particulares como son el *capital cultural* (volumen de titulaciones y credenciales), el *capital social* (conjunto de relaciones socialmente útiles) y el *capital simbólico* (sistema de conocimientos implícitos, signos, rituales y prácticas de honor que producen respetabilidad social). El capital puede existir en estado objetivado (libros, propiedades) o bien –como en el caso del capital cultural– en estado incorporado al individuo (hábito), o institucionalizado (título escolar).

⁹ En el estudio *The Economy of Culture in Europe* realizado por KEA la creatividad es definida como «...a cross-sector and multidisciplinary way, mixing elements of ‘artistic creativity’, ‘economic innovation’ as well as ‘technological innovation’. Here creativity is considered as a process of interactions and spill-over effects between different innovative processes» (2006: 41). Según el economista británico Andy Pratt (2004: 119): «... Creativity can be evoked here twice: first, as a mode of innovation; and, second, as an area of economic activity: the creative industries».

tural)¹⁰, como elementos combinatorios cada vez más potentes, constituyéndose así en verdaderos hacedores de valor y de experiencia.

II. LA APROXIMACIÓN ENTRE ECONOMÍA, CULTURA Y CREACIÓN

Así, la cultura, como cualquiera de los bienes y servicios que se transan en una sociedad monetarizada, tiene costos, productores y consumidores, y puede medirse y cuantificarse a través de metodologías estadísticas y econométricas aplicadas a los procesos culturales. Aun así, las relaciones entre economía, cultura y creación son recientes. Es evidente que nos encontramos en presencia de un nuevo marco teórico que exige otras visiones desde las Ciencias Sociales y Económicas. No podemos olvidar que la cultura es, además de un concepto impreciso con múltiples connotaciones, un *bien económico singular*, producto de un proceso en el que participan creadores y distribuidores, organizados más o menos formalmente para hacer llegar los productos culturales a un heterogéneo mercado de consumidores. Desde el punto de vista de los economistas, José Ramón Lasuén Sancho y Javier Aranzadi del Cerro (2002: 9),

...la economía de la cultura es una aplicación estricta al mundo de la cultura del método económico neoclásico, que trata de obtener, en cualquier contexto y empeño, la mejor asignación posible de los escasos recursos disponibles para alcanzar los fines deseados.

¹⁰ La cultura es un proceso social de creación espiritual. Es la creación de signos y de soportes materiales de esos signos (libros, discos, etc.). Para poder vivir, las ideas y las obras del espíritu deben difundirse. Esto ya nos coloca ante dos actores polares del proceso cultural: creadores y receptores/consumidores, y un proceso de comunicación social, que exige de ciertos medios. La creación cultural y su difusión social, constituyen procesos que incluyen diversas fases: la creación de signos por parte de individuos o grupos especializados, la producción de soportes materiales de esos signos o de presentaciones in vivo de los mismos, su difusión entre los receptores / consumidores y su atesoramiento. Existen, por tanto, una producción y una oferta cultural, una demanda cultural, mecanismos de comunicación entre oferta y demanda, y la creación de una reserva de productos culturales. Por su parte, la creatividad es también una consecuencia cultural. La cultura es el espacio de socialización de la creatividad por excelencia. El ámbito históricamente vinculado a la creatividad. Y el espacio público más importante que tiene la sociedad actual para la difusión y el cultivo de la creatividad. Existe una relación simbiótica entre cultura, capital creativo y capital humano que se retroalimenta y beneficia mutuamente.

Por su parte, el Informe sobre el Impacto de la Cultura en la Economía Chilena (2001: p. 83), realizado por el Ministerio de Educación, División de Cultura, para el Convenio Andrés Bello, nos dilucida que,

A través de los estudios e investigaciones realizados en las últimas décadas –principalmente en Europa y Norteamérica–, observamos que la relación entre economía y cultura ha sido establecida desde al menos dos perspectivas: **Economía Cultural y Economía de la Cultura**. La primera intenta conocer las influencias que la cultura genera en la economía en una sociedad determinada, de modo de revisar el pensamiento económico a la luz de las dinámicas y particularidades de las organizaciones y relaciones humanas asociadas a la producción y consumo de productos simbólicos. Entre tanto, los análisis realizados desde la segunda perspectiva se han abocado a entregar información sobre la esfera cultural a partir del saber económico. En particular, la Economía de la Cultura se interesa por la aplicación de la teoría y análisis económico sobre los problemas del arte y las prácticas culturales. La aplicación mecánica o arbitraria de las teorías, perspectivas e instrumentos de una disciplina por sobre la otra, hace imposible un enriquecimiento y fortalecimiento del desafío para instalar en la investigación conjunta, un escenario favorable a la necesaria medición del sector de la cultura en nuestros países. En definitiva, mientras en la Economía Cultural son las definiciones culturales las que tratan de ampliar el lenguaje económico, en la Economía de la Cultura es el lenguaje económico el que se aplica a los productos culturales. Pareciera ser que una y otra perspectiva se deben nutrir recíprocamente; de la misma forma en que a partir del propio pensamiento económico se deslindan herramientas y conceptos operacionales para el análisis, los cuales a su vez, comprueban o refutan el pensamiento que los generó, a su turno se reafirma o impele a la corrección de las herramientas de investigación económicas [negrillas nuestras].

Según la Organización Mundial de Propiedad Intelectual – OMPI – (2003: 18):

La economía cultural estudia la interacción entre los valores culturales y económicos y sus efectos en las industrias creativas. En tal sentido, estudia la importancia de los bienes y servicios culturales en el desarrollo de la sociedad, sus cualidades y otras características, incluidas las políticas públicas en la materia; la expresión de la relación entre los costos y los beneficios de los intereses contrapuestos subyacentes en el derecho de autor; el uso de los productos culturales por los consumidores; los hábitos de los consumidores, etc. [negrillas nuestras].

Frente al relativo problema que supone concretar y acotar cuáles son los límites del objeto de conocimiento, de acuerdo con otro informe publicado por la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (2002: 13) sobre la importancia económica de las industrias y actividades protegidas por el derecho de autor y los derechos conexos, en términos de su incidencia sobre el Producto Interno Bruto (PIB) en los países miembros del MERCOSUR y Chile, la economía de la cultura¹¹ comprendería:

...actividades y procesos diversos, con lógicas sociales y económicas diferentes. Incluye el arte, en sus diversas manifestaciones (música, teatro, plástica, artesanía, etc.), incluyendo el espectáculo artístico en vivo, el patrimonio cultural y su conservación (museos, etc.); las «bellas artes» y otras artes –excluidas de los conceptos restrictivos de cultura–. En particular, se destacan los productos de representación, como la puesta en escena de obras de teatro o los recitales de música, o en forma más amplia comprendiendo a los espectáculos o fiestas de todo tipo en que se ejecuten obras de algún autor. El producto de estas industrias es un servicio que es consumido en el mismo acto de su producción. Esta cualidad de dichos productos artísticos les imprime un carácter

¹¹ Adviértase, Guzmán Cárdenas, Carlos Enrique (2005a): «La cultura suma: políticas culturales y economía de la cultura». En: Cesar Bolaño, Guillermo Mastrini y Francisco Sierra (eds.) *Economía política, comunicación y conocimiento. Una perspectiva crítica latinoamericana*. (Colección Comunicación Crítica) Buenos Aires, Ediciones La Crujía, pp. 269-314. (2005b) «La cultura en la nueva economía: creación, conocimiento e innovación. Del concepto filosófico de Industria Cultural al concepto económico Industrias de la Creación». En: *Ensayos sobre Políticas Públicas Culturales para la Región Andina*, 1ra. edición. Venezuela, Fundación BIGOTT / CAF, pp. 183-227. (2005c) *La dinámica de la cultura en Venezuela y su contribución al PIB*. Colección Economía y Cultura, N° 10, 1ra. edición. Bogotá, Colombia. Ministerio de Educación, Cultura y Deportes de Venezuela, Viceministerio de Cultura, CONAC, Convenio Andrés Bello. (2004b) «Perspectivas sobre las relaciones entre Economía y Cultura». En: *Revista Comunicación. Estudios Venezolanos de Comunicación*. Caracas, Venezuela. Centro Gumilla. N° 128, cuarto trimestre, pp. 74-87. (2003) *Políticas y Economía de la Cultura en Venezuela. Una estimación del comportamiento productivo de las industrias y actividades relacionadas con el sector cultural venezolano*. Caracas, Venezuela. Cuadernos ININCO 2, Vol 1. UCV. Facultad de Humanidades y Educación. ININCO. Heilbrun, James y Charles M. Gray (2001) *The Economics of Art and Culture*, New York, 2ª edition, Cambridge University Press. KEA (2006) *The Economy of Culture in Europe*. Study prepared for the European Commission. Directorate-General for Education and Culture. Brussels. KEA European Affairs. ORGANIZACIÓN MUNDIAL DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL (OMPI) (2003) *Guía para determinar la contribución económica de las industrias relacionadas con el Derecho de Autor*. Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI), Ginebra. Throsby, David (2001) *Economics and Culture*. Cambridge University Press. Cambridge, UK.

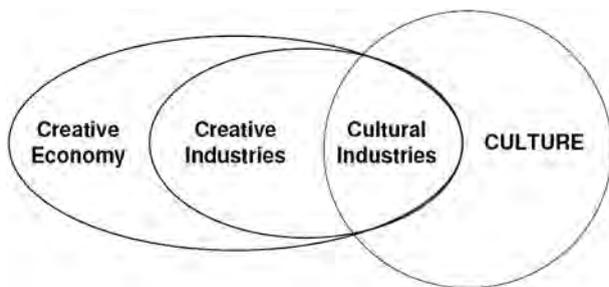
único e irrepetible. Incluye, aún, las denominadas **industrias culturales** (cine, libros, discos, etc.), actividades que producen en escala masiva y mediante métodos industriales, bienes materiales que reproducen las creaciones culturales (literarias, musicales, dramáticas, etc.); y las industrias cuyo producto es un soporte físico de la obra, como es el caso de la industria editorial o de la discográfica, cuyo producto es un objeto que es consumido por el público a lo largo de toda su vida útil, siendo posible que se realicen múltiples lecturas o audiciones. La existencia de dichos productos está unida al desarrollo de la tecnología de reproducción, desde Gutenberg al DVD, e implica que cada producto que incluye una obra es reproducido múltiples veces [negrillas nuestras].

En afinidad, la importancia creciente de la cultura está estrechamente vinculada a un rápido proceso de transformación económica, que podemos condensar en la transición hacia una *economía basada en el conocimiento*, la innovación y gestión de los intangibles. Ciertamente, la irrupción de la economía en el campo de la cultura nos obliga a una revisión epistemológica, en sus aspectos axiológico, ideológico y propiamente económico, concreto de producción y enriquecimiento. En cada uno de estos aspectos, el vínculo entre economía y cultura es diferente: a) en el aspecto axiológico, es de tipo filosófico; b) en el aspecto ideológico, es la fundamentación ideológica; y c) en el económico, la ciencia económica y sus métodos hacen lo suyo.

De hecho, la economía creativa parece tomar de otros conceptos, características que se funden, agregándoles una característica propia. De la llamada *economía de la experiencia* reconoce el valor de la originalidad, de los procesos en colaboración y la prevalencia de aspectos intangibles en la generación de valor, fuertemente anclada en la cultura y en su diversidad. De la *economía del conocimiento* toma el énfasis en el trinomio tecnología, mano de obra capacitada y generación de derechos de propiedad intelectual, explicando por qué para algunos autores (Knell; Oakley, 2007) los sectores de la economía creativa integran la economía del conocimiento, aunque ésta no da a la cultura el énfasis que la economía creativa le confiere. De la *economía de la cultura* propone la valoración de la autenticidad y del patrimonio cultural intangible único e inimaginable, abriendo las compuertas de las aspiraciones de los países en desarrollo por tener un abundante recurso en sus manos (Fonseca Reis, Ana Carla, 2008: 24) [cursivas de la autora].

La economía del arte y la cultura¹² tendrá entonces, entre sus temas más importantes, aspectos como la intervención pública en la promoción y difusión de la cultura, el impacto económico de la cultura, el precio de los bienes artísticos, el funcionamiento de instituciones culturales como los museos, los teatros, las óperas, etcétera, las carreras profesionales de los artistas, el comportamiento de las industrias culturales (música, audiovisual, edición de textos), la relación entre cultura y desarrollo, etc. Pero, ¿a qué nos estamos refiriendo cuando mencionamos Economía Creativa? A todos aquellos sectores y actividades emergentes que están surgiendo en las economías con base en el sector servicios y la innovación permanente. La economía creativa abarca sectores y procesos que tienen como insumo la creatividad, sobre todo **la cultura** (ver figura 1), para generar en el ámbito local y distribuir en el ámbito global bienes y servicios con valor simbólico y económico (Ana Carla, Fonseca Reis, 2008: 24).

Figura 1
LA ECONOMÍA CREATIVA



Fuente: Pavluts, Daniels (2005:17)

¹² Se habla de economía de la cultura desde los años sesenta, cuando los investigadores estadounidenses vieron que los fenómenos de creación, producción, distribución y consumo de los bienes y servicios culturales tenían un impacto considerable en la economía de un país. Así pues, a través de los años se han ido introduciendo cada vez más argumentos económicos para legitimar el papel de la cultura en la sociedad y descubrir los aportes que la misma puede generar.

En efecto, cultura puede significar, en su acepción antropológica¹³, un todo complejo que incluye los conocimientos, las creencias, el arte, la moral, las leyes, las costumbres, y todas las demás disposiciones y hábitos adquiridos por el hombre en tanto que miembro de una sociedad o bien, en la perspectiva más sociológica, se dirá que la cultura es el proceso, o todo *proceso de producción simbólica*; actividades generadoras de unos valores simbólicos que promueven y orientan el desarrollo político y social de una colectividad. Pero a menudo la cultura es considerada, en un sentido mucho más restrictivo, como el conjunto de producciones o de productos culturales¹⁴: obras de todo tipo, musicales, teatrales, cinematográficas, televisivas, etcétera. En consecuencia, lo que se denomina el **sector cultural**¹⁵ alcanzará un conjunto de ámbitos de actividades económicas e industriales muy amplio. Se incluyen en él actividades relacionadas con las siguientes áreas y subáreas como el patrimonio, áreas artísticas (de la creación) que abarcan el libro y la literatura, artes visuales, danza, teatro y artes musicales; las artes del espectáculo, los medios de comunicación como publicaciones periódicas (prensa, revistas y suplementos), televisión abierta y por suscripción, radio, y las artes audiovisuales. En este sentido, la cultura toma

¹³ Ver, Adam Kuper, 2001. *Cultura. La versión de los antropólogos*, Ediciones Paidós, España.

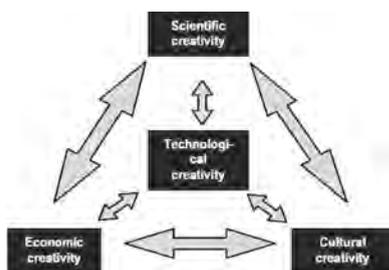
¹⁴ «Se entiende por producción cultural, (...) no sólo la producción artística tradicional –literatura, pintura, música, teatro y equivalentes– sino el conjunto de bienes y servicios relacionados tanto con lo que se ha llamado “alta cultura” como con lo que resulta de las “industrias culturales” o “cultura masiva” –radio, televisión, revistas, discos, conciertos, recitales, videos, cable, etc.–, de la “cultura popular” o “cultura folclórica” –artesánías, eventos populares, por ejemplo ferias, “fiestas folclóricas”, etc.– y de las diversas instituciones “culturales” –casas de cultura, museos, galerías, etc.–, sin tener en cuenta, por otra parte, todo lo relacionado con el ámbito de la educación» (Hugo Achugar, 2000: 277).

¹⁵ El universo de las actividades culturales es muy grande; dentro de lo que consideramos como sector cultural están distintos tipos de actividades culturales: desde expresiones del folclor, la cultura popular y la cultura mediática, hasta manifestaciones de la cultura de «élite» o «bellas artes» y el patrimonio histórico. Las manifestaciones económicas que se hallan dentro de esta tipología también son variadas. Algunas se desarrollan en los mercados, otras son subvencionadas por el Estado o por mecenas; en muchos casos, las motivaciones de la creación residen en ámbitos distintos al de obtener ganancias y no necesariamente participan en dinámicas económicas de oferta y demanda donde el valor económico se vea reflejado en un precio. Ingresen o no al mercado, tienen dimensiones económicas, pues para su realización se necesitan recursos, como en cualquier otra actividad económica.

una dimensión profesional y se ve implicada de inmediato con aspectos económicos, gerenciales y administrativos.

Sin embargo, no es la intención de este estudio ahondar en la variedad de connotaciones académicas del término cultura y creación, sino más bien aproximarnos a una definición operacional desde el campo económico. Para ello utilizaremos el marco conceptual del reciente informe elaborado por la Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo (United Nations Conference on Trade and Development, UNCTAD), titulado *Creative Economy Report 2008. The challenge of assessing the creative economy: towards informed policy-making*, que nos indica que:

(...) el concepto de «economía creativa»¹⁶ es un tópico en evolución que está ganando terreno en el pensamiento contemporáneo sobre el desarrollo económico. Implica un desplazamiento fuera de los modelos convencionales y hacia un modelo multidisciplinario que abarca la **interfaz entre economía, cultura y tecnología**, y focalizado en la predominancia de los servicios y del contenido creativo. Dada su estructura multidisciplinaria, la economía creativa ofrece una opción factible de ser incorporada en las estrategias de desarrollo de países en vías de desarrollo,



¹⁶ Véase, Florida, Richard e Irene TINAGLI (2004), *Europe in the Creative Age*. Carnegie Mellon Software Industry Center / Demos. Fonseca Reis, Ana Carla (organización) (2008) *Economía Creativa como estrategia de desarrollo: una visión de los países en desarrollo*. São Paulo. Itaú Cultural. Howkins, John (2001). *The Creative Economy: How People Make Money from Ideas*. London. Allen Lane. Marcus, Carmen (2005) *Future of Creative Industries. Implications for Research Policy*. Foresight Working Documents Series. EUR 21471. Belgium. European Commission. Swenson, Dave y Liesl Eathington (2003), *The Creative Economy in Iowa*. USA. Research and Report Prepared for the Iowa Department of Cultural Affairs. Department of Economics. Iowa State University. UNITED NATIONS CONFERENCE ON TRADE AND DEVELOPMENT (UNCTAD) (2008) *Creative Economy Report 2008. The challenge of assessing the creative economy: towards informed policy-making*. United Nations. UNCTAD. (2008b) *Pre-conference event. Outcome of the Secretary-General's high-level panel on the creative economy and industries for development*. TD/423. 14-15 January. Geneva. United Nations. UNCTAD (2008c), *Secretary-General's high-level panel on the creative economy and industries for development*. TD(XII)/BP/4. 14-15 January. Geneva. United Nations. UNCTAD (2004), *Creative Industries and Development*, paper for the eleventh session, São Paulo, 13-18 June 2004. TD(XI)/BP/13. UNCTAD.

particularmente cuando dichas estrategias se focaliza en la obtención de resultados. Constituye un llamado a la adopción de mecanismos efectivos y multi-sectoriales, e innovadoras políticas de acción interministeriales (2008a: 62) [negrillas nuestras].

La economía creativa responde entonces a un nuevo contexto socioeconómico que, ante la caída del potencial diferenciador de las manufacturas, incorporó a las nuevas tecnologías un contrapunto de identidad fundamental de carácter cultural y de entretenimiento (Ana Carla, Fonseca Reis, 2008: 34). Al respecto nos explica la UNCTAD (2008a: 71) que:

La «economía creativa» es un concepto multidimensional interrelacionado con diferentes sectores del total de la economía. Diferentes enfoques hacia el análisis de la economía creativa han llevado a enfatizar diferentes de sus múltiples aspectos. Por ejemplo, un enfoque sociológico examina la noción de «clase creativa» en la sociedad, la cual abarca los profesionales, los científicos y los artistas cuya presencia genera dinamismo económico, social y cultural. Otros enfoques enfatizan el rol de la cultura como instrumento para potenciar las capacidades sociales. Inclusive, más allá de los círculos de planificación urbana se ha establecido el concepto de «ciudad creativa», al mismo tiempo que los geógrafos elaboraron sobre la ubicación de la actividad creativa en la forma de conglomerados, redes y distritos creativos (...) Además, esta multiplicidad de enfoques se extiende tanto dentro del sector público, como dentro del sector privado, del sector de las organizaciones no-gubernamentales y de la sociedad civil.

Desde el punto de vista de la UNCTAD, las principales características de la economía creativa incluirían (2008c: 4):

- (a) It is an evolving concept based on creative assets potentially generating economic growth and development;
- (b) It can foster income generation, job creation and export earnings while promoting social inclusion, cultural diversity and human development;
- (c) It embraces economic, cultural and social aspects interacting with technology and tourism objectives;
- (d) It is a set of knowledge-based activities with cross-cutting linkages at macro and micro levels to the overall economy, therefore with a development dimension;

(e) It is part of a development option calling for innovative multidisciplinary policy responses and inter-ministerial action; and

(f) **At the heart of the creative economy are the creative industries** [negritas nuestras].

No existe una única definición de la «economía creativa». Es un concepto subjetivo que aún está siendo forjado. Existe, sin embargo, tanto a nivel de cada país, como a nivel internacional, una creciente convergencia en un grupo central de actividades y en sus interacciones que conjuntamente conforman la economía creativa. El *Informe sobre la economía creativa 2008* adopta la definición de «economía creativa» de la Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo (UNCTAD. 2008a: 62-63), la cual se resume de la siguiente manera:

- La economía creativa es un concepto en evolución, basado en la potencialidad de bienes creativos para generar crecimiento económico y desarrollo.
- Puede generar crecimiento económico, empleos y ganancias por exportación y al mismo tiempo promover la inclusión social, diversidad cultural y el desarrollo humano.
- Comprende aspectos económicos, culturales y sociales en interacción con la tecnología, la propiedad intelectual y los objetivos turísticos.
- Es un conjunto de actividades económicas basadas en el conocimiento y con impacto en el desarrollo de los países y que relaciona las múltiples áreas de la economía, tanto a niveles macro como micro.
- Es una opción de desarrollo factible que requiere políticas innovadoras y multidisciplinarias y acción interministerial.
- Las industrias creativas se encuentran en el corazón de la economía creativa.

La economía creativa no sería entonces tan sólo un conjunto de sectores enmarcados en una nueva categoría, sino en palabras de Ana Carla Fonseca Reis (2008: 48):

(...) el emblema de un nuevo ciclo económico, que surge como respuesta a problemas globales renitentes, que motiva y fundamenta nuevos modelos de negocios, procesos organizacionales e institucionales y relaciones entre los agentes económicos y sociales. **En este nuevo paradigma, que incluye la cultura en su esencia y la tecnología como un medio propulsor**, la organización de los mercados en redes, las alianzas entre los agentes sociales y económicos, la prevalencia de aspectos intangibles de la producción, el uso de las nuevas tecnologías para la producción, distribución y/o acceso a los bienes y servicios y la unicidad de la producción, fuertemente anclada en la singularidad, son rasgos característicos de este modelo que tiene como supuesto de sostenibilidad la mejora del bienestar y la inclusión socioeconómica [negrillas nuestra].

Cabe notar que a los efectos de esta investigación, el «impacto productivo» del sector creativo es una noción objetiva cuantificable, basada en el valor agregado según el sector de actividad de que se trate, generado por el uso de factores productivos participantes en los procesos de producción y distribución, y su relación con la producción nacional bruta. Al combinar creatividad y bienes, nace una nueva clase de productos conocidos como «bienes y servicios creativos», de los cuales, algunos creen, los «bienes y servicios culturales»¹⁷ constituyen un subgrupo conformado por productos de contenido artístico o cultural, además de creativo. Es así como surge

¹⁷ No siempre resulta sencillo diferenciar la noción de bien (o mercancía) cultural respecto al concepto de servicio cultural. De hecho, los problemas derivados de su definición son motivo recurrente de debate a escala internacional, pues pese a una aparente claridad, no hay consenso con respecto a qué incluye cada categoría. En términos generales se acepta que los «productos culturales» abarcan tanto bienes como servicios, entendidos respectivamente como sigue:

Bienes culturales son todos aquellos bienes de consumo que transmiten ideas, valores simbólicos y modos de vida, informan o entretienen, contribuyendo a forjar y a difundir la identidad colectiva, así como a influir las prácticas culturales. Protegidos por el derecho de autor, los bienes culturales están basados en la creatividad, sea ésta individual o colectiva. Su singularidad consiste en que se transmite sobre soportes capaces de ser reproducidos industrialmente y multiplicados para su circulación masiva. Libros, revistas, productos multimedia, software, grabaciones sonoras, películas, videos y series audiovisuales, productos artesanales y de diseño, constituyen así la rica oferta cultural a disposición de los ciudadanos.

Se entiende por **servicios culturales** aquellas actividades que, sin asumir la forma de un bien material, atienden a un deseo, interés o necesidad de cultura y que se traducen en aquellas infraestructuras y medidas de apoyo a las prácticas culturales que los estados,

la definición de las «**industrias creativas y culturales**» que las identifica, respectivamente, como industrias que producen bienes creativos y culturales. El aporte del sector creativo al PIB de una nación (APIBc) es la participación del valor agregado de los bienes y servicios creativos (PIBc) en el valor agregado total (PIB). El valor agregado del sector creativo y cultural es la sumatoria de todos los valores agregados generados por el total de las actividades productivas creativas dentro del territorio nacional en un período. La estimación del comportamiento productivo cultural y creativo en Venezuela, tanto público como privado, puede lograrse mediante la cuantificación de un indicador global como el Producto Interno Bruto –que refiere al aporte del sector productivo creativo y cultural–, y varios indicadores sectoriales, tales co-



las instituciones privadas o de derecho semipúblico, las fundaciones o las empresas, ponen a disposición de la comunidad. Se incluyen aquí, entre otros servicios, la promoción de espectáculos, la conservación e información cultural (bibliotecas, archivos y museos, etc.). Estos servicios pueden ser de carácter gratuito o comercial. Mientras que en el ámbito del comercio internacional la noción de mercancía es sencilla de captar (un producto se transporta de un país a otro y paga –o no– aranceles al pasar la frontera), el comercio de servicios presenta una diversidad y una complejidad mucho mayor. Las compañías telefónicas, las agencias de publicidad o prensa, prestan servicios de carácter radicalmente diferente. De ahí la dificultad no sólo en describir la naturaleza de los servicios sino también en establecer reglas para su intercambio. Los anexos del Acuerdo General sobre el Comercio de Servicios, o AGGS, reflejan parte de esa diversidad. En términos generales incluyen servicios de espectáculo (teatro, orquestas y circo); servicios de edición y publicación, servicios de agencias de noticias y prensa, servicios de arquitectura, servicios audiovisuales (distribución de películas, programas de radio y televisión, de videos, así como los aspectos vinculados a la producción, los doblajes y copias, la exhibición, la propiedad y operación de televisión por cable y satélite, etc.). También incluyen servicios de bibliotecas, archivos, museos y otros servicios culturales. Esta variada tipología indica que hasta el momento no existe un único sistema estandarizado, basado en definiciones comunes, que describa los servicios culturales que se comercian. Es más, la cuestión se complica con ciertos productos accesibles «en línea» –a través de Internet–, además de en su versión física convencional, como libros o películas. ¿Son bienes virtuales, tal como defienden ciertos países, o se trata más bien de servicios como defienden otros? Dado que los acuerdos de comercio internacional vigentes tratan los bienes y servicios de manera diferente, las futuras reglas de comercio electrónico tendrán un peso decisivo sobre la elección de los soportes (físicos y digitales) de los productos culturales en el futuro, así como de los métodos de comercio.

mo: índice de producción, facturación (ventas), empleo, pago por derechos de autor, exportaciones, importaciones, piratería, inversión, gasto público, consumo de bienes culturales, y otros.

No se pretende demostrar «la rentabilidad» de los bienes creativos y culturales. La perspectiva de razonamiento es establecer algunas directrices del diseño institucional y de política pública recomendada para el desarrollo del sector cultural y su impacto en la economía creativa de Venezuela. En este contexto, las industrias creativas¹⁸ y culturales ofrecen posibilidades de generación de empleo que van mucho más allá de los efectos de medidas «más clásicas» valoración como la conservación o la del patrimonio cultural. La cultura no es sólo una ocupación pública generadora de gastos suplementarios; también forma parte cada vez más de la economía creativa, donde dispone de un fuerte potencial de crecimiento, portador de elementos de creatividad e innovación convenientes para las economías estatales y municipales.

Se consideran industrias creativas todas aquellas actividades que se generan desde la combinatoria o la intersección entre tres ámbitos disciplinarios: arte/cultura; empresa/innovación y ciencia/tecnología (UNCTAD,

¹⁸ Recomendamos las lecturas de Caves, Richard E. (2000). *Creative Industries: Contracts between Art and Commerce*. Cambridge, Mass: Harvard University Press. CENTRO DE ESTUDIOS REGIONALES CAFETEROS Y EMPRESARIALES (CRECE) / MINISTERIO DE CULTURA COLOMBIA (2005). *Guía para la elaboración de mapeos regionales de Industrias Creativas*. Colombia. Ministerio de Cultura. Cunningham, Stuart (2007). «A New Economics for Creative Industries and Development». En: *WIPO International Conference on Intellectual Property and the Creative Industries*. Geneva, October 29 and 30. WIPO/IP/IND/GE/07/4. Geneva. World Intellectual Property Organization (WIPO). (2004). «The Creative Industries After Cultural Policy: A Genealogy and Some Possible Preferred Futures». En: *International Journal of Cultural Studies*. Volumen 7 (1), pp. 105-115. (2002) «From cultural to creative industries: theory, industry, and policy implications». En: *Media International Australia*. 102: pp. 54-65. Ghelfi, Donna (2006). *The Creative Industries: A Historical Context*. Ponencia en WIPO-CARICOM Meeting of Experts on the Creative Industries and Intellectual Property. Georgetown, Guyana, February 8 and 9, 2006. World Intellectual Property Organization (WIPO). Caribbean Community (CARICOM) Secretariat. O'CONNOR, Justin (2007) *The cultural and creative industries: a review of the literature*. London. Creative Partnership Series. Arts Council England. UNESCO (2005). *Asia-Pacific Creative Communities: Promoting the Cultural Industries for Local Socio-economic Development. A Strategy for the 21st Century*. Jodhpur, India. Working Documents of the Senior Expert Symposium: Creative Communities: A Strategy for the 21st Century. 22-26 February. UNESCO Regional Advisor for Culture in Asia and the Pacific.

2004: 4). Sin embargo, existen distintas perspectivas de análisis sobre dicho concepto. John Howkins (2001) estima que se emplea para hacer referencia a todas las industrias que generan derechos de autor, patentes, marcas comerciales y diseños industriales. En otros contextos, se utiliza para referirse sólo a industrias que producen contenido o industrias culturales. Así, Richard Caves (2000) entiende por industrias creativas las relacionadas con las artes, cultura y entretenimiento en general. También, David Throsby (2001) rescató la cultura en los debates acerca de las industrias creativas, refiriéndose a productos y servicios culturales que incluyen creatividad en su producción, abarcan algún grado de propiedad intelectual y transmiten significado simbólico. Para otros autores el término trata de diferenciarse de la visión filosófica del concepto de Industria Cultural elaborado en 1947 por Max Horkheimer-Theodor Adorno desde la perspectiva de la Teoría Crítica de la Escuela de Frankfurt. En tal sentido, Jaime Stapleton (2007:12) nos señala que:

The term 'cultural industries' has come into use in the last 30 years. It denotes an economic approach to what is now generically termed the 'cultural sector'. The term 'culture industry' was originally developed in the Marxist-orientated criticism of the 'Frankfurt School' during the 1930s to describe mass consumption industries such as film and recorded music.

The term 'creative industries' first came into use in the late 1990s. The term, and its associated conceptualisation of a group of 'industries', was the product of political developments in the UK. As such, the term and original concept emerged as a «political construct» of the British Labour Party in the late 1990s, becoming a major plank of policy when the party formed a government in 1997.

Por su parte, el economista británico Andy Pratt (2004:125) apunta:

The term 'creative industries' seems to have been adopted for two reasons: first, to distance itself from the 'old labour' and Marxian overtones of the cultural industries; and, second, to embrace an agenda that sought to offer the role that culture (now creativity) could add when harnessed to the 'traditional economy'. Thus, the instrumental use of 'culture' or 'creativity' to secure economic ends.

Es importante aclarar que el término acuñado, originalmente de industrias creativas¹⁹ (*the cultural/creative industries*) en Gran Bretaña, es comparativamente nuevo en Venezuela. Mientras en Gran Bretaña²⁰, así como en otros países, aprecian conceptos similares, tales como Australia²¹, Japón, Hong Kong y Singapur²² (*creative industries*); Francia (*industries culturelles*), Alemania²³ (*kulturwirtschaft*), Austria²⁴ y Suiza²⁵ (*kreativwirtschaft*), España (*industrias de la cultura*), Canadá (*arts and culture industries*), los países nórdicos (*upplevelseindustrin*) y EE.UU. (*entertainment and media*

- ¹⁹ «The term 'creative industries' emerged in Australia in 1994, but was given wider exposure by policymakers in the United Kingdom in 1997, broadening the scope of cultural industries beyond the arts, and marking a shift in approach to potential commercial activities that until recently were regarded purely or predominantly in non-economic terms» (UNCTAD. 2008c: 3).
- ²⁰ Ver, DEPARTMENT FOR CULTURE, MEDIA AND SPORT (DCMS) (2001) *Creative Industries Mapping Document 2001*. London. UK Creative Industries Task Force. UK Department for Culture, Media and Sport. (1998) *Creative Industries Mapping Document*. London. HMSO. UK Department for Culture, Media and Sport. THE WORK FOUNDATION (2007), *Staying ahead: the economic performance of the UK's creative industries*. London. Department for Culture, Media and Sport.
- ²¹ CUNNINGHAM, Stuart and Gregory N. Hearn (2003). *Brisbane's Creatives Industries 2003*. Australia. Creative Industries Research & Applications Centre, Creative Industries Faculty, QUT. DEPARTMENT OF COMMUNICATIONS INFORMATION TECHNOLOGY AND THE ARTS (DCITA) (2001). *Creative Industries Cluster Study. Stage One Report*. Australia. National Office for the Information Economy and DCITA.
- ²² Chow, Kit B. y Kah M. Leo (2005) «The Economic Contribution of Copyright Based Industries in Singapore». En: *Review of Economic Research on Copyright Issues*. España. Society for Economic Research on Copyright Issues (SERCI). Vol. 2. Número 2, pp. 127-148. Chow, Kit Boey; Soo Lin Yoon, Ivette y Kah Mun Leo (2006) A Creativity Index: Singapore's ASAT Model. En: *SERCI Annual Congress*. Singapore. ERC SERVICES SUBCOMMITTEE (2002) *Creative Industries Development Strategy. Propelling Singapore's Creative Economy*. Workgroup on Creative Industries. ERC Services Subcommittee.
- ²³ Fesel, Bernd y Michael Söndermann (2007). *Culture and Creative Industries in Germany*. Bonn. German Commission for UNESCO.
- ²⁴ Hölzl, Werner (2005) *Entrepreneurship, Entry and Exit In Creative Industries: An Exploratory Survey*. Working Paper N° 1. Working Paper Series: Creative Industries in Vienna: Development, Dynamics and Potentials. Vienna. Vienna University of Economics and Business Administration. Ratzenböck, Veronika; Katharina Demel, Robert Harauer, Günter Landsteiner, Rahel Falk, Hannes Leo y Gerhard Schwarz. (2004) *An Analysis of the economic potencial of the Creative Industries in Vienna. Summary*. Vienna. Wifo Mediacult.
- ²⁵ Held, Thom; Christian Kruse, Michael Söndermann y Christoph Weckerle (2005) *Zurich's Creative Industries. Synthesis Report*. Zürich. Ownership.

industries y también *copyright industries*), ya ha sido del conocimiento común durante años.

Esquemáticamente descriptas, las industrias creativas se encuentran en la intersección entre el arte, la cultura, los negocios y la tecnología. Las industrias creativas de hoy comprenden la interacción entre los subsectores tradicionales, aquellos de alto índice tecnológico y los orientados a la prestación de servicios. (UNCTAD. 2008a: 56)

El sector cultural se caracteriza cada vez más por interrelaciones estrechas y variadas entre la vida cultural (instituciones culturales y socio-culturales públicas: teatros, museos, centros de arte, enclaves artísticos urbanos o rurales, escuelas de arte, conservatorios, etc.) y la economía de la cultura (mercado de las artes escénicas, los mercados de arte y el patrimonio cultural, las industrias del libro, publicaciones periódicas, fonogramas, audiovisual, producción cinematográfica y videográfica, radio, televisión, publicidad, fotografía, diseño, arquitectura, oficios relacionados con el arte, protección de monumentos históricos y turismo).

Las industrias creativas (ver figuras 2 y 3) abarcarían un campo vasto y

heterogéneo que comprende la interacción entre varias actividades creativas, desde las artes y artesanías tradicionales, la imprenta, la música y las artes visuales y dramáticas, hasta grupos de actividades tecnológicas y orientadas a servicios, tales como la industria cinematográfica, la televisión y la radio, los nuevos medios y el diseño. Luego, parece ser que una parte cada vez mayor del futuro de la economía venezolana se va a sustentar en generar y promocionar sus industrias creativas.

Figura 2
LAS INDUSTRIAS CREATIVAS



Fuente: THE WORK FOUNDATION (2007: 103).
Basado en el Modelo de los Círculos Concéntricos de David Throsby.

Figura 3
MODELO DE LAS INDUSTRIAS CREATIVAS. NATIONAL ENDOWMENT FOR SCIENCE, TECHNOLOGY AND THE ARTS



Fuente: BOP, MIPC and NESTA (2006: 55)

II.1. Otra lectura. Economía de la experiencia (Experience economy)²⁶

Ahora bien, en el caso de los países nórdicos (Islandia, Suecia, Dinamarca, Noruega y Finlandia) se viene utilizando con mucha fuerza conceptual y operativa el término de **industrias de la experiencia** (*experience industries*); expresión establecida inicialmente en Suecia, entre los años 1999-2000, debido principalmente a una serie de informes y otras iniciativas tomada por el gobierno y financiadas por «KK-Stiftelsen».

²⁶ Ver, DANISH MINISTRY OF CULTURE (2003). *Denmark in the culture and experience economy- 5 new steps, The Danish growth strategy*. Copenhagen. Danish Ministry of Culture. (2001) *Denmark's Creative Potential Culture and Business Policy Report 2000*. Copenhagen. Danish Ministry of Culture. Gustafsson, Niklas and Dominic Power (2005) *International Competitiveness and Experience Industries*. Stockholm. ISA, Nutek, Vinnova. Nielsén, Tobias (2004) *Understanding The Experience Industry. A Swedish Perspective*. Stockholm, Sweden. QNB Analys & Kommunikation AB.

From the fusion of culture and the corporate sector a new form of economy has emerged. An economy based on rising demand for experiences that build on the added value creativity generates both in new and more traditional products and services. It is an economy that capitalizes from a consumer society with money readily available-money spent increasingly on leisure, the arts and cultural events. Developments are propelled largely by technological advances like, for instance, the internet, that facilitate the provision and dissemination of culture and experience products in a global marketplace. The culture and experience economy then is the arena where the two worlds meet and generate a synergy that is of interest to both industrial and cultural policy (DANISH MINISTRY OF CULTURE, 2003: 8).

Figura 4
LA CULTURA Y LA ECONOMÍA DE LA EXPERIENCIA



Fuente: DANISH MINISTRY OF CULTURE (2003:8)

Ciertamente, influenciados por las discusiones y políticas en relación al concepto anglosajón de industrias creativas, la decisión de sustituirlo por el concepto de «industrias de la experiencia» obedeció al punto de partida de los análisis que realizaron sobre la economía sueca. Así tenemos que el término «experiencia» se diferenciaría fundamentalmente porque partiría desde la perspectiva de las **necesidades del consumidor y sus preferencias** en una economía del conocimiento; muy por el contrario, el otro concepto se desarrolló a partir de una perspectiva del productor y de políticas industriales.

It is undoubtedly true to say that the Swedish 'experience industries' thinking has been heavily influenced and inspired by international ideas of 'creative'

and 'cultural' industries. Whilst intuitively very similar there are clear differences between these two concepts:

1. 'Experience' as a term focuses attention on the consumers' perspective and attempts to understand the sensations, emotions, motivations, memories, and individual feelings that make us buy what we do. The experience industry approach therefore implies a focus on the consumer perspective.
2. 'Creative' (also referred to as 'cultural') which is the term chosen by several other countries has a built-in producer perspective: it tends to focus on the firms that produce goods and services rather than on the emotional, etc. aspects of those products.

Thus one is focused on the reasons buyers purchase certain things; the other on the firms that produce those things (Gustafsson, Niklas and Dominic Power. 2005: pp. 9-10).

Lo cierto del caso es que una serie de conceptos –industrias culturales, industrias creativas, industrias protegidas por el derecho de autor, industrias infocomunicacionales, industrias de la experiencia e industrias de la función– usados internacionalmente y que requieren de una mayor precisión teórica para ubicarlos, dependiendo del contexto de su operacionalización, han intentado llegar a una misma idea: *optimizar el impacto del nexo creativo entre la inversión, la tecnología, la iniciativa empresarial (emprendizaje) y el comercio a fin de mejorar las capacidades creativas en favor del desarrollo incluyente.*

III. LAS INDUSTRIAS CREATIVAS (CREATIVE INDUSTRIES). UNA BREVE APRECIACIÓN GLOBAL

III.1. Definiendo las industrias creativas

El Reino Unido fue pionero en la conceptualización de las industrias creativas y en la adopción del término *mapeos (mapping)* para referirse a diagnósticos como los realizados para el sector. El documento *Creative Industries Mapping* publicado en 1998 por el Departamento de Cultura, Medios de Comunicación y Deporte (en adelante DCMS, por sus siglas en inglés), fue el primer intento de medición sistemática de la contribución del grupo completo de industrias creativas a la economía nacional. Aunque el término industrias creativas (CIS, por sus siglas en inglés) tiene

múltiples significados y usos alrededor del mundo, en general se entiende como *aquellas que tienen su origen en la creatividad individual, las habilidades y el talento, y que buscan el bienestar y la creación de trabajos a través de la generación y explotación de la propiedad intelectual* (DCMS: 1998).

Durante cerca de diez años el Reino Unido trabajó con una sectorización de industrias creativas –diseñada por el DCMS– que inicialmente incluía un total de trece actividades: antigüedades, arquitectura, artesanías, artes escénicas, cine, diseño, modas, música, publicaciones, publicidad, software, software de entretenimiento, y radio y televisión, que luego se reagruparon en once. El uso de esa clasificación se generalizó en varios de los mapeos realizados en dicho país e incluso se retomó en otros países (ver Tabla 2), hasta el más reciente realizado en Colombia por el British Council²⁷, que abarcó dieciséis (16) subsectores, con sus respectivas actividades principales y relacionadas, acompañadas éstas de los códigos que las representan dentro del CIU-revisión 3. En su interés por mejorar el marco conceptual y metodológico para medir la importancia de las industrias creativas, el DCMS revisó entre otros aspectos la sectorización empleada. A partir de 2004 empezó a trabajar con una definición más amplia del sector cultura que incluía, además de las industrias creativas, los sectores de patrimonio (museos, bibliotecas, archivos y ambiente histórico), turismo y deportes.

Para facilitar la comprensión de las interacciones que se presentan en la sectorización empleada, UNCTAD clasificó las industrias creativas en **cuatro categorías globales y ocho subsectores**, como se puede apreciar en la Figura 5, orientada desde lo histórico territorial (definición socio-espacial de identidad), a redes selectivas de información y comunicación (definición socio-comunicacional).

Además de esas auditorías, se han adelantado en el Reino Unido²⁸ otros proyectos dirigidos a medir la importancia del sector creativo en los

²⁷ Consulte BRITISH COUNCIL (2002), *Mapeo de las Industrias Creativas Bogotá y Soacha*. Bogotá, Colombia. British Council / Centro de Estudios de Desarrollo Económico CEDE / Universidad de Los Andes.

²⁸ BOP, MIPC and NESTA (2006). *Creating growth: how the UK can develop world class creative businesses*. NESTA Research Report. London. NESTA. FRONTIER ECONOMICS. (2006) *Comparative analysis of the UK's creative industries*. Report to DCMS. London. Frontier Economics. HIGGS, Peter; Stuart CUNNINGHAM y Hasan BAKHSHI (2008) *Beyond the creative industries: Mapping the creative economy in the United Kingdom*. London. National Endowment for Science, Technology and the Arts (NESTA).

Tabla 2
DIFERENTES SECTORES DE LAS INDUSTRIAS CREATIVAS

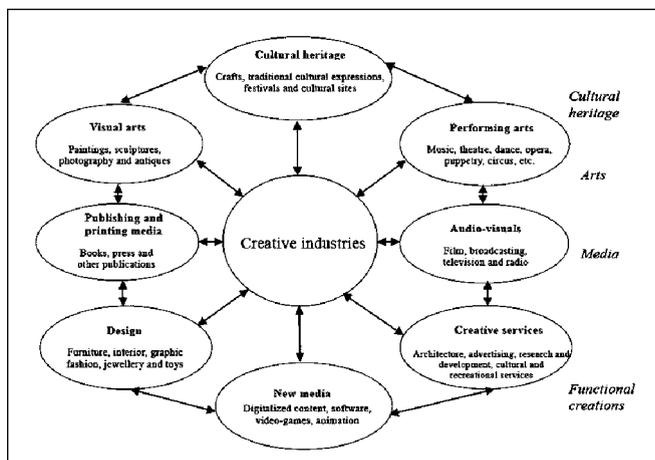
International Governmental Sectoral Definitions					Swedish Studies	
UK	Australia	Japan	Hong Kong	Singapore	Power 2002	KKS 2003
Creative industries	Creative industries	Creative industries	Creative industries	Creative industries	Cultural industries	Experience industries
<i>Roughly approximate</i>						
Software	Software design and development	Computer software	Software and IT services	IT and software services		
Interactive leisure software	Interactive media		Game software		Games, New Media	Experiential learning
Advertising	Advertising	Advertising	Advertising	Advertising	Advertising	Marketing and Communication
Television and radio	Broadcasting	Television and radio	Television	Broadcasting media	Broadcast Media	Media
Publishing	Publishing	Publishing	Publishing	Publishing	Print Media	
Design	Industrial and visual design	Design	Design	Industrial design	Design	Design
Designer fashion			Designer fashion	Interior, graphics, fashion design	Fashion – Clothing	
Arts and antique markets			Art and antiques	Arts, antiques trade, crafts		Art
Crafts					Glass, Ceramics, Crafts; Jewellery	
Architecture	Architecture and related professional services	Architecture and engineering services	Architecture	Architectural services	Architecture	Architecture
Film	Film	Film & video	Film	Cinema services	Film	Film/Photo
				Photography	Photography	
Performing arts		Music, performing arts	Performing arts	Performing arts		Theatre/Stage art
Music	Music		Music		Music	Music
<i>Unique to this definition</i>						
	Games	Lacquer ware	Comics		The 'Finer' Arts	Literature
		Production, sales & rental of audio & video recordings			Libraries, Museums, Heritage	Tourism
		Artists, academic & cultural organizations			Furniture	Meals/Restaurants

Fuente: Gustafsson, Niklas y Dominic Power (2005: 12)

niveles regional, subregional y local. Entre ellos pueden señalarse los realizados para los condados y ciudades de Yorkshire y Humber y sus nueve subregiones; las regiones del suroccidente y el sureste; para Birmingham, Leeds, Bristol, Liverpool, Manchester, Newcastle, Nottingham, Sheffield, Cheshire y Cornwall, entre otras. Junto con el Reino Unido, los Estados Unidos es uno de los países en donde más se han desarrollado mapeos para regiones específicas. Las experiencias más difundidas son las levantadas para los estados de Vermont, California, Iowa, Missouri y para la región de

Nueva Inglaterra, que comprende los estados de Connecticut, Maine, Massachusetts, New Hampshire y Rhode Island.

Figura 5
 CLASIFICACIÓN DE LAS INDUSTRIAS CREATIVAS SEGÚN LA UNCTAD



Fuente: UNCTAD (2008c: 3)

Aparte del Reino Unido, algunas de las experiencias internacionales más documentadas son las de Estados Unidos, Canadá, Australia²⁹, Nueva Zelanda³⁰, Corea, Singapur, y Hong Kong³¹, los países miembros de la

²⁹ Higgs, Peter L. y Thomas A. Kennedy (2003) *Creative Industries Cluster Study. Stage Three. Film and Digital Content Branch*. Australia, Commonwealth of Australia.

³⁰ Walton, Mark and Ian Duncan (2002) *Creative Industries in New Zealand. Economic Contribution*. New Zealand. NZ Institute of Economic Research (NZIER).

³¹ CENTRE FOR CULTURAL POLICY RESEARCH, THE UNIVERSITY OF HONG KONG (2005) *A Study on Creativity Index*. Chief Editor Desmond Hui. Hong Kong, China. The Centre for Cultural Policy Research, The University of Hong Kong / Home Affairs Bureau, The Hong Kong Special Administrative Region Government. (2003) *Baseline Study on Hong Kong's Creative Industries*. Chief Editor Desmond Hui. Hong Kong, China. The Centre for Cultural Policy Research, The University of Hong Kong / Home Affairs Bureau, The Hong Kong Special Administrative Region Government. HUI, Desmond (2005) *Learning from Mapping Exercises: from Baseline Study to Creativity Index*. Ponencia presentada en Asia-Pacific

Unión Europea³², del MERCOSUR³³ y del Convenio Andrés Bello (CAB). Otras prácticas, de carácter nacional –menos documentadas–, que presentan propuestas interesantes son las realizadas en Rusia para la ciudad de San Petersburgo³⁴, en Escocia, Japón, Taiwán, Tailandia, Malasia, Indonesia, Sudáfrica y México. Entre los países de la Unión Europea se han adelantado estudios del sector creativo en Austria, Bélgica, Dinamarca, Finlandia, Francia, Alemania, Grecia, Irlanda, Italia, Luxemburgo, Holanda³⁵, Portugal, España y Suecia. A pesar de no ser tan divulgadas, arrojan resultados importantes acerca de la dinámica económica que este sector creativo genera en esos países. El reconocimiento de la importancia de una economía creativa y cultural se ha vuelto tan generalizado en ese continente que, por primera vez, la Comisión Europea usó formalmente el término «industria creativa» en una publicación dedicada a examinar el futuro de dichas industrias y sus implicaciones en términos de investigación.

Desde el punto de vista de la UNCTAD (2008a: 63):

Las industrias creativas se encuentran en el corazón de la economía creativa. Las «industrias creativas» pueden definirse como los ciclos de creación, producción y distribución de bienes y servicios que utilizan creatividad y capital intelectual como insumos primarios. Ellas comprenden un conjunto de actividades basadas en el conocimiento y que producen bienes y servicios intelectuales o artísticos tangibles y de contenido creativo, valor económico y objetivos de mercado.

Creative Communities: A Strategy for the 21st Century. Senior Expert Symposium. Jodhpur, India. 22-26 Febrero. Session Three. UNESCO Regional Advisor for Culture in Asia and the Pacific.

- ³² Wiesand, Andreas y Michael Söndermann (2005). *The Creative Sector: an engine for diversity, grow and jobs in Europe*. European Cultural Foundation.
- ³³ OMPI (2002). Estudio sobre la importancia económica de las industrias y actividades protegidas por el derecho de autor y los derechos conexos en los países de MERCOSUR y Chile. Coordinación del Prof. Antônio Márcio Buainain. OMPI y Universidade Estadual de Campinas (UNICAMP).
- ³⁴ Belova, Elena; Timo Cantell, Susan Causey, Elena Korf y Justin O'Connor (2002). *Creative Industries in the Modern City. Encouraging Enterprise and Creativity in St Petersburg*. Tacis Cross Border Cooperation.
- ³⁵ Braaksma, R.M.; J.P.J. de Jong y E. Stam (2005). *Creatieve bedrijvigheid in Nederland. Structuur, ontwikkeling en innovatie*. Zoetermeer. EIM bv.

Cuatro características se combinan para definir las actividades dentro de la perspectiva de industrias creativas (Cunningham, Stuart and Gregory N. Hearn. 2003: 6):

The creative industries:

- involve activities which have their origin in **individual creativity, skill and talent**;
- have the potential for wealth and job creation through generation and exploitation of **intellectual property**;
- have creative intangible inputs which **add more economic and social value than is added by manufacturing**;
- encompass and **link the traditional cultural industries** (such as the performing arts) **with the new economy 'info-intensive communication and cultural industries'** (such as computer game design).

In the UK, the creative industries comprise the following sectors: advertising, architecture, arts and antique markets, crafts, design, fashion design, film, interactive leisure software, music, television and radio, performing arts, publishing, and software development [negrillas de los autores].

Pero también, una de las corrientes más apasionante y polémica de la economía de la cultura ha sido la que se denomina genéricamente «economía de las industrias culturales» (ver Tabla 3), integrada por aquel conjunto de autores que han tratado de definir los sistemas comunicativos e informativos como «sistemas económicos de producción industrial de la cultura»; consecuentemente hablarán de una economía crítica de la información y la cultura. Al respecto es importante mencionar que según el *Symposium Asia-Pacific Creative Communities: Promoting the Cultural Industries for Local Socio-economic Development-A Strategy for the 21st Century*, organizado por UNESCO (Part 1. 2005: 6), se establecieron las siguientes diferencias conceptuales:

The Symposium documents make use of the term 'cultural industries'. These industries are also referred to as 'creative industries', 'cultural enterprises', or 'content industries'. For purposes of coherent discussion the definition of 'cultural industries' used in the Symposium documents is as follows: Cultural Industries are defined as those industries which produce tangible or intangible artistic and creative outputs, and which have a potential for wealth creation and income generation through the exploitation of cultural assets and production of knowledge-based goods and services (both traditional and contemporary). What cultural

industries have in common is that they all use creativity, cultural knowledge and intellectual property to produce products and services with social and cultural meaning.

The term 'cultural industries' is almost interchangeable with the concept of 'creative industries' but whereas 'cultural industries' emphasizes heritage, and traditional and artistic elements of creativity, the notion of 'creative industries' places emphasis on individual creativity, skill and talent in the exploitation of intellectual property.

The notion of 'cultural industries' is also slightly different from categorization based in the notion of intellectual property which is closely linked to the concept of information-driven economies and which includes such activities as scientific and technological innovation, software and database development, telecommunication services, and production of hardware and electronic equipment [cursillas y negrillas por el autor].

Más adelante señala que:

The term «cultural industries» is used interchangeably with «creative industries», «cultural enterprises» and «content industries». Unfortunately, there is an absence of clear definitions and demarcations, which has often led to a confusing, scattered and ultimately unconstructive debate. In spite of the fact that «cultural industries» has been used as a key concept in a variety of policy documents in many countries, there is still no common conceptual framework for this «cultural industries» (UNESCO. Part. 2. 2005: 1).

Las industrias de la nueva economía –que incluyen a las industrias creativas y de los contenidos digitales– serán de obligada referencia a la hora de medir el grado de avance³⁶ de cualquier país. Así que, para contribuir a mantener una producción plural, de calidad, es necesario diseñar políticas públicas de fomento dirigidas también a las industrias creativas (ver Figura 6), por su aporte a la economía y, especialmente por su contribución a la promoción y divulgación de las más diversas expresiones de la cultura entendidas en una perspectiva amplia.

³⁶ Las potencialidades de la cultura y la comunicación como elemento generador de nuevos empleos, como variable para la localización de otras actividades económicas y dada la importancia de los valores simbólicos en los procesos de articulación social y vertebración territorial, convierten a estos sectores cada vez más estratégicos, en la configuración de las relaciones socio-productivas.

Tabla 3
DIFERENTES DEFINICIONES QUE ABARCAN LOS BIENES
Y SERVICIOS CREATIVOS

Creative Industries	Copyright Industries	Content Industries	Cultural Industries	Digital content
<i>-largely characterised by nature of labour inputs: "creative individuals"</i>	<i>-defined by nature of asset and industry output</i>	<i>-defined by focus of industry production</i>	<i>-defined by public policy function and funding</i>	<i>-defined by combination of technology and focus of industry production</i>
Advertising Architecture Design Interactive software Film and TV Music Publishing Performing arts	Commercial art Creative arts Film & video Music Publishing Recorded media Data processing Software	Pre-recorded music recorded Music retailing Broadcasting & Film Software Multimedia services	Museums & galleries Visual arts & crafts Arts education Broadcasting & film Music Performing arts Literature Libraries	Commercial art Film & video Photography Electronic games Recorded media Sound recording Information storage & retrieval

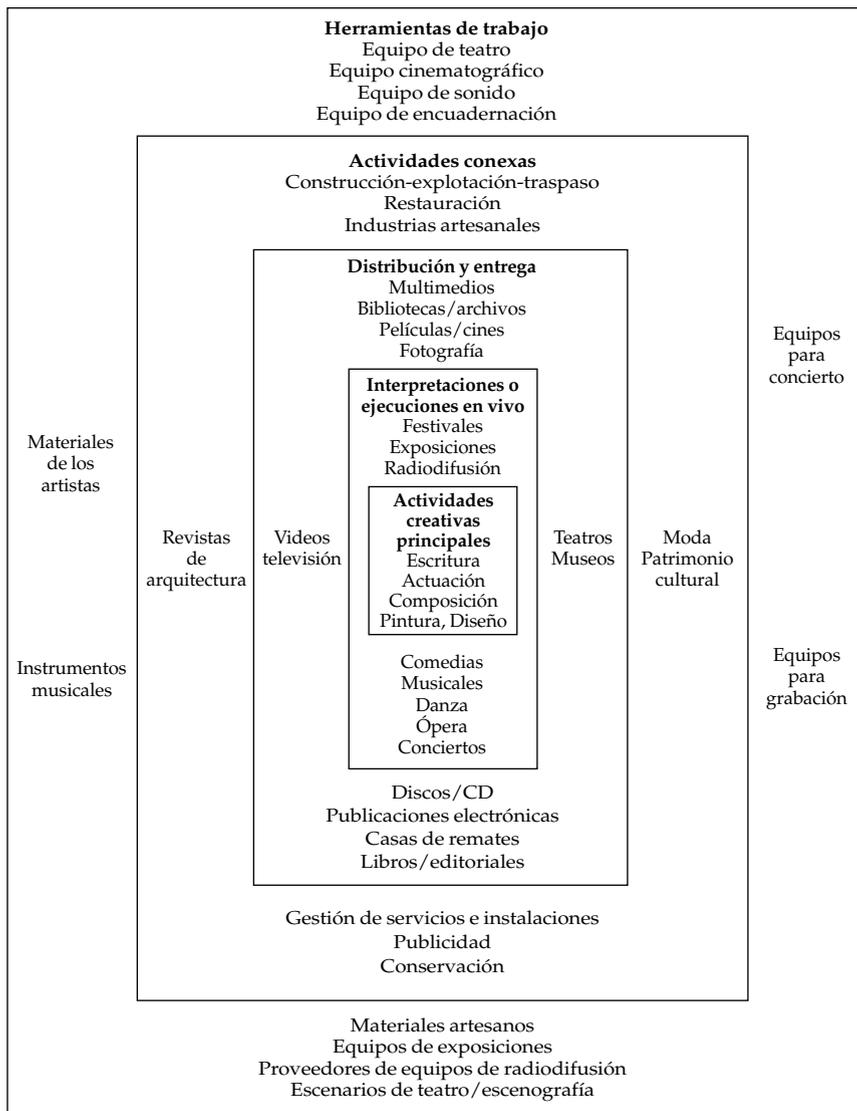
Fuente: CUTLER & Co /CIRAC (2003)

III.2. Las industrias culturales serían un subconjunto de las industrias creativas

En este punto, para la intención de la investigación, utilizamos un concepto de **industrias culturales**, operativamente superior, entendiendo que:

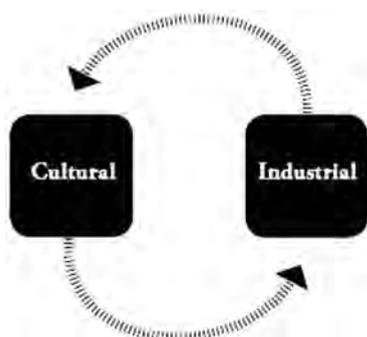
(...), el concepto de «industrias culturales» incluye también a las «industrias de la comunicación», convergentes ambas en un común **accionar sobre la cultura**, la información y la formación de los individuos «*–la comunicación es esencialmente cultura*», y también en campos cada vez más integrados de la tecnología, la producción, la comercialización y el consumo. (...), el concepto de IC incluye a las «industrias de edición continua» (libro, disco, cine, video); las «industrias de producción y difusión continua» (prensa, radio, televisión), las «industrias de soporte» (equipos e insumos), a las que pueden agregarse las «**industrias de contenidos**–», destinadas a proporcionar los insumos simbólicos e intangibles que serán trasladados a soportes para su conversión en

Figura 6
LAS INDUSTRIAS CREATIVAS SEGÚN LA OMPI



Fuente: Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (2003:27)

mercancías tangibles. También correspondería incluir en este universo a las industrias que, pese a tener originalmente una función específica y diferenciada con relación a la cultura, constituyen cada vez más un eslabón fundamental de las mismas. Es el caso de la publicidad, puente interactivo y comunicaciones entre las experiencias y memoria de cada individuo y la finalidad empresarial de inducción al consumo. Es también lo que sucede con las «industrias de soporte» que proporcionan máquinas, equipos e insumos a las IC (electrónica, electromecánica, óptica, química, luminotécnica, etc.), y con las «industrias conexas» de la informática, las telecomunicaciones y las dedicadas a la «simulación». A ellas les corresponde producir los recursos técnicos –máquinas y soportes– que sirven de infraestructura a las industrias culturales, a la vez que de soporte a la información y los contenidos simbólicos de la producción cultural [negrillas nuestras]³⁷.



Ahora bien, ciertamente, son numerosos los conceptos que se han formulado en torno al término de industrias culturales³⁸, pero generalmente nos remite, a juzgar por el investigador argentino Octavio Getino (2001: 4), a:

³⁷ Getino, Octavio (2001). «Aproximación a un estudio de las Industrias Culturales en el MERCOSUR. (Incidencia económica, social y cultural para la integración regional)». En: *INFODAC. Directores Argentinos Cinematográficos*. Argentina. Suplemento Especial. N° 17. Septiembre, pp. 5-6 (Cursivas del autor. IC, significa «industrias de la cultura y la comunicación»).

³⁸ Recomendamos para ampliar el tema de las industrias culturales y comunicacionales los textos de Bustamante, Enrique coord. (2003). *Hacia un nuevo sistema mundial de comunicación. Las industrias culturales en la era digital*. 1ra. edición. Barcelona, España. Editorial Gedisa, S.A. Bustamante, Enrique y Ramón Zallo (coords.) (1988) *Las industrias culturales en España. (Grupos Multimedia y transnacionales)*. Prensa, radio, TV, libro, cine, disco, publicidad. Madrid, España. Ediciones Akal, S.A. Casacuberta, David (2008) *Industrias culturales en la Web 2.0*. Washington, USA. Fondo Multilateral de Inversiones. Banco Interamericano de Desarrollo. García Canclini, Néstor y Ernesto Piedras Fera (2006) *Las Industrias culturales y el desarrollo de México*. México, Siglo XXI Editores / FLACSO. Hesmondhalgh, Desmond. (2002) *The Cultural Industries*. London. Sage Publications. Katz, Jorge (2006) *Tecnologías de la Información y la Comunicación e Industrias Culturales. Una perspectiva latinoamericana*. Santiago de Chile, Chile. Naciones Unidas. Quaratesan, Alessandra; Monica Romis y Francesco Lanzafame (2007) *Las Industrias Culturales en América Latina y el Caribe: desafíos y oportunidades*. Departamento de Capacidad Institucional y Finanzas. Banco

(...) las empresas de producción y comercialización de bienes y servicios culturales, (soportes tangibles con contenidos intangibles) destinados a su difusión y comercialización en amplios sectores de la población. **Su función es la de producir («fabricar») mercancías o servicios de carácter cultural** (libros, discos, películas, emisiones de radio, programas de TV, etc.) destinados específicamente a difundir y reproducir en términos de prototipo o de serialización determinados **contenidos simbólicos** (obras literarias, obras musicales, obras cinematográficas, obras televisivas, información, etc.) [negrillas nuestras].

A este respecto diremos, de acuerdo con Ramón Zallo (1992: 11), que desde el punto de vista económico, las industrias culturales se conciben como:

(...) un conjunto de ramas, segmentos y actividades auxiliares industriales productoras y distribuidoras de mercancías con contenidos simbólicos, concebidas por un trabajo creativo, organizadas por un capital que se valoriza y destinadas finalmente a los mercados de consumo, con una función de reproducción ideológica y social. En otras palabras, el contenido simbólico de los productos culturales, su función política esencial, no quita en absoluta el hecho de que la cultura se haya convertido en un sector más de la producción industrial y mercantil. Y es esa naturaleza común lo que hay que destacar en primer lugar frente a los prejuicios y los malentendidos persistentes en este campo (...).

Precisamente, el reconocimiento de esta dualidad: mercancía como dimensión económica y contenidos simbólicos –libro/obra literaria; disco/obra musical, película/obra cinematográfica, etc.–, nos permite visualizar de manera integral los componentes económicos e industriales, así como ideológicos y culturales, que están presentes en todo producto originado en las industrias culturales. No se aleja de la definición marco de la UNESCO³⁹

Interamericano de Desarrollo (BID). Segers, Katia and Ellen Huijgh (2006) *Clarifying the complexity and ambivalence of the cultural industries*. Working paper 2006-02. Belgium. Steunpunt Re-Creatief Vlaanderen.

³⁹ La UNESCO define a las industrias culturales «...como aquellas que combinan la creación, producción y comercialización de contenidos que son intangibles y culturales en su naturaleza. Estos contenidos están protegidos por el derecho de autor y pueden tomar la forma de bien o servicio. Son industrias trabajo y conocimiento-intensivas y nutren la creatividad, a la vez que incentivan la innovación en los procesos de producción y de comercialización» (UNESCO, 2000).

sobre industrias culturales como actividades de producción y comercialización que tienen como materia prima una *creación protegida por el derecho de autor*⁴⁰. La enunciación que propone la UNESCO a las industrias culturales sirve como cuadro de referencia, ya que en las industrias culturales son las actividades de producción y comercialización que tienen como materia prima una creación protegida por el derecho de autor.

Todas las definiciones coinciden en considerar que se trata de aquellos sectores que conjugan creación, producción y comercialización de bienes y servicios basados en contenidos intangibles de carácter cultural, generalmente protegidos por el derecho de autor. (...), las industrias culturales incluyen la edición impresa y multimedia, la producción cinematográfica y audiovisual, la industria fonográfica, la artesanía y el diseño. Ciertos países extienden este concepto a la arquitectura, las artes plásticas, las artes del espectáculo, los deportes, la manufactura de instrumentos musicales, la publicidad y el turismo cultural. Las industrias culturales aportan un valor añadido a los contenidos al mismo tiempo que construyen y difunden valores culturales de interés individual y colectivo. Resultan esenciales para promover y difundir la diversidad cultural, así como para democratizar el acceso a la cultura y, además, conocen altos índices de creación de empleo y riqueza. Abocadas a fomentar y apoyar la creación, que constituye su fundamental 'materia prima', pero también a innovar, en términos de producción y distribución, la indisoluble dualidad cultural y económica de estas industrias constituye su principal carácter distintivo (UNESCO / CERLALC. 2002: 11-12).

Por añadido, industrias culturales (ver Figura 7) y ocio están en distintos planos (producción y consumo cultural en un caso, uso del tiempo libre

⁴⁰ «Las expresiones “industrias relacionadas con el derecho de autor”, “creativas” y “culturales” se usan a menudo en el texto como sinónimos, para hacer referencia a aquellas actividades o industrias en las que el derecho de autor desempeña una función identificable. No obstante, es necesario reconocer que existen algunas diferencias entre ellas. “Industrias culturales” son aquellas en las que se elaboran productos que poseen un contenido cultural considerable y que se reproducen a escala industrial. A menudo se hace referencia a estas industrias en relación con la producción de los medios de difusión. El término “industrias creativas” tiene un significado más amplio e incluye, además de las industrias culturales, toda producción cultural o artística, ya sea en vivo o producida como una unidad individual, y se utiliza tradicionalmente en relación con las representaciones o ejecuciones en vivo, el patrimonio cultural y actividades similares de alto contenido artístico. La línea divisoria entre estos dos tipos de industria suele ser muy fina» (OMPI, 2003: 18).

en otro), ya que existen múltiples actividades de ocio no vinculadas con industrias culturales, desde el turismo no cultural, pasando por relaciones interpersonales, deporte, y otra serie de actividades que hacen parte del estilo de vida.

Figura 7

LAS INDUSTRIAS CREATIVAS EN EL MARCO DEL CAMPO CULTURAL



Fuente: Centro de Estudios Regionales Cafeteros y Empresariales (CRECE) / Ministerio de Cultura Colombia (2005: 14).

«Quedan fuera de este concepto, aunque no de los análisis desde la economía política de la cultura y la comunicación, los servicios culturales (bibliotecas, museos, archivos, artes escénicas y musicales, artes visuales, patrimonio y enseñanza artística y cultural) y las actividades culturales esporádicas o regulares, de carácter comercial y no comercial (fiestas religiosas, espectáculos populares, radios comunitarias, deportes, turismo, artesanía, juegos, etc.) (...) Esta delimitación de campos no excluye de ninguna manera las interrelaciones que existen entre las industrias y los servicios y las actividades culturales.

Unas y otras se complementan en el universo amplio de la cultura. Aunque las artes visuales, el diseño gráfico, las artes escénicas, los espectáculos musicales, el turismo, los deportes, etc., tienen sus finalidades específicas y diferenciadas. Pueden servir sin embargo de recurso básico o complementario de las industrias, pero al mismo tiempo se diferencian de éstas según las características y la lógica propia que es inherente a cada uno de estos campos. Tal interrelación puede abarcar desde los contenidos hasta las tecnologías y las formas de producción, gestión y comercialización» (Octavio Getino, 2001: 4. Negrillas del autor).

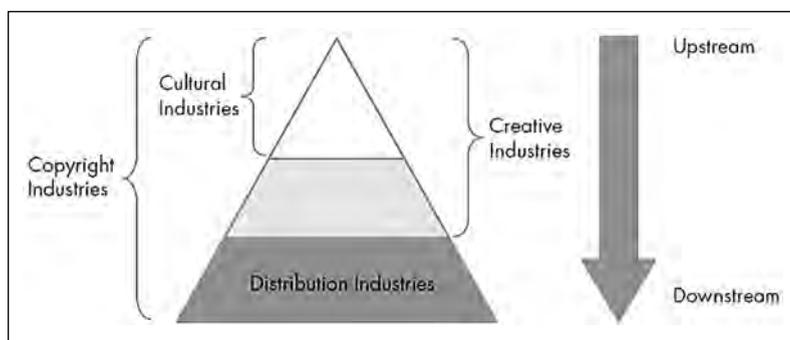
Las industrias culturales presentan cambios importantes derivados de varios factores: afluencia masiva de capitales, desarrollo de sistemas de comunicación unidos a nuevas tecnologías de producción; evolución de las prácticas sociales y culturales. Ramas tradicionales en el sector de la cultura y la comunicación como industria editorial y prensa, necesitadas de revolucionar sistemas de producción para reducir costos, o reinvertir en ramas de mayor crecimiento (radio y TV), aprovecharon la iniciativa de capitales en industrias de la electrónica y telecomunicaciones, para su evolución y desarrollo actual. La irrupción del capital privado en estas áreas se ha acompañado por presiones para su desregulación y privatización. Lo cierto, tal como nos dice Octavio Getino (2001: 7), es que:

Sea cualquiera la forma elegida para clasificarlas o abordarlas, todas las IC operan con un recurso básico e indispensable sin el cual aquéllas no podrían existir, que es el de la **producción de contenidos** (creación de obras, diseños, ideas, etc.), un sector cuyos productos pueden ser requeridos directa y sistemáticamente por las industrias, pero también capaz de ofertar los que fueron elaborados por iniciativa propia de los autores para su procesamiento en la industria respectiva. El campo de la creación reviste en este sentido una fuerza sustancial –en algunos países se la ha bautizado como la «**fuerza de la creación**»– cuya presencia protagónica debe ser suficientemente valorada ya que, además, expresa parte del imaginario colectivo de una nación –su «alma»–, y en ella se asienta la identidad de cualquier industria cultural, además de constituir un importante «**valor agregado**» [negrillas del autor].

De acuerdo con algunas de las experiencias revisadas, **las industrias culturales serían entonces un subconjunto de las industrias creativas**, debido a que comparten sus características de creación, sistema de produc-

ción, generación de derechos de copia, y su potencial para producir impactos económicos positivos. La diferencia entre ambas está en el hecho de que los productos de las industrias culturales propiamente dichas tienen un significado social y cultural, un contenido simbólico superior a su valor de uso. Dado que algunas de las nociones anteriores pueden generar confusión, en particular por los «cruces» que hay entre ellas, se incluye a continuación la Figura 8 que puede dar más claridad. El propósito es enmarcar a las industrias creativas y las culturales dentro de las definiciones funcionales presentadas.

Figura 8
COMPOSICIÓN DEL CLUSTER⁴¹ CREATIVO



Fuente: MUN HENG, Tob; Adrian CHOO y Terence HO (2003: 52)

⁴¹ El cluster creativo puede definirse como aquellas industrias que tengan su origen en la creatividad individual, habilidad y talento y que tengan un potencial para la riqueza y creación de trabajo a través de la generación y explotación de la propiedad intelectual. Este *cluster* es el incentivo para las ideas en la intersección de las **artes, negocio y tecnología**. Así, las influencias en la creación individual serían de carácter multidimensional, abarcando lo artístico, la creatividad, relación empresarial e innovación tecnológica, para crear un nuevo valor económico. Las industrias culturales puede tomarse como un subconjunto de las industrias creativas mientras el más ancho registran las industrias protegidas por el derecho de autor (en adelante, IPD).

BIBLIOGRAFÍA

ABADIE, Fabienne; Ioannis MAGHIROS y Corina PASCU

2008 *European Perspectives on the Information Society: Annual Monitoring Synthesis and Emerging Trend Updates*. Spain. European Communities, Joint Research Centre, Institute for Prospective Technological Studies.

ABRAMOVSKY, Laura; Daniel CHUDNOVSKY y Andrés LÓPEZ

2001 *Las industrias protegidas por los derechos de autor y conexos en la Argentina*. Estudio preparado por el Centro de Investigaciones para la Transformación (CENIT) para el proyecto «Copyrights related economic activities in the Mercosur countries + Chile». DT 26 / Abril 2001. World Intellectual Property Organization (WIPO).

ACHUGAR, Hugo

2000 «Desafíos económico-culturales de América Latina (cultura “tradicional” e industrias culturales)». En: Kliksberg, Bernardo y Luciano Tomassini (compiladores). *Capital Social y Cultura: claves estratégicas para el desarrollo*. Primera edición. Argentina. Banco Interamericano de Desarrollo. Fondo de Cultura Económica de Argentina S.A., pp. 277-292.

ALBORNOZ, Luis Alfonso

2005 «Políticas públicas e industrias culturales: el desafío de la diversidad en Iberoamérica». En: *Anuario ININCO*. Caracas, Venezuela. Universidad Central de Venezuela. Instituto de Investigaciones de la Comunicación. Facultad de Humanidades y Educación. Volumen 17. N° 2, diciembre, pp. 115-138.

2005a «Las industrias culturales y las nuevas redes digitales». En: Bolaño, César; Guillermo Mastrini y Francisco Sierra (eds.). *Economía política, comunicación y conocimiento. Una perspectiva crítica latinoamericana* (Colección Comunicación Crítica). Buenos Aires: Ediciones La Crujía, pp. 317-328.

ÁLVAREZ, Gabriel Omar

1999 «Integración regional e industrias culturales en el MERCOSUR: situación actual y perspectivas». En: García Canclini, Néstor y Carlos Juan Moneta (coordinadores), «*Las Industrias culturales en la integración latinoamericana*». México: Editorial Grijalbo y SELA, pp. 129-180.

ANVERRE, Ari; Albert BRETON, *et al.*

1982 *Industrias Culturales: el futuro de la cultura en juego*. México: Fondo de Cultura Económica / París, UNESCO.

ARIAS, Fernando

2004 *Industrias Culturales: su importancia política, social y económica*. Buenos Aires, Argentina: Observatorio de Industrias Culturales de la Ciudad de Buenos Aires (OIC).

ASIMELEC

2008 *Informe 2008 de la Industria de Contenidos Digitales*. España: ASIMELEC.

BARRIOS, Leoncio; Marcelino BISBAL, Jesús MARTÍN-BARBERO, Carlos GUZMÁN y Jesús María AGUIRRE.

1999 *Industria Cultural. De la crisis de la sensibilidad a la seducción massmediática*. 1ra. edición. Caracas, Venezuela: Litterae editores.

BELOVA, Elena; Timo CANTELL, Susan CAUSEY, Elena KORF y Justin O'CONNOR

2002 *Creative Industries in the Modern City. Encouraging Enterprise and Creativity in St. Petersburg*. Tacis Cross Border Cooperation.

BISBAL, Marcelino

1999 *Pensar la cultura de los medios. Claves sobre realidades massmediáticas*. 1ra. edición. Caracas, Venezuela: UCAB.

BOLAÑO, César; Guillermo MASTRINI y Francisco SIERRA (eds.)

2005 *Economía política, comunicación y conocimiento. Una perspectiva crítica latinoamericana* (Colección Comunicación Crítica). Buenos Aires: Ediciones La Crujía.

BONET AGUSTÍ, Lluís

2001 *Economía y cultura: una reflexión en clave latinoamericana*. Barcelona, España: Oficina para Europa del Banco Interamericano de Desarrollo.

BOP, MIPC and NESTA

2006 *Creating growth: how the UK can develop world class creative businesses*. NESTA Research Report. London: NESTA.

BRAAKSMA, R.M.; J.P.J. de JONG y E. STAM

2005 *Creative bedrijvigheid in Nederland. Structuur, ontwikkeling en innovatie*. Zoetermeer. EIM bv.

BRITISH COUNCIL

- 2002 *Mapeo de las Industrias Creativas Bogotá y Soacha*. Bogotá, Colombia: British Council / Centro de Estudios de Desarrollo Económico CEDE / Universidad de Los Andes.
- 2005 *Relatoría Laboratorio sobre mapeos de Industrias Creativas*. Bogotá, Colombia: 20-21 de octubre 2005. British Council / Ministerio de Cultura de Colombia.
- 2006 *Creative lasi. A Guidebook to Creative Industries in lasi, Romania*. Romania: UK-South East Europe Forum Creative Industries. British Council.

BUSTAMANTE, Enrique (coord.)

- 2002 *Comunicación y cultura en la era digital. Industrias, mercados y diversidad en España*. 1ra. edición. Barcelona, España: Editorial Gedisa, S.A.
- 2003 *Hacia un nuevo sistema mundial de comunicación. Las industrias culturales en la era digital*. 1ra. edición. Barcelona, España: Editorial Gedisa, S.A.

CANADIAN HERITAGE

- 2004 *The Economic Contribution of Copyright Industries to the Canadian Economy*. Canadá: Canadian Heritage. Wall Communications Inc.

CALZADA, Igor

- 2006 *Capital creativo*. San Sebastián, España: Mimeografiado.

CASACUBERTA, David

- 2008 *Industrias culturales en la Web 2.0*. Washington, USA: Fondo Multilateral de Inversiones. Banco Interamericano de Desarrollo.

CASTRO NEVES, Artur

- 2003 *A Indústria de Conteúdos. Uma visão estratégica*. Lisboa, Portugal: GEPE - Gabinete de Estudos e Prospectiva Económica do Ministério da Economia.

CASTRO, Cosette

- 2008 *Industrias de Contenidos en Latinoamérica*. Documento del Grupo de trabajo eLAC2007. Meta 13. Informe sobre las Industrias Creativas en América Latina y el Caribe. CEPAL.

CASSIMAN, Bruno y Pablo F. SALVADOR

- 2006 *Tecnologías digitales e Internet: su impacto en el sector de la música*. Barcelona, España: Cuadernos del ebcenter. Price Waterhouse Coopers&IESE.

CAVES, Richard E.

2000 *Creative Industries: Contracts between Art and Commerce*. Cambridge: Mass. Harvard University Press.

CENTRO DE ESTUDIOS PARA EL DESARROLLO ECONÓMICO METROPOLITANO (CEDEM).

2001 «Las industrias culturales. Situación actual y potencialidades para su desarrollo». En: *Coyuntura Económica de la Ciudad de Buenos Aires*, N° 2, Secretaría de Desarrollo Económico, Gobierno de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires. Buenos Aires, agosto, pp. 80-106.

CENTRO DE ESTUDIOS REGIONALES CAFETEROS Y EMPRESARIALES (CRECE)

2004 *Guía para la elaboración de Mapeos Regionales de Industrias Creativas. Versión para revisión y comentarios*. Manizales, Colombia: CRECE.

2005 «Guía metodológica para el desarrollo de Mapeos Regionales de Industrias Creativas». En: *Laboratorio sobre mapeos de Industrias Creativas*. Bogotá, Colombia. 20-21 de octubre 2005. CRECE.

CENTRO DE ESTUDIOS REGIONALES CAFETEROS Y EMPRESARIALES (CRECE) / MINISTERIO DE CULTURA COLOMBIA

2005 *Guía para la elaboración de mapeos regionales de Industrias Creativas*. Colombia: Ministerio de Cultura.

CENTRE FOR AN URBAN FUTURE (CURDS)

2005 *Creative New York*. New York, U.S. City Futures. Inc. Centre for an Urban Future.

CENTRE FOR CULTURAL POLICY RESEARCH, THE UNIVERSITY OF HONG KONG

2003 *Baseline Study on Hong Kong's Creatives Industries*. Chief Editor Desmond Hui. Hong Kong, China. The Centre for Cultural Policy Research, The University of Hong Kong / Home Affairs Bureau, The Hong Kong Special Administrative Region Government.

2005 *A Study on Creativity Index*. Chief Editor Desmond Hui. Hong Kong, China. The Centre for Cultural Policy Research, The University of Hong Kong / Home Affairs Bureau, The Hong Kong Special Administrative Region Government.

CERLALC. CENTRO REGIONAL PARA EL FOMENTO DEL LIBRO EN AMÉRICA LATINA Y EL CARIBE

2002 *Cultura, comercio y globalización. Preguntas y respuestas*. Colombia: Ediciones UNESCO / CERLALC.

CHOW, Kit Boey y Kah Mun LEO

2005 «The Economic Contribution of Copyright Based Industries in Singapore». En: *Review of Economic Research on Copyright Issues*. España. Society for Economic Research on Copyright Issues (SERCI). Vol. 2. Número 2, pp. 127-148.

CHOW, Kit Boey; Soo Lin YOON, Ivette y Kah Mun LEO

2006 «A Creativity Index: Singapore's ASAT Model». En: *Society for Economic Research on Copyright Issues (SERCI) Annual Congress*. Singapore.

COLBERT, Francois y Manuel CUADRADO

2003 *Marketing de las Artes y la Cultura*. 1ra. edición. España: Editorial Ariel, S.A.

CONSEJO NACIONAL DE LA CULTURA Y LAS ARTES DE CHILE

2003 *Impacto de la cultura en la economía chilena: participación de algunas actividades culturales en el PBI y evaluación de las fuentes estadísticas disponibles* (Colección Economía y Cultura). Bogotá, Colombia: Consejo Nacional de la Cultura y las Artes de Chile / Universidad ARCIS / Convenio Andrés Bello (CAB).

CONVENIO ANDRÉS BELLO

2001 *Economía y cultura: la tercera cara de la moneda. Memorias*. Colombia, Bogotá: Convenio Andrés Bello.

CORPORACIÓN ANDINA DE FOMENTO (CAF)

2005 *Ensayos sobre políticas públicas Culturales para la región andina*. 1ra. edición. Venezuela: Fundación BIGOTT / CAF.

CUNNINGHAM, Stuart

2002 «From cultural to creative industries: theory, industry, and policy implications». En: *Media International Australia*, 102: pp. 54-65.

2004 «The Creative Industries After Cultural Policy: A Genealogy and Some Possible Preferred Futures». En: *International Journal of Cultural Studies*. Volumen 7 (1), pp. 105-115.

2007 «A New Economics for Creative Industries and Development». En: *WIPO International Conference on Intellectual Property and the Creative Industries*.

Geneva, October 29 and 30. WIPO/IP/IND/GE/07/4. Geneva: World Intellectual Property Organization (WIPO).

CUNNINGHAM, Stuart; Michael KEANE and Mark David RYAN

2005 *Finance and investment in creative industries in developing countries*. Ponencia presentada en Asia-Pacific Creative Communities: Promoting the Cultural Industries for Local Socio-economic Development. A Strategy for the 21st Century. 22-26 Febrero. Jodhpur, India: UNESCO Regional Advisor for Culture in Asia and the Pacific.

CUNNINGHAM, Stuart and Gregory N. HEARN

2003 *Brisbane's Creatives Industries 2003*. Australia. Creative Industries Research & Applications Centre, Creative Industries Faculty, QUT.

CUTLER & COMPANY MELBOURNE

2002 *Producing Digital Content. A consultancy to examine and advance the understanding of the production of digital content*. Australia: Department of Communications, Information Technology and the Arts (DCITA).

DANISH MINISTRY OF CULTURE

2001 *Denmark's Creative Potential Culture and Business Policy Report 2000*. Copenhagen: Danish Ministry of Culture.

2003 *Denmark in the culture and experience economy- 5 new steps, The Danish growth strategy*. Copenhagen: Danish Ministry of Culture.

DEPARTMENT FOR CULTURE, MEDIA AND SPORT. (DCMS)

1998 *Creative Industries Mapping Document*. London: HMSO. UK Department for Culture, Media and Sport.

2001 *Culture and Creativity: The Next Ten Years*. London: Departmental Secretariat. Department for Culture, Media and Sport.

2001a *Creative Industries Mapping Document 2001*. London: UK Creative Industries Task Force. UK Department for Culture, Media and Sport.

DEPARTMENT OF COMMUNICATIONS INFORMATION TECHNOLOGY AND THE ARTS (DCITA)

2001 *Creative Industries Cluster Study. Stage One Report*. Australia: National Office for the Information Economy and DCITA.

DUNLOP, STEWART; Susan GALLOWAY, Christine HAMILTON y Adrienne SCULLION

2004 *The Economic Impact of the Culture Sector in Scotland*. Stirling: University of Stirling. Scottish Economic Policy Network. Scotecom.

ENTER

2007 *Francotiradores en la Red. Caracterización de la empresa española de entretenimiento digital*. Análisis 06. España: ENTER.

ERC SERVICES SUBCOMMITTEE

2002 *Creative Industries Development Strategy. Propelling Singapore's Creative Economy*. Workgroup on Creative Industries. ERC Services Subcommittee.

FESEL, Bernd y Michael SÖNDERMANN

2007 *Culture and Creative Industries in Germany*. Bonn. German Commission for UNESCO.

FLORIDA, Richard.

2002 *The Rise of the Creative Class*. New York, NY: Basic Books.

FLORIDA, Richard e Irene TINAGLI

2004 *Europe in the Creative Age*. Carnegie Mellon Software Industry Center / Demos.

FONSECA REIS, Ana Carla (organización)

2008 *Economía Creativa como estrategia de desarrollo: una visión de los países en desarrollo*. São Paulo: Itaú Cultural.

FORO NACIONAL DE COMPETITIVIDAD INDUSTRIAL DE LAS CADENAS PRODUCTIVAS.

2003 *Foro Nacional de Competitividad Industrial de las Cadenas Productivas. Informe Final*. Argentina. Ministerio de Economía y Producción. Secretaría de Industria, Comercio y de la Pequeña y Mediana Empresa.

2004 *Industrias de Base Cultural. Plan de acción 2005-2007*. Argentina. Ministerio de Economía y Producción. Secretaría de Industria, Comercio y de la Pequeña y Mediana Empresa.

FREY, Bruno

2000 *La Economía del Arte*. Colección Estudios Económicos N° 18. Barcelona, España: Editorial La Caixa. Caja de Ahorros y Pensiones de Barcelona.

FRONTIER ECONOMICS

- 2006 *Comparative analysis of the UK's creative industries*. Report to DCMS. London: Frontier Economics.

FUNDACIÓN INTERARTS

- 2005 *Cultura y sustentabilidad en Iberoamérica*. Temas de Iberoamérica. Madrid, España: INTERARTS / Organización de Estados Iberoamericanos para la Educación, la Ciencia y la Cultura (OEI).

FUNDACIÓN TELEFÓNICA

- 2007 *DigiWorld América Latina 2007*. Colección Fundación Telefónica. Barcelona, España: Fundación Telefónica y ENTER.
- 2008 *DigiWorld 2008 Internacional*. Colección Fundación Telefónica. Barcelona, España: Fundación Telefónica y ENTER.

GARCÍA CANCLINI, Néstor y Ernesto PIEDRAS FERIA

- 2006 *Las Industrias Culturales y el desarrollo de México*. México: Siglo XXI Editores / FLACSO.

GARCÍA CANCLINI, Néstor y Carlos Juan MONETA (coordinadores)

- 1999 *Las Industrias Culturales en la integración latinoamericana*. México: Editorial Grijalbo y SELA.

GARCÍA CANCLINI, Néstor

- 1990 *Culturas híbridas. Estrategias para entrar y salir de la modernidad* (Colección Los Noventa). 1ra. edición. México: Coedición Dirección General de Publicaciones del Consejo Nacional para la Cultura y las Artes / Editorial Grijalbo, S.A.
- 1995 *Consumidores y ciudadanos. Conflictos multiculturales de la globalización*. 1ra. edición. México: Ed. Grijalbo.
- 1996 *Culturas en Globalización. América Latina-Europa-Estados Unidos: libre comercio e integración*. 1ra. Edición. Caracas, Venezuela: Editorial Nueva Sociedad / Seminario de Estudios de la Cultura (CNCA)/Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales-CLACSO.
- 1997 *Cultura y Comunicación: Entre lo Global y lo Local*. Buenos Aires, Argentina: Ediciones de Periodismo y Comunicación. 133 p.
- 1999 *La globalización imaginada*. Argentina: Editorial Paidós, mayo. 238 p.

2000 «Industrias Culturales y Globalización: procesos de desarrollo e integración en América Latina». En: Kliksberg, Bernardo y Luciano Tomassini (compiladores). *Capital Social y Cultura: claves estratégicas para el desarrollo*. Primera edición. Argentina: Banco Interamericano de Desarrollo. Fondo de Cultura Económica de Argentina S.A.

2002 *Latinoamericanos buscando lugar en este siglo*. Argentina: Editorial Paidós.

2004 *Diferentes, desiguales y desconectados. Mapas de la interculturalidad*. Barcelona, España: Editorial Gedisa, S.A.

GARCÍA GRACIA, María Isabel; Yolanda FERNÁNDEZ FERNÁNDEZ y José Luis ZOFÍO PRIETO

2000 *La industria de la Cultura y el Ocio en España. Su aportación al PIB (1993-1997)*. Madrid, España: Fundación Autor /SGAE. DATAUTOR.

2001 *La evolución de la industria de la Cultura y el Ocio en España por Comunidades Autónomas (1993-1997)*. Madrid, España: Fundación Autor / SGAE. DATAUTOR.

2001 «The Economic Dimension of the Culture and Leisure Industry in Spain: National, Sectoral and Regional Analysis». En: *Journal of Cultural Economics*. Netherlands. Kluwer Academic Publishers. Association of Cultural Economics International. Volume 27. N° 1. February, pp. 9-30

GETINO, Octavio

1995 *Las industrias culturales en la Argentina. Dimensión económica y políticas públicas*. Buenos Aires, Argentina: Ediciones COLIHUE S.R.L.

2001 «Aproximación a un estudio de las Industrias Culturales en el MERCOSUR. (Incidencia económica, social y cultural para la integración regional)». En: *INFODAC. Directores Argentinos Cinematográficos*. Argentina: Suplemento Especial. N° 17. Septiembre.

2003 «Las industrias culturales del MERCOSUR». En: *Observatorio de Industrias Culturales de la Ciudad de Buenos Aires (OIC)*.

2006 *Cine iberoamericano: los desafíos del próximo siglo*. 1ra. edición. San José, Costa Rica: Editorial Veritas.

GHELFI, Donna

2006 *The Creative Industries: A Historical Context*. Ponencia en WIPO-CARICOM Meeting of Experts on the Creative Industries and Intellectual Property. Georgetown, Guyana, February 8 and 9, 2006. World Intellectual Property Organization (WIPO). Caribbean Community (CARICOM) Secretariat.

GREEN, Lawrence; Ian MILES y Jason RUTER.

2007 *Hidden Innovation in the Creative Sectors. A working paper for NESTA*. Manchester Institute for Innovation Research. London: National Endowment for Science, Technology and the Arts (NESTA).

GUSTAFSSON, Niklas y Dominic POWER

2005 *International Competitiveness and Experience Industries*. Stockholm. ISA, Nutek, VINNOVA.

GUZMÁN CÁRDENAS, Carlos Enrique

1996 «Industrias Culturales, Innovación Tecnológica y Competitividad». En: *Revista Comunicación. Estudios Venezolanos de Comunicación*. Caracas, Venezuela: Centro Gumilla. N° 95, Tercer Trimestre, pp. 49-59.

1999 «Innovación y competitividad de las Industrias Culturales y de la Comunicación en Venezuela». En: BARRIOS, Leoncio; Marcelino BISBAL, Jesús MARTÍN-BARBERO, Carlos GUZMÁN y Jesús María AGUIRRE. *Industria Cultural. De la crisis de la sensibilidad a la seducción massmediática*. 1ra. edición. Caracas, Venezuela: Litterae editores, pp. 125-192.

2003 *Políticas y Economía de la Cultura en Venezuela. Una estimación del comportamiento productivo de las industrias y actividades relacionadas con el sector cultural venezolano*. Caracas, Venezuela: CUADERNOS ININCO 2, Vol 1. UCV. Facultad de Humanidades y Educación. ININCO.

2004 *Las cifras del libro y las bibliotecas en Venezuela. Anuario Estadístico Cultural 1990-2003*. Caracas, Venezuela: Fundación POLAR.

2004a *Las cifras del cine y el video en Venezuela. Anuario Estadístico Cultural 1990-2003*. Caracas, Venezuela: Fundación POLAR.

2004b «Perspectivas sobre las relaciones entre Economía y Cultura». En: *Revista Comunicación. Estudios Venezolanos de Comunicación*. Caracas, Venezuela: Centro Gumilla. N° 128, cuarto trimestre, pp. 74-87.

2005 «Las industrias culturales en la economía de Venezuela y su contribución al PIB 1997-2002». En: *Anuario ININCO*. Caracas, Venezuela: Universidad Central de Venezuela. Instituto de Investigaciones de la Comunicación. Facultad de Humanidades y Educación. Volumen 17, n° 2, diciembre, pp. 191-216.

2005a «La cultura suma: políticas culturales y economía de la cultura». En: César BOLAÑO, Guillermo MASTRINI y Francisco SIERRA (eds.), *Economía política, comunicación y conocimiento. Una perspectiva crítica latinoamericana* (Colección Comunicación Crítica), Buenos Aires: Ediciones La Crujía, pp. 269-314.

- 2005b «La cultura en la nueva economía: creación, conocimiento e innovación. Del concepto filosófico de Industria Cultural al concepto económico Industrias de la Creación». En: *Ensayos sobre Políticas Públicas Culturales para la Región Andina*. 1ra. edición. Venezuela: Fundación BIGOTT / CAF, pp. 183-227.
- 2005c *La dinámica de la cultura en Venezuela y su contribución al PIB*. Colección Economía y Cultura N° 10. 1ra. edición. Bogotá, Colombia: Ministerio de Educación, Cultura y Deportes de Venezuela, Viceministerio de Cultura, CONAC, Convenio Andrés Bello.
- 2006 «La industria cinematográfica y su consumo en los países de Iberoamérica. Un análisis comparativo diacrónico». En: *Anuario ININCO*. Caracas, Venezuela: Universidad Central de Venezuela: Instituto de Investigaciones de la Comunicación. Facultad de Humanidades y Educación. Volumen 18, n° 1, junio, pp. 57-118.
- 2006a *Las cifras de los medios de comunicación en Venezuela. Anuario Estadístico Cultural 1990-2003*. Caracas, Venezuela: Fundación EMPRESAS POLAR.
- 2007 «La innovación tecnológica en la industria cinematográfica iberoamericana. Estudio Delphi 2006-2010». En: *Anuario ININCO*. Caracas, Venezuela: Universidad Central de Venezuela. Instituto de Investigaciones de la Comunicación. Facultad de Humanidades y Educación. Volumen 19. N° 2, diciembre (en prensa).

GUZMÁN CÁRDENAS, Carlos Enrique; Yesenia MEDINA y Yolanda QUINTERO AGUILAR

«El valor agregado cultural y su efecto expansivo en la economía venezolana. Seis escenarios para el análisis cultural». En: *Revista Comunicación. Estudios Venezolanos de Comunicación*. Caracas, Venezuela: Centro Gumilla, n° 132, Cuarto Trimestre, pp. 76-87.

HARABY, Najib

2004 *Copyright Industries in Arab Countries*. University of Applied Sciences of Northwestern Switzerland, Solothurn.

HEILBRUN, James y Charles M. GRAY

2001 *The Economics of Art and Culture*. New York: 2nd edition. Cambridge University Press.

HELD, Thom; Christian KRUSE, Michael SÖNDERMANN y Christoph WECKERLE

2005 *Zurich's Creative Industries. Synthesis Report*. Zürich: Ownership.

HESMONDHALGH, Desmond.

2002 *The Cultural Industries*. London: Sage Publications.

HIGGS, Peter. L y Thomas A. KENNEDY

2003 *Creative Industries Cluster Study. Stage Three. Film and Digital Content Branch*. Australia: Commonwealth of Australia.

HIGGS, Peter; Stuart CUNNINGHAM y Hasan BAKHSHI

2008 *Beyond the creative industries: Mapping the creative economy in the United Kingdom*. London: National Endowment for Science, Technology and the Arts (NESTA).

HÖLZL, Werner

2005 *Entrepreneurship, Entry and Exit in Creative Industries: An Exploratory Survey*. Working Paper N° 1. Working Paper Series: Creative Industries in Vienna: Development, Dynamics and Potentials. Vienna: Vienna University of Economics and Business Administration.

HONG KONG COALITION OF SERVICE INDUSTRIES

2003 *Creative Industries*. Hong Kong The Servicing Economy. Hong Kong Coalition of Service Industries, Hong Kong General Chamber of Commerce.

HONG KONG ARTS DEVELOPMENT COUNCIL

2000 *Introduction to Creative Industries: The Case of United Kingdom and Implementation Strategies in Hong Kong*. Hong Kong. The Research Department Hong Kong Arts Development Council.

HOWKINS, John

2001 *The Creative Economy: How People Make Money from Ideas*. London: Allen Lane.

HUI, Desmond

2005 *Learning from Mapping Exercises: from Baseline Study to Creativity Index*. Ponencia presentada en Asia-Pacific Creative Communities: A Strategy for the 21st Century. Senior Expert Symposium. Jodhpur, India. 22-26 febrero. Session Three. UNESCO Regional Advisor for Culture in Asia and the Pacific.

KATZ, Jorge

2006 *Tecnologías de la Información y la Comunicación e Industrias Culturales. Una perspectiva latinoamericana*. Santiago de Chile, Chile: Naciones Unidas.

KEA

- 2006 *The Economy of Culture in Europe*. Study prepared for the European Commission. Directorate-General for Education and Culture. Brussels. KEA European Affairs.

KUPER, Adam

- 2001 *Cultura. La versión de los antropólogos*. Barcelona, España: Ediciones Paidós Ibérica, S.A.

LASUÉN SANCHO, José Ramón y Javier ARANZADI DEL CERRO

- 2002 *El crecimiento económico y las artes*. Madrid, España: Fundación Autor / Sociedad General de Autores y Editores. DATAUTOR.

LEO, Kah Mun; Kit Boey CHOW, Kee Beng LEE, Chin Huat ONG and Wee Loon LOY

- 2004 *Economic Contribution of Copyright-Based Industries in Singapore. Executive Summary*. Singapore: IP Academy.

MARCUS, Carmen

- 2005 *Future of Creative Industries. Implications for Research Policy*. Foresight Working Documents Series. EUR 21471. Belgium. European Commission.

MARTÍN-BARBERO, Jesús

- 2000 «Las Industrias Culturales». En: *Serie Cuadernos de Trabajo*. Colombia: Centro de Estudios Sociales, Universidad Nacional de Colombia. N° 22, pp. 11-24.

MASTRINI, Guillermo y César BOLAÑO

- 1999 *Globalización y monopolios en la comunicación en América Latina. Hacia una economía política de la comunicación*. Buenos Aires, Argentina: Editorial Biblos.

MASTRINI, Guillermo y Martín BECERRA (directores)

- 2006 *Periodistas y magnates. Estructura y concentración de las industrias culturales en América Latina*. 1ra. edición. Buenos Aires, Argentina: Prometeo Libros / Instituto Prensa y Sociedad.

MIÈGE, Bernard

- 2000 *Les Industries du Contenu face a l'ordre informationnel*. Collection «La Communication en plus». Presses Universitaires de Grenoble.

MILES, Ian y Lawrence GREEN

2008 *Hidden Innovation in the Creative Sectors. Research Report*. London: National Endowment for Science, Technology and the Arts (NESTA).

MINISTERIO DE CULTURA DE COLOMBIA / CONVENIO ANDRÉS BELLO

2003 *Impacto económico de las Industrias Culturales en Colombia* (Colección Economía y Cultura). Bogotá, Colombia: Ministerio de Cultura de Colombia. Convenio Andrés Bello (CAB).

MUN-HENG, Toh; Adrian CHOO y Terence HO

2003 *Economic Contributions of Singapore's Creative Industries*. Economic Survey of Singapore First Quarter 2003. Creative Industries Strategy Group. Ministry of Information, Communications and the Arts.

NIELSEN, Tobias

2004 *Understanding The Experience Industry. A Swedish Perspective*. Stockholm, Sweden. QNB Analys & Kommunikation AB.

NURSE, Keith (lead consultant)

2006 *The Cultural Industries in Caricom: Trade and Development Challenges*. Report prepared for the Caribbean Regional Negotiating Machinery (CRNM). Barbados. Funded under EU PROINVEST CAR/5170.

NURSE, Keith

2006 *Mapping the creative industries. The experience of Jamaica*. WIPO-CARICOM Meeting of Experts on the Creative Industries and Intellectual Property. Georgetown, Guyana, February 8 and 9, 2006. World Intellectual Property Organization (WIPO). Caribbean Community (CARICOM) Secretariat.

OBSERVATORIO INDUSTRIAS CULTURALES DE LA CIUDAD DE BUENOS AIRES (OIC)

2004 *Dossier Economía y Cultura 1*. Buenos Aires, Argentina. Secretaría de Cultura. Subsecretaría de Gestión e Industrias Culturales. Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires.

2005 *Dossier Cultura, Medios e Industrias Culturales 3*. Buenos Aires, Argentina. Secretaría de Cultura. Subsecretaría de Gestión e Industrias Culturales. Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires.

O'CONNOR, Justin

2007 *The cultural and creative industries: a review of the literature*. London. Creative Partnership Series. Arts Council England.

(s/f) *The definition of Cultural Industries*. Manchester Institute for Popular Culture. Manchester Metropolitan University.

ORGANIZACIÓN MUNDIAL DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL (OMPI)

- 2002 *Estudio sobre la importancia económica de las industrias y actividades protegidas por el derecho de autor y los derechos conexos en los países de MERCOSUR y Chile*. Coordinación del Prof. Antônio Márcio Buainain. OMPI y Universidade Estadual de Campinas (UNICAMP).
- 2003 *Guide on surveying the economic contribution of the copyright-based industries*. Geneva: World Intellectual Property Organization. WIPO.
- 2003 *Guía para determinar la contribución económica de las industrias relacionadas con el Derecho de Autor*. Ginebra: Organización Mundial de la Propiedad Intelectual. OMPI.

PAVLUTS, Daniels

- 2005 *Creative Industries in Latvia*. Republic of Latvia. State Secretary. Ministry of Culture.

PENYIGEY, Krisztina and Péter MUNKÁCSI

- 2005 *The Economic Contribution of Copyright-Based Industries in Hungary*. Budapest: Hungarian Patent Office.

PERELMAN, Pablo

- 2003 *Industrias de Generación de Contenidos y Bienes Culturales*. Argentina: Estudios Sectoriales. Estudio 1.EG.33.6. CEPAL-ONU en Buenos Aires.

PICARD, Robert G., Timo E. TOIVONEN y Mikko GRÖNLUND

- 2003 *The Contribution of Copyright and Related Rights to the European Economy. Final Report*. Finland: Business Research and Development Centre. Media Group.

PIEDRAS FERIA, Ernesto

- 2004 *¿Cuánto vale la cultura? Contribución económica de las industrias protegidas por el derecho de autor en México*. 1ra. edición. México: Consejo Nacional para la Cultura y las Artes / Sociedad de Autores y Compositores de Música / Sociedad General de Escritores de México.
- 2005 «¿Cuánto vale la cultura? Contribución económica de las industrias protegidas por el derecho de autor en México». En: *Anuario ININCO*. Caracas, Venezuela: Universidad Central de Venezuela. Instituto de Investigaciones de la Comunicación. Facultad de Humanidades y Educación. Volumen 17, n° 2, diciembre, pp. 163-189.

PRATT, Andy C.

- 2002 *The cultural industries: a cross-national comparison of employment in Great Britain and Japan*. London: Department of Geography and Environment. London School of Economics and Political Science.
- 2004 «The cultural economy, a call for spatialised “production of culture” perspectives». En: *International Journal of Cultural Studies*. London: SAGE Publications. Volume 7(1) pp. 117-128.

PRICE WATERHOUSE COOPERS

- 2003 *Entertainment and Media Outlook: 2003-2007*. Europe. London: Price Waterhouse Coopers.
- 2003a *Estudio sobre la Industrias de Contenidos Digitales en España*. Madrid, España: Price Waterhouse Coopers.
- 2008 *Global entertainment and media outlook: 2008-2012*. Europe. London: Price Waterhouse Coopers.

PROGRAMA DE LAS NACIONES UNIDAS PARA EL DESARROLLO (PNUD)

- 2002 *Informe sobre Desarrollo Humano en Venezuela 2002. Las Tecnologías de la Información y la Comunicación al servicio del desarrollo*. 1ra. edición. Caracas, Venezuela: Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo-PNUD.

QUARTESAN, Alessandra; Monica ROMIS y Francesco LANZAFAME

- 2007 *Las Industrias Culturales en América Latina y el Caribe: desafíos y oportunidades*. Departamento de Capacidad Institucional y Finanzas. Banco Interamericano de Desarrollo (BID).

RATZENBÖCK, Veronika; Katharina DEMEL, Robert HARAUER, Günter LANDSTEINER, Rahel FALK, Hannes LEO y Gerhard SCHWARZ

- 2004 *An Analysis of the economic potencial of the Creative Industries in Vienna*. Summary. Vienna: WIFO Mediacult.

SEGERS, Katia y Ellen HUIJGH

- 2006 *Clarifying the complexity and ambivalence of the cultural industries*. Working paper 2006-02. Belgium: Steunpunt Re-Creatief Vlaanderen.

SEIVACH, Paulina

- 2002 «Las industrias culturales en la Ciudad de Buenos Aires. Evolución reciente y potencialidades». *Cuadernos de Trabajo 4*. Buenos Aires, Argentina: Secretaría de Desarrollo Económico del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires: CEDEM.

SINGH, VIK

- 2004 *Economic Contribution of Culture Canada*. Ottawa: Canada. Minister of Industry, Culture, Tourism and the Centre for Education Statistics Division. Catalogue N° 81-595-IE2004023.
- 2004a *Economic Contribution of the Culture Sector in Ontario*. Ottawa, Canada: Minister of Industry, Culture, Tourism and the Centre for Education Statistics Division. Catalogue N° 81-595-MIE2004024.
- 2004b *Economic Contribution of the Culture Sector in Canada – A Provincial Perspective*. Ottawa, Canada: Minister of Industry, Culture, Tourism and the Centre for Education Statistics Division. Catalogue N° 81-595-MIE2004025.

SIWEK, Stephen

- 2002 *Copyright Industries in the U.S. Economy - The 2002 Report*. USA: Economists Incorporated / International Intellectual Property Alliance (IIPA).
- 2004 *Copyright Industries in the U.S. Economy - The 2004 Report*. USA: Economists Incorporated / International Intellectual Property Alliance (IIPA).
- 2005 *Engines of Growth: Economy Contributions of the U.S. Intellectual Property Industries*. USA: Economists Incorporated / NBC Universal.

STANBURY, Lloyd

- 2006 *Mapping the Creative Industries. The Experience of Jamaica*. Ponencia en WIPO-CARICOM Meeting of Experts on the Creative Industries and Intellectual Property. Georgetown, Guyana, February 8 and 9, 2006. World Intellectual Property Organization (WIPO). Caribbean Community (CARICOM) Secretariat.

STAPLETON, Jaime

- 2007 *Study on the Economic, Social and Cultural Impact of Intellectual Property in the Creative Industries*. Final Report. OMPI.

STOLOVICH, Luis; Graciela LESCANO y José MOURELLE

- 1997 *La Cultura da Trabajo. Entre la creación y el negocio: economía y cultura en el Uruguay*. Uruguay: Editorial Fin de Siglo, 330 págs.

STRONGE, William

- 2000 *The Economic Impact of the Florida Arts and Cultural Industry*. USA: Florida Cultural Action and Education Alliances.

SWENSON, Dave y Liesl EATHINGTON

- 2003 *The Creative Economy in Iowa*. USA. Research and Report Prepared for the

Iowa Department of Cultural Affairs. Department of Economics. Iowa State University.

THE ALLEN CONSULTING GROUP

- 2001 *The Economic Contribution of Australia's Copyright Industries*. Report for Australian Copyright Council and the Centre for Copyright Studies. Australia: The Allen Consulting Group Pty Ltd.
- 2003 *Digital Content: Creativity Plus Connectivity*. Report for the New South Wales Government. The Allen Consulting Group Pty Ltd.

THE WORK FOUNDATION

- 2007 *Staying ahead: the economic performance of the UK's creative industries*. London: Department for Culture, Media and Sport.

THROSBY, David

- 2001 *Economics and Culture*. Cambridge, UK. Cambridge University Press.

UNESCO

- 2005 *Asia-Pacific Creative Communities: Promoting the Cultural Industries for Local Socio-economic Development. A Strategy for the 21st Century*. Jodhpur, India. Working Documents of the Senior Expert Symposium: Creative Communities: A Strategy for the 21st Century. 22-26 February. UNESCO Regional Advisor for Culture in Asia and the Pacific.
- 2005^a *Hacia las Sociedades del Conocimiento. Informe mundial de la UNESCO*. París: Ediciones UNESCO.

UNITED NATIONS CONFERENCE ON TRADE AND DEVELOPMENT

(UNCTAD)

- 2004 *Creative Industries and Development*, paper for the eleventh session, São Paulo, 13-18 June 2004. TD(XI)/BP/13. UNCTAD.
- 2008 *Creative Economy Report 2008. The challenge of assessing the creative economy: towards informed policy-making*. United Nations. UNCTAD.
- 2008a *Informe sobre la economía creativa 2008. Resumen*. United Nations. UNCTAD.
- 2008b *Pre-conference event. Outcome of the Secretary-General's high-level panel on the creative economy and industries for development*. TD/423. 14-15 January. Geneva: United Nations. UNCTAD.
- 2008c *Secretary-General's high-level panel on the creative economy and industries for development*. TD(XII)/BP/4. 14-15 January. Geneva: United Nations. UNCTAD.

UNIVERSIDAD DE SAN MARTÍN DE PORRES

2005 *El impacto económico de la cultura en Perú.* (Colección Economía y Cultura). Bogotá, Colombia: Convenio Andrés Bello/Escuela Profesional de Turismo y Hotelería de la Universidad de San Martín de Porres.

WALTON, Mark and Ian DUNCAN

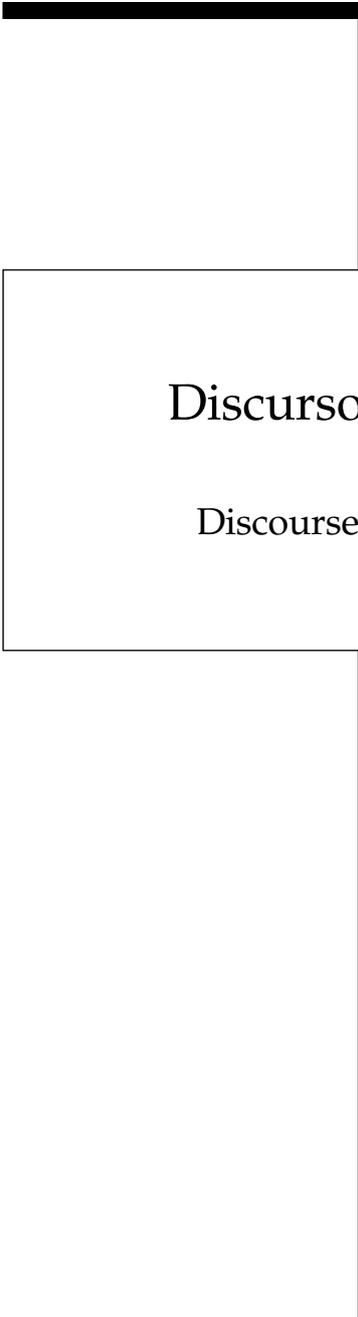
2002 *Creative Industries in New Zealand. Economic Contribution.* New Zealand: NZ Institute of Economic Research (NZIER).

WIESAND, Andreas y Michael SÖNDERMANN

2005 *The Creative Sector: an engine for diversity, grow and jobs in Europe.* European Cultural Foundation.

WYMAN, Oliver

2008 *Libro Blanco de los contenidos digitales en España 2008.* Madrid, España: Red.es. / ONTSI.



Discurso y comunicación

Discourse and communication

**ZAIDA
MÁRQUEZ VIZCAYA**
(Venezuela)

**ANTONIO
HERNÁNDEZ MENDO**
(España)

ZAIDA MÁRQUEZ VIZCAYA

Doctora en Investigación de Ciencias del Comportamiento por la Universidad de Málaga (España, 2006). Profesora de Castellano y Literatura egresada de la Universidad Pedagógica Experimental Libertador (UPEL-IPB). Magíster en Gerencia, mención Sistemas Educativos en la Universidad Bicentenario de Aragua. Docente Asociada a Dedicación Exclusiva en la Universidad Centroccidental Lisandro Alvarado (UCLA-Barquisimeto), dictando las asignaturas: Lenguaje y Comunicación, Desarrollo Cognitivo y Metodología de la Investigación. Investigadora en el área de Psicología Social de la Violencia, Medios de Comunicación, y Comportamiento humano. Participa en el grupo de investigación «Contextos Naturales: Deporte y Consumo» (SEJ444). Entidad Financiadora: Consejería de Innovación, Ciencia y Empresa (Junta de Andalucía, España). Correo electrónico: marquez@ucla.edu.ve Teléfono Universidad Centroccidental Lisandro Alvarado: 0251-259.1631.

ANTONIO HERNÁNDEZ MENDO

Doctor en Psicología por la Universidad de Santiago de Compostela (1996). Máster en Psicología del Deporte por la Universidad Autónoma de Madrid (1995). Profesor Titular de la Universidad de Málaga (2001). Es autor del libro *El biofeedback en la rehabilitación de lesiones deportivas* (1995). Es coautor con Raúl Ramos Pollán del libro *Introducción a la informática aplicada a la Psicología del Deporte* (1996). Ha publicado como coordinador una colección de tres volúmenes sobre Psicología del Deporte (2003 y una edición ampliada 2005). Ha dirigido once tesis doctorales. Además ha publicado 55 capítulos, 46 artículos en revistas indexadas. Ha presentado 32 trabajos en congresos internacionales y 25 conferencias invitadas. Es coordinador



La violencia en medios de comunicación impresos. Un estudio preliminar

Violence in print media.
A preliminary research

Recibido: 26 /05/ 2009

Aceptado: 18 /06/ 2009

del Máster Oficial de Posgrado con Mención de Calidad «Investigación en Actividad Física y Deporte». Coordina el grupo de investigación financiado por la Junta de Andalucía Evaluación en contextos naturales: Deporte y consumo (SEJ444). Actualmente forma parte del grupo de investigación Avances tecnológicos y metodológicos en la automatización de estudios observacionales en deporte (PSI2008-01179) financiado por Ministerio de Ciencia y Tecnología (España) para el período 2008- 20011. Ha colaborado con diversos equipos profesionales de la Liga Española de Fútbol.

Correo electrónico: mendo@uma.es

<http://otrapsicologiadeldeporte.blogspot.com>

<http://psicologia.del.deporte.uma.es>

©De conformidad por sus autores para su publicación.

RESUMEN

ZAIDA MÁRQUEZ VIZCAYA y ANTONIO HERNÁNDEZ MENDO

La violencia en medios de comunicación impresos. Un estudio preliminar

El objetivo de esta investigación fue describir el tratamiento dado por la prensa escrita a las noticias relacionadas con violencia, utilizando el Análisis de Contenido, como técnica de investigación. Para la selección de la muestra se analizaron los tres diarios de mayor circulación a nivel regional, en el estado Lara- Venezuela: *El Impulso*, *El Informador* y el *Diario Hoy*; durante un período de tres meses consecutivos. Se recolectaron un total de 78 ejemplares y 313 noticias relacionadas con violencia. Se elaboró como instrumento observacional, un sistema de formatos de campo, para el análisis y categorización de las noticias. Los datos se procesaron mediante el programa computacional ATLAS/ti, utilizado para análisis cualitativo de datos. Los resultados indican que la prensa escrita otorga una excesiva importancia a los acontecimientos relacionados con violencia, destacando los términos de agresión verbal, y atribuyendo, como una de las causas que está incidiendo en la producción de la violencia, a los factores de carácter social. Pareciera que las noticias relacionadas con violencia es la estrategia más utilizada por estos medios de comunicación como reclamo publicitario para captar la atención de los receptores de manera más efectiva.

Descriptores: Violencia / Medios de comunicación / Análisis de contenido / Venezuela.

ABSTRACT

ZAIDA MÁRQUEZ VIZCAYA y ANTONIO HERNÁNDEZ MENDO

Violence in print media. A preliminary research

The investigation aimed at describing the treatment given by the print media to the news related to violence, using the Content Analysis as an investigation technique. To select the sample, there were analyzed the three newspapers with higher number of circulation at regional level in Lara state, Venezuela: *El Impulso*, *El Informador* and the *Diario Hoy* for three consecutive months. There were gathered 78 issues and 313 news articles related to violence matters. As observational instrument, it was elaborated a format of field investigation so as to analyze and classify the news. The data was processed through the computer program ATLAS/ti, used for qualitative data analysis. The results show that the Press grants excessive relevance to the events related to violence, highlighting the terms of verbal aggression and blaming the social factors as one of the causes that lead to produce violence. It seems that the news related to violence is the most used strategy by these media outlets as advertisements so as to get the receivers' attention more effectively.

Key words: Violence / Media outlets / Content analysis / Venezuela.

RÉSUMÉ

ZAIDA MÁRQUEZ VIZCAYA y ANTONIO HERNÁNDEZ MENDO

La violence dans les médias imprimés. Une étude préliminaire

L'objectif de cette recherche était de décrire le traitement par la presse aux nouvelles liées à la violence, en utilisant l'analyse du contenu en tant que technique de recherche. Pour la sélection de l'échantillon a été analysé trois plus circuler au niveau régional, dans l'État de Lara, Venezuela: *El Impulso*, *El Informador* y el *Diario Hoy*; pendant une période de trois mois consécutifs. Il a recueilli un total de 78 exemples et 313 violence nouvelles connexes. Observational instrument a été développé comme un système de formats de champ pour l'analyse et la catégorisation des nouvelles. Les données ont été traitées par le programme d'ordinateur ATLAS / ti, utilisés pour l'analyse des données qualitatives. Les résultats indiquent que la presse donne trop l'accent sur les développements liés à la violence, en notant les termes d'agression verbale, et le don, comme une cause qui affecte la production de la violence à des facteurs sociaux. Il semble que les nouvelles concernant la violence est la stratégie la plus utilisée dans ces médias comme un gimmick de publicité pour attirer l'attention des récepteurs de manière plus efficace.

Mots clés: Violence / Media / Analyse du contenu / Venezuela.

RESUMO

ZAIDA MÁRQUEZ VIZCAYA y ANTONIO HERNÁNDEZ MENDO

Violência na mídia impressa. Um estudo preliminar

A pesquisa procura descrever o tratamento dado pela mídia impressa às notícias relacionadas com a violência, usando para isto a Análise de Conteúdo como técnica de pesquisa. Para selecionar a amostra, analisaram-se os três jornais com maior circulação a nível regional no estado Lara, Venezuela: *El Impulso*, *El Informador*, e o *Diario de Hoy* durante três meses sucessivos. Foram reunidos 78 cópias e 313 notícias relacionadas com a violência. Como instrumento observacional, elaborou-se um sistema de formato de pesquisa de campo para analisar e classificar as notícias. A informação foi processada com o programa de computação ATLAS/ti, o qual é usado para a análise de dados qualitativos. Os resultados mostram que a Mídia concede excessiva relevância a fatos relacionados com a violência, destacando os termos de agressão verbal e culpando os fatores sociais como uma das causas que produzem a violência. Parece que as notícias relacionadas com a violência são a estratégia mais usada por estes meios de comunicação propaganda para obter a atenção dos receptores mais efetivamente.

Palavras-chave: Violência / Meios de comunicação / Análise de Conteúdo / Venezuela.

INTRODUCCIÓN

Definir la violencia, así como sus orígenes, es complejo, por cuanto no existe una sino muchas variedades de violencia; además, ésta presenta algunos matices, uno de ellos es precisamente la diferenciación con los conceptos de **agresividad** y **agresión**. En tal sentido, Hernández Mendo, Molina y Maíz (2003), señalan que la agresividad es una emoción con una función adaptativa para todas las personas, y que ese rasgo emocional permite que las personas altamente motivadas y ambiciosas trabajen duro para llegar a tener éxito en la vida; de esta forma serían personas agresivas que no llegarían a alcanzarlo sin esa agresividad. Este tipo de agresión es denominada **agresión prosocial**. Así, por el contrario, cuando esta emoción no responde a su función adaptativa se cataloga como **agresión antisocial**, produciendo dolor y sufrimiento en otras personas.



En este orden de ideas, *la agresión se puede definir como la imposición de un estímulo aversivo, físico, verbal o gestual de una persona a otra* (Hernández Mendo *et al*, 2003:10). La agresión así entendida, es un comportamiento caracterizado por la intención de causar daño, y la violencia representa el componente físico de la agresión.

Así pues, para comprender la violencia es necesario tomar en cuenta los diversos factores o elementos con los que interactúa el hombre: sociales, culturales, políticos, económicos, tecnológicos, y el ambiente familiar. De allí que abordar este tema desde el enfoque de las ciencias sociales, supone no sólo entrar en un campo muy complejo de análisis y reflexiones, sino que implica una contextualización de la misma.

En este caso, la violencia producida por el factor social es la que se aprende por imitación, así como el resto de los contenidos sociales, y resulta de una interacción entre individuos con su medio social, tal como señala Bandura (1986). Existen estructuras sociales y modelos que provocan ese comportamiento aprendido, los cuales en su mayoría son aceptados social y culturalmente como legítimos en muchos contextos.

Algunos estudios referidos a la violencia social están de acuerdo en considerar que junto a las formas de violencia tradicional relacionadas con una cultura vinculada a los problemas de pobreza, desestructuración social y marginación, conviven otras nuevas formas de violencia, originadas por múltiples causas, y probablemente por una sociedad cuyos valores están en crisis por carencia de modelos éticos, producto de los acelerados cambios que han experimentado las sociedades en la posmodernidad. Es así como la violencia alcanza hoy dimensiones cada vez más impactantes en las sociedades, particularmente en el continente latinoamericano.

No obstante, es innegable el papel desempeñado por los medios de comunicación de masas (*mass media*) como instrumentos que ejercen un poder en la sociedad, imponiendo y vendiendo modelos de vida, ideologías, patrones y conductas a imitar, siendo los jóvenes los receptores más cautivos. Así pues, los medios de comunicación pueden ser una influencia poderosa en la formación de un sistema de valores y en el desarrollo del comportamiento humano.

Es así como los *mass media* (televisión, prensa) difunden, a través de sus programas, noticias y mensajes publicitarios, una visión del mundo concreta y específica en la que los actores o emisores, contenidos, discursos e imágenes, representan una forma particular de dar respuesta a los conflictos. De esta manera, la percepción que se adquiere del mundo real está basada en un conjunto de informaciones e imágenes estereotipadas y distorsionadas que van conformando modelos de conducta y de pensamiento, en su mayoría impregnados de violencia, tal como lo apunta la UNESCO (1990). Sin embargo, esto no indica que la violencia, tanto real como ficticia, contenida en los diferentes programas difundidos por el poder mediático sea la única fuente que promueva y estimule la agresividad y el comportamiento violento, pero es ciertamente un factor contribuyente significativo.

Es indudable que existe en la actualidad una honda preocupación por el estudio de la violencia, desde diferentes enfoques y disciplinas científicas. En esta investigación se ha pretendido hacer una aproximación a este fenómeno, utilizando la prensa escrita y particularmente, el **análisis de contenido** como técnica de investigación, a fin de describir sistemática, cuantitativa y cualitativamente la forma **como los medios impresos tratan los temas re-**

lacionados con violencia. Para efectuar este análisis se desarrolló una herramienta *ad hoc*, esto es, un sistema de formato de campo, el cual permite realizar una observación indirecta, fragmentando el contenido de las noticias de la prensa escrita que relatan hechos violentos, y de esta manera describir el tratamiento que dan los medios impresos a estas noticias.

BASES TEÓRICAS

Diversos enfoques teóricos han explicado el fenómeno de la violencia desde diferentes dimensiones y perspectivas. En este sentido, Hernández Mendo y colaboradores (2003) agrupan estas teorías y las clasifican en: **Teorías Innatistas, Biológicas y Psicobiológicas; Teorías Psicosociales y Teorías Sociológicas.**

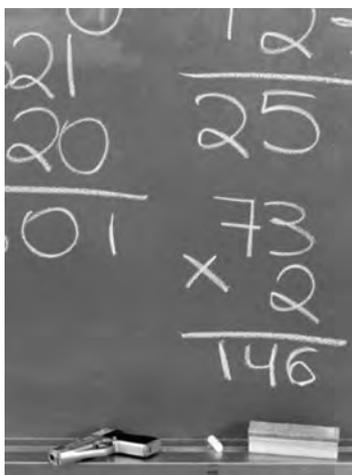
El primer grupo de teorías explica la violencia desde un enfoque individualista y naturalista y consideran que la violencia es índice de que algo funciona «mal» en el individuo, y no en la sociedad. Para los seguidores de la corriente biológica e innatista, la violencia procede de las cualidades innatas en el individuo. Esta corriente aporta elementos importantes para el estudio de la violencia, desde una plataforma individual, y postula un innatismo reduccionista en un tipo de agresividad humana que conduciría inexorablemente a la violencia, obviando de esta forma otros factores no menos relevantes que ayudan a la comprensión de la misma, como es el caso del aprendizaje, el ambiente y la interacción social; de allí que se podría señalar que los aspectos centrales de estas teorías no son los únicos ni los determinantes para que se produzca la conducta violenta.

Por su parte, las teorías psicosociales sostienen que la violencia aparece como producto de la interacción social de los individuos, y no del individuo de forma aislada o como una reacción innata, tal como lo señalan las teorías anteriores. De este modo, la Psicología Social plantea que el contexto social y el ambiente determinan en gran medida las conductas violentas de los sujetos. El hombre interactúa en sociedad, y esta variable es importante en la explicación de la violencia. En tal sentido, desde la perspectiva de la Psicología Social existen diversas teorías y modelos que contribuyen a describir y explicar la violencia.

Es así como Rojas Marcos (1998), en su ensayo sobre «Las semillas de la violencia» explica que los seres humanos heredan rasgos genéticos que influyen en su carácter, pero que los comportamientos complejos, desde el sadismo al altruismo, son el producto de un largo proceso evolutivo condicionado por las fuerzas sociales y la cultura. En este ensayo analiza las causas y las manifestaciones de la violencia actual, y su explicación gira en torno a que la agresión no es instintiva sino que se adquiere, se aprende. Asimismo afirma:

Las semillas de la violencia se siembran en los primeros años de la vida, se cultivan y desarrollan durante la infancia y comienzan a dar sus frutos malignos en la adolescencia. Estas simientes se nutren y crecen estimuladas por los ingredientes crueles del medio hasta llegar a formar parte inseparable del carácter del adulto (Rojas, 1998: 127).

En este sentido, apoya la hipótesis acerca de que los medios de comunicación dan pasto a la violencia con ráfagas continuas de estímulos que incitan a la agresión. Bandura (1982), en su *Teoría del Aprendizaje Social* define la agresión como una respuesta aprendida, desechando así los fundamentos de las teorías innatistas que determinan como causales de la misma a los instintos o factores biológicos. Bajo esta concepción, la persona se comporta de forma agresiva porque así lo ha aprendido. En este sentido, para



este autor, la noción de catarsis no tiene sentido, por el contrario se inclina a favor de la **teoría de la estimulación**, en la cual se argumenta que los sujetos que observan escenas de violencia presentan un incremento en la posibilidad de cometer actos agresivos en la vida real, lo que representa que la violencia se manifiesta y se aprende por imitación. Bajo esta perspectiva, la violencia tiene una dinámica con estructura espiral, ya que cualquier acto violento posee una alta probabilidad de generar como respuesta otro acto violento. De esta manera, si el fenómeno de la violencia se en-

cuentra arraigado en las estructuras sociales de muchas naciones, y en especial en Venezuela, el producto será, indiscutiblemente, un conjunto de individuos violentos. Tratar de abordar las circunstancias psicosociales que potencian las conductas violentas, implica contemplar diferentes modelos o teorías.

Otra de las teorías que han sido utilizadas para explicar comportamientos violentos es la **Reversal Theory (Teoría de la Inversión)** de Apter (1982, 1989), que se encuentra integrada en el Modelo Psicosocial de Kerr (1994). Es una teoría de la personalidad que intenta explicar la motivación que conduce a los sujetos a cometer actos violentos, dominados por estados metamotivacionales: tético y paratético; negativismo y conformismo. Apter (1982) argumenta que las personas revierten entre un estado metamotivacional y otro, y que tienden a tener una preferencia por un estado particular; en consecuencia, se puede decir que es dominante en algún modo como opuesto al otro. Basado en ello, este autor afirma que en los jóvenes existe la tendencia de que domine el estado paratético-negativo. Otros factores psicosociales implicados en el desarrollo de la violencia son los cognitivos, desde cuyas vertientes se entiende la conducta agresiva como el resultado de una inadaptación debida a problemas en la codificación de la información, lo cual hace que se tenga dificultades para pensar y actuar ante los problemas interpersonales, impidiendo la elaboración de respuestas alternativas. Estos déficit socio-cognitivos pueden mantener e incluso aumentar las conductas agresivas, estableciéndose así un círculo vicioso difícil de romper.

Por último, las teorías sociológicas consideran que la causa determinante de la violencia, no está en los estados de la conciencia individual sino en los hechos sociales que la preceden. Éstas toman en cuenta el contexto social y cultural en que se produce la violencia. En este caso, se sostiene que la violencia depende de las instituciones sociales. Según Durkheim (1938), uno de los creadores de esta teoría, el grupo social es una multitud que, para aliviar la amenaza del estrés extremo, arrastra con fuerza a sus miembros individuales. En este sentido, la agresividad social puede ser de dos tipos: individual, fácilmente predecible sobre todo cuando los objetivos son de tipo material e individualista; o bien grupal, ésta no se puede

predecir tomando como base el patrón educacional recibido por los sujetos, sino por el referente comportamental o sujeto colectivo, el llamado «otro generalizado», al que respetan más que a sí mismos y hacia el cual dirigen todas sus acciones. Las teorías de corte social ofrecen explicaciones globales acerca de la violencia, pero es precisamente en esta característica donde se encierra su propia debilidad. Al descartar los aspectos individuales se están obviando factores necesarios y relevantes para la comprensión de la misma. En virtud de ello, las características sociales y culturales de una nación constituyen el contexto ideal para el desarrollo de la violencia.

Aunado a esto, los medios de comunicación de masas (*mass media*) y la prensa escrita en particular, adquieren un papel protagónico en el desarrollo y transformación de la sociedad, constituyéndose en el principal agente socializador de las nuevas generaciones. Según Fournier (1995), los medios de comunicación, a menudo, dan pasto al crimen violento con ráfagas continuas de estímulos que impulsan y celebran la agresión como método predilecto para solucionar problemas. En consecuencia, los contenidos de los medios se saturan cada vez más de violencia. En fin, para explicar un fenómeno tan complejo como la violencia es necesario atender los diferentes aspectos (individuales, microsociales y macrosociales) que influyen en el comportamiento, además de la interacción de estos aspectos en las diversas situaciones. No obstante, las investigaciones multidisciplinarias no hacen sino corroborar que la violencia es un comportamiento aprendido y adquirido socialmente. Bajo este enfoque, esta investigación se centra en los factores psicosociales que la determinan, haciendo énfasis en la premisa de que **la violencia al ser estimulada, se aprende por imitación.**

MÉTODO

Se utilizó la **Metodología Observacional** y la técnica de Análisis de Contenido para describir el tratamiento dado por la prensa escrita a las noticias relacionadas con la violencia.

Muestra

Se analizaron los tres diarios de mayor tirada a nivel regional (estado Lara-Venezuela), durante un período de tres meses (mayo, junio, julio del

2006), con un total de **78 ejemplares** recolectados, **313 noticias** y **214 eventos** relacionados con violencia.

Procedimiento

- Recopilación de los diarios durante tres meses.
- Selección de las noticias sobre violencia.
- Lectura de las noticias e identificación de los eventos.
- Elaboración de un sistema de formato de campo.
- Clasificación de las noticias (utilizando una base de datos y escaneando las noticias en dos formatos: como texto (TXT), para usarlas con el ATLAS/ti, y como imagen (JPG).
- Tratamiento de los datos (interpretación, análisis cuantitativo y cualitativo).
- Utilización de los paquetes estadísticos:

1. SPSS para la elaboración de una matriz de datos con número de aparición de las noticias, eventos, periódico (*Impulso* =1, *Informador* =2, *Hoy* =3), día (lunes, martes, miércoles, jueves, viernes, sábado, domingo), número de palabras, superficie de la noticia (ancho x largo), intensidad percibida por el observador, e intensidad sugerida por la noticia.

2. SAS para el análisis de componentes de varianza. Para ello se tomó en cuenta los datos de la matriz elaborada con el SPSS. Este resultado se utilizó para aplicar el GT (teoría de la generalizabilidad).

3. GT (Teoría de la Generalizabilidad) para la estimación de la fiabilidad del tamaño muestral y optimización del diseño.

4. ATLAS/ti para el análisis cualitativo de los datos. Para ello se elaboró un sistema de clasificación en el que se agrupan los términos en nueve categorías diferentes: agresión verbal, agresión física, agresión hacia personas, daños, factores de violencia, violencia de acción, intensidad, violencia, violencia juvenil.

RESULTADOS

Análisis de Contenido con el ATLAS/ti

Se determinó que existe una diferencia entre los periódicos *El Impulso*, *El Informador* y el *Diario Hoy*, en relación con el uso de los términos que describen la violencia, tal como se observa en la tabla 1.

Tabla 1
RESUMEN DE LOS TÉRMINOS UTILIZADOS EN LOS PERIÓDICOS

Periódico	Agresión verbal		Agresión física		Agresión hacia personas		Daños	
	T	%	T	%	T	%	T	%
<i>El Impulso</i>	200	60,2	31	51	137	46,4	150	60,9
<i>El Informador</i>	60	18	21	35	62	21,8	59	23,9
<i>Diario Hoy</i>	72	21,6	8	13,3	85	29,9	37	15
Total	332	100,0	60	100,0	284	100,0	246	100,0

Periódico	Factores de violencia		Violencia de acción		Violencia juvenil		Intensidad		Violencia	
	T	%	T	%	T	%	T	%	T	%
<i>El Impulso</i>	47	42,3	41	50	79	56,4	28	66	125	57,6
<i>Informador</i>	34	30,6	26	32	36	25,7	14	33,3	80	36,8
<i>Diario Hoy</i>	30	27,2	14	17	25	17,8	02	4,7	12	6,4
Total	111	100,0	81	100,0	140	100	44	100	217	100,0

Tomando en cuenta estos resultados se puede considerar que *El Impulso* es el periódico que más términos utiliza cuando describe los acontecimientos relacionados con violencia, con un total de 838 términos, lo que

EL IMPULSO

Decano de la Prensa Nacional
Miembro fundador de la Sociedad Interamericana de Prensa y del Colegio de Prensa Venezolano

refleja el grado de importancia que este medio impreso le otorga a este tipo de noticia. En segundo lu-

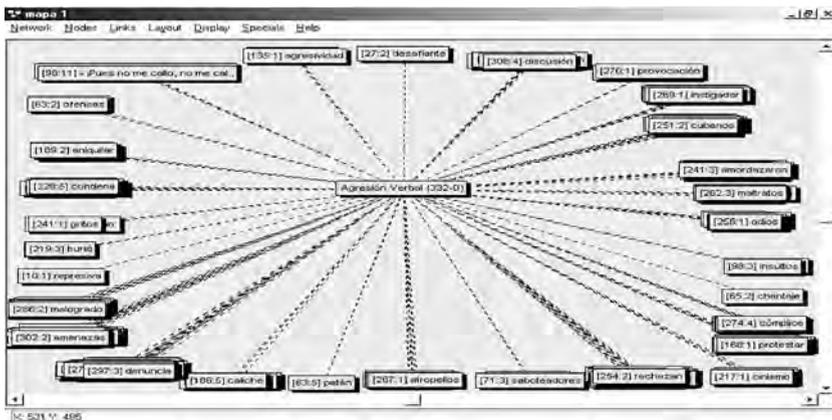
gar se encuentra *El Informador* con un total de 392 términos, y en tercer lugar el *Diario Hoy* con un total de 285 términos empleados. Además, se pudo constatar que la categoría *agresión verbal* es la que posee más términos, identificándose 332 términos referidos a insultos, amenazas, frases descalificantes y discriminativas, de los cuales el 60,2% se encuentran en *El Impulso*, el 18% en *El Informador* y el 21,6% en el *Diario Hoy*.

Con el ATLAS/ti se relacionaron algunos *codes* (categorías) con algunas de las teorías en las que se apoya esta investigación. De esta manera se realizaron mapas conceptuales con dichas relaciones. Así por ejemplo, para la categoría de *agresión verbal* se esbozó el siguiente *network* o mapa conceptual (véase figura 1).



En este mapa conceptual se ofrece una idea de cómo se produce la agresión verbal. Se puede observar que los nexos de unión más fuertes son los que se dirigen a las palabras: *denuncia* con 50 líneas, *amenazas* con 42

Figura 1
MAPA CONCEPTUAL DE LA CATEGORÍA AGRESIÓN VERBAL

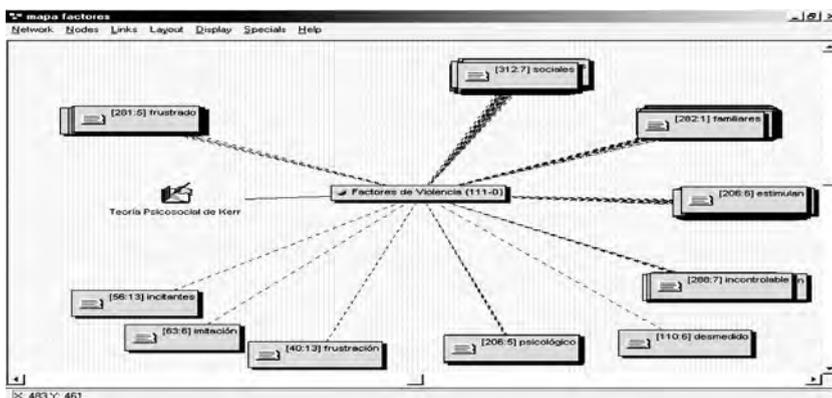


nexos, *rechazan* con 35 líneas, y *cubanos* con 41 nexos. En relación a este último término se identificó una forma de violencia oculta (xenofobia), por cuanto se nota el rechazo que la prensa escrita manifiesta, durante el lapso que se recogió la muestra, hacia los inmigrantes cubanos (médicos, maestros y entrenadores) que vienen a trabajar a Venezuela.

En cuanto a la categoría *factores de violencia*, referida a los términos que designan las causas que producen la violencia, y la cual se relaciona con la hipótesis del estudio sustentada en la teoría psicosocial de John Kerr (1994), apoyada a su vez en la teoría de Inversión de Apter (1982,1989), se registraron 111 términos como se muestra en la Figura 2.

Figura 2

MAPA CONCEPTUAL DE LA CATEGORÍA FACTORES DE VIOLENCIA



Como se puede apreciar, los nexos más fuertes se dirigen hacia las palabras: *sociales* con 28 líneas, seguida de *familiares* con 22 nexos y *estimulan* con 21 líneas. Los términos asociados a esta categoría dan una visión importante sobre cómo los periódicos analizados describen las causas que producen la violencia, otorgando un peso relevante al factor social y reforzando la teoría psicosocial de Kerr, la cual determina que la violencia se produce por estimulación.

DISCUSIÓN

Los resultados obtenidos del análisis de contenido confirman una de las hipótesis planteada en este estudio, la cual afirma que la prensa escrita le concede excesiva importancia a los acontecimientos de violencia, lo cual se sustenta en los trabajos de Bandura y Walters (1963), y en los aportes hechos por la escuela de Leicester, quienes hacen énfasis en la importancia que dan los medios de comunicación a las noticias sobre violencia.

Otra de las hipótesis del estudio se apoya en las premisas de la Teoría de la Inversión de Apter (1980, 1989), que se encuentra integrada dentro del Modelo Psicosocial de Kerr (1994), y que explica el comportamiento violento por los estados metamotivacionales *paratélico* y *negativismo*. Las características propias de estos estados (impulsividad, orientación al momento, necesidad de romper las reglas, inflexibilidad o no aceptación de requerimientos impuestos por los demás) se asemejan a las características de la dimensión *extraversión* de la teoría de la personalidad de Eysenck (1955), citado por Hernández y otros (2003), donde la conducta desinhibida del sujeto es una de las características principales. Según esta explicación, en la investigación se plantea la hipótesis que afirma que la prensa describe a los violentos como personas que actúan por impulso y por estimulación, y los resultados obtenidos apuntan a esa dirección.

Se registran 21 afirmaciones que asocian la reacción de los sujetos violentos con la palabra *estimulación*. Esto significa, y así lo determinan las noticias, que la acción violenta se realiza porque el ambiente produce una gran estimulación que empuja a actuar de ese modo, es decir, que el factor social influye significativamente en este tipo de comportamiento. En tal sentido se obtiene que la prensa escrita atribuye como una de las causas que están incidiendo en la producción de la violencia, precisamente al factor social. De hecho se registraron 28 afirmaciones que así lo determinan. Bajo este enfoque, se ha pretendido en esta investigación realizar una aproximación psicosocial al estudio de la violencia mediante el análisis de contenido aplicado a la prensa escrita. Se ha podido comprobar a lo largo de esta investigación la importancia que la prensa otorga a los acontecimientos relacionados con violencia. No obstante, pareciera que se produce en la sociedad un proceso de insensibilización hacia el fenómeno de la violencia,

y que la violencia es la estrategia más utilizada para llamar la atención de manera «fácil» de los medios de comunicación.

Es innegable el papel desempeñado por los medios de comunicación de masas (*mass media*) como instrumentos que ejercen un poder en la sociedad, imponiendo y vendiendo modelos de vida, ideologías, patrones y conductas a imitar, siendo los jóvenes unos de los receptores más cautivos. Así pues, los medios de comunicación pueden ser una influencia poderosa en la formación de un sistema de valores y en el desarrollo del comportamiento humano. En consecuencia, resulta necesario que los entes involucrados, los docentes y la sociedad en general, reflexionen acerca de cómo tratan el tema de la violencia los medios de comunicación, y qué se hace para prevenirla.

BIBLIOGRAFÍA

ANGUERA, María

1990 *Metodología observacional*. Murcia: Secretariado de Publicaciones de la Universidad de Murcia.

ANGUERA, María. (Ed.)

2001 *Metodología observacional en investigación psicológica*. Barcelona: P.P.U.

APTER, M.

1982 *The experience of motivation: The theory of psychological reversals*. London: Academic Press.

ASCH, S.

1952 *Social Psychology*. New Jersey: Prentice Hall (Traducción al castellano: *Psicología Social*. Buenos Aires: Editorial Universitaria de Buenos Aires, 1962).

AYALA, R.

2001 *Una experiencia de análisis del contenido sobre el mensaje publicitario de medios impresos destinados a diferente población*. Málaga: Tesis doctoral en curso.

BANDURA, A. y WALTERS, R.

1963 *Social Learning and Personality Development*. New York: Holt, Rinehart & Wiston.

BANDURA, A.

1977 *Social Learning Theory*. Engelwood Cliffs, NY: Prentice-Hall.

BANDURA, A. y RIBES, E.

1980 *Modificación de conducta. Análisis de la agresión y la delincuencia*. México: Trillas.

DIJK, T.

1990 *La noticia como discurso: Comprensión, estructura y producción de la información*. Barcelona: Paidós.

DUNNING, E.

1986 *Lazos sociales y violencia en el deporte*. Madrid: Fondo de Cultura Económica.

EDMUND, G. y KENDRICK, D.

1980 *The measurement of human aggressiveness*. Chicheste: Ellis Horwood. New Jersey: Prentice Hall.

ECHEBURÚA, E.

1998 *Personalidades violentas*. Madrid: Pirámide (pp. 33-56).

ELÍAS, N.

1986 *Un ensayo sobre el deporte y la violencia*. Madrid: Fondo de Cultura Económica.

HERNÁNDEZ, A.; MOLINA, M. y MAÍZ, F.

2003 *Violencia y deporte. Revisión conceptual*. Universidad de Málaga.

MOLINA, M.

2003 *La violencia en el deporte a través de la prensa escrita*. Memoria de investigación no publicada. Universidad de Málaga.

ROJAS, M.

1998 *Las semillas de la violencia*. España: Espasa.

SÁNCHEZ, Z.

2000 *Violencia en la familia y el asesoramiento transpersonal*. UPEL. Tesis de grado. Barquisimeto.

SANMARTÍN, J.

2002 *La mente de los violentos*. Barcelona: Ariel.

UNESCO

1990 *Las noticias extranjeras en los medios de comunicación: La información internacional en 29 países*. Francia: UNESCO.

GIANNINA
OLIVIERI PACHECO
(Venezuela)



Licenciada en Letras por la Universidad Católica Andrés Bello (UCAB), Magíster en Ciencia Política por la Universidad Simón Bolívar (USB) y doctoranda en Educación, Universidad de Sevilla, España; e Historia (UCAB). Coordinadora de la Especialización Gerencia de las Comunicaciones Integradas por la Universidad Metropolitana (2006-2007). Es investigadora de la Universidad Metropolitana (UNIMET) y dicta varias cátedras en la Escuela de Comunicación Social y Filosofía de la UCAB. Ha asistido a diversos congresos y seminarios internacionales y nacionales, y posee diversas publicaciones.
Correo electrónico:
golivieri@unimet.edu.ve;
gianninaolivieri@hotmail.com

Ponencia presentada en IX Congreso ALAIC, realizado en Ciudad de México, México, 2008, en el Grupo GT14 «Comunicación Política y Medios». ©De conformidad por su autora para su publicación.

Análisis de la construcción discursiva presente en los artículos de opinión de la prensa venezolana tras las elecciones presidenciales de 2006

Analysis of the discursive construction in opinion articles released by the Venezuelan press after the presidential elections in 2006

Recibido: 13/ 10/ 2008
Aceptado: 31/ 10/ 2008

RESUMEN

GIANNINA OLIVIERI PACHECO

Análisis de la construcción discursiva en los artículos de opinión publicados en la prensa venezolana tras las elecciones presidenciales 2006

El presente trabajo tiene como finalidad analizar la construcción discursiva en artículos de opinión publicados en los diarios *El Universal* y *Diario VEA* y tras las elecciones presidenciales de 2006 en Venezuela. La investigación analiza y compara la construcción discursiva según la tendencia política de los articulistas, con la finalidad de conocer de qué manera se expresa cada uno de los grupos políticos de sí mismo y del otro. Con ello se pretende mostrar la polarización presente en los medios impresos venezolanos. El trabajo se fundamenta en la teoría de la valoración de White.

Descriptores: Teoría valoración / Polarización / Diarios Venezuela.

ABSTRACT

GIANNINA OLIVIERI PACHECO

Analysis of the discursive construction in opinion articles released by the Venezuelan press after the presidential elections in 2006

The research aims at analyzing the discursive construction in opinion articles released by the newspapers *El Universal* and *Diario Vea* after the presidential elections in 2006 in Venezuela. The objective is to know how each political group express about itself and about the other one. The idea is to show the polarization in the Venezuela print media. The research is based in White's valorization theory.

Key words: Valorization theory / Polarization / Venezuelan newspapers.

RÉSUMÉ

GIANNINA OLIVIERI PACHECO

Analyse de la construction discursive dans des articles d'opinion publiés dans la presse vénézuélienne après les élections présidentielles 2006

Ce document vise à analyser la construction discursive dans des articles d'opinion publiés dans les journaux *El Universal* et *Diario Vea* et après les élections présidentielles de 2006 au Venezuela. La recherche analyse et compare la construction discursive en fonction de la tendance politique des auteurs, dans le but de voir comment chacun est exprimé par les groupes politiques de soi et des autres. Il s'agit de montrer la polarisation actuelle dans les médias, les Vénézuéliens d'impression. Le travail est basé sur la théorie de l'évaluation de White.

Mots clés: Évaluation Théorie / Polarisisation / Revues Venezuela.

RESUMO

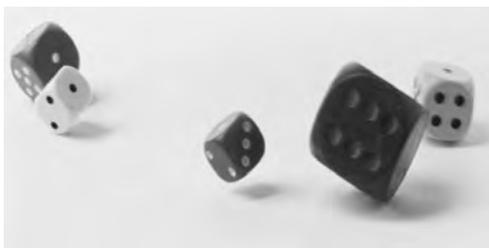
GIANNINA OLIVIERI PACHECO

Análise da construção discursiva em artigos de opinião publicados pela mídia venezuelana após as eleições presidenciais em 2006

O alvo do estudo é analisar a construção discursiva em artigos de opinião publicados pelos jornais *El Universal* e *Diario Vea* após as eleições presidenciais em 2006 na Venezuela. O objetivo é conhecer como cada grupo político se expressa de si próprio e do outro. A idéia é mostrar a polarização na mídia impressa na Venezuela. O estudo baseia-se na teoria de valorização de White.

Palavras-chave: Teoria de valorização / Polarização / Jornais Venezuelanos.

Desde la llegada de Hugo Chávez al poder, los conflictos políticos en Venezuela se han caracterizado por la **polarización** entre los seguidores del



Presidente y aquellos que se le oponen. Este conflicto, que se ha manifestado en múltiples escenarios de la vida social, ha sido objeto de estudio de diversas disciplinas y, entre ellas, ha generado investigaciones en el área del análisis del **discurso político**.

Este análisis se orienta a comprender la manera en que los actores sociales asumen posiciones y roles por medio del lenguaje, mediante el cual construyen una realidad que, aunque opuesta, resulta legítima para cada uno de los grupos. Uno de los acontecimientos que recientemente fue motivo de polémica en Venezuela fueron los resultados de las elecciones presidenciales de diciembre de 2006, en las cuales Hugo Chávez obtuvo la victoria presidencial aproximadamente con el 70% de los votos.

Esta polémica, se pudo observar en la opinión pública nacional una vez conocidos los resultados electorales. De manera que las columnas de opinión de los periódicos venezolanos en la semana posterior a los resultados, se colmaron de artículos en los que se puede identificar un conjunto de recursos lingüísticos a través de los cuales, cada posición argumenta acerca de la veracidad de los resultados. En estos textos resaltan las valoraciones que hace cada grupo político acerca de un hecho de gran relevancia, como lo es la participación ciudadana a través del voto. Estos discursos que apelan a la objetividad, se caracterizan por poseer explícita o implícitamente juicios de valor.

El juicio, de acuerdo de la **teoría de la valoración de White** (2004), se define como la evaluación del comportamiento humano en relación con las normas sociales, y constituye una forma de institucionalizar las emociones en el contexto social. Bajo este panorama, el presente trabajo de investigación posee como objetivo fundamental el analizar la construcción discursiva de la actitud en artículos de opinión publicados en la prensa nacional tras las elecciones presidenciales de 2006, según la teoría de la valoración del autor anteriormente mencionado.

Para la consecución del mismo, en primer lugar se identificaron los recursos lingüísticos de juicio en la construcción discursiva de la actitud en los artículos de opinión sobre los resultados de las elecciones presidenciales de 2006, publicados en los periódicos *El Universal* y *Diario VEA*. Posteriormente se realizó el análisis e interpretación de los juicios de estima y sanción social, y finalmente se comparó la construcción discursiva de la actitud en referencia a los juicios emitidos según la tendencia política de los articulistas y la línea editorial del periódico.

ORIGEN DE LA TEORÍA DE LA VALORACIÓN

Uno de los planteamientos teóricos que ha cobrado relevancia recientemente dentro de la corriente funcional sistémica, es la teoría de la valoración o «Appraisal theory». Esta teoría es el resultado de un proceso de investigación dirigido por el profesor James Martin denominado Write it Right («Escríbalo adecuadamente») en la Universidad de Sydney, Australia. Este proyecto consistió en el análisis de discursos científicos, de los medios de comunicación y la literatura, entre otros, llegando a la conclusión de que, de acuerdo con el contexto y los objetivos retóricos, los autores de tales textos suelen comunicar juicios de valor en sus aseveraciones.

Así surge esta teoría, como respuesta a la necesidad de investigar dentro de los distintos dominios discursivos, «(...) con qué objetivos retóricos los escritores comunican juicios de valor, atribuyen sus proposiciones a fuentes externas o moralizan sus emisiones» (White, 2004: 4), con la finalidad de estudiar el valor intersubjetivo del lenguaje.

TEORÍA DE LA VALORACIÓN

La teoría de la valoración entiende el lenguaje como «un recurso sistemático para expresar significados en un contexto» (Kaplan, 2003). Partiendo de este principio, la valoración representa un sistema de opciones que se adoptan para expresar evaluaciones con respecto a objetos, personas, opiniones, etcétera. Así, esta teoría establece las bases para realizar el estudio sistemático de los sentimientos, la manera en que se manifiestan a través del lenguaje y el efecto que causa en los lectores u oyentes de un discurso.

Dicho en otras palabras, la teoría de la valoración es un enfoque teórico que establece las bases para explorar, describir y explicar la forma en la que el lenguaje, tanto oral como escrito, es utilizado para evaluar, adoptar posturas, construir personas textuales o identidades discursivas, asumir roles, negociar relaciones y naturalizar posturas intersubjetivas (White, 2001; Kaplan, 2003). Esta teoría se compone por un conjunto de sistemas semánticos, tales como la actitud, el compromiso y la gradación, que a su vez se dividen en subsistemas.

SUBSISTEMAS DE LA VALORACIÓN

Según White (2001), la teoría de la valoración divide los recursos evaluativos en tres grandes dominios semánticos: **(1) la gradación, (2) el compromiso y (3) la actitud**. El subsistema de la gradación se compone de la fuerza y el foco, el compromiso por la monoglosia y la heteroglosia; y la actitud se encuentra conformada por el afecto, el juicio y la apreciación.

Estos dominios semánticos constituyen las opciones disponibles para el hablante o autor en cuanto a sistemas de elección, que involucran tanto a los significados que pueden expresarse de forma típica en determinados contextos, como los recursos lingüísticos para efectuar dicha expresión.

En nuestro caso sólo nos ocuparemos del subsistema de la actitud, y en él sólo estudiaremos el juicio, debido a que permite inferir la posición del autor del texto o emisor del mensaje con respecto a un objeto determinado, al tiempo que establece relaciones con aquellos que comparten su punto de vista, distanciándose de aquellos que no. En otras palabras, el subsistema de la actitud se ocupa de los enunciados que pueden representar evaluaciones positivas o negativas de personas, objetos, situaciones, acciones o acontecimientos (White, 2001). Son actitudinales aquellos enunciados que expresan evaluaciones positivas o negativas, o aquellos que invitan al lector u oyente a proporcionar sus propias evaluaciones, positivas o negativas (White, 2001).

Esta herramienta permite el análisis de construcciones sociales en términos lingüísticos, con el propósito de poder comprender mejor la realidad. Específicamente, en el análisis de la construcción discursiva de la

actitud se incluyen los significados por los cuales los textos o hablantes atribuyen un valor o una evaluación intersubjetiva a los participantes y a los procesos, que pueden estar relacionados tanto con respuestas emocionales como con sistemas de valores culturalmente determinados.

EL SUBSISTEMA DE LA ACTITUD

Las actitudes construidas mediante el lenguaje se circunscriben dentro del contexto social en donde se enmarcan, debido a que corresponden al esquema de valores propios de la cultura a la que pertenecen. Esta teoría, según explica Kaplan (2004), explora cómo, al realizar evaluaciones, el emisor establece alianzas con aquellos receptores que comparten su punto de vista, y se distancia de los que difieren de su postura. En este sentido, una de las razones del surgimiento de esta teoría reside en la necesidad de explicar los modelos por medio de los cuales los textos llamados «objetivos», propios de los medios de comunicación y de la historia, favorecen ciertos valores actitudinales, mientras que rechazan o ignoran otras alternativas (White, 2001).

White (2001) explica que el **subsistema de la actitud está dividido en tres recursos: (1) el afecto, (2) la apreciación y (3) el juicio**. El afecto, según Kaplan (2004), consiste en «la caracterización de los fenómenos en relación con las emociones» (p. 60). En este subsistema interesan las disposiciones personales que el hablante refleja con respecto a sus propias emociones o de los demás en relación a una situación u objeto determinado, y puede expresarse como una cualidad o circunstancia, un proceso o un comentario. La apreciación posee una importante relación con recursos lingüísticos estéticos y hace referencia a la evaluación de cualquier objeto social donde imperan criterios estéticos y/o sistemas de valoración social no estética (Kaplan, 2004).

Por su parte, el juicio –objeto de nuestro estudio– constituye «...la evaluación del comportamiento humano con respecto a las normas sociales institucionalizadas y hace referencia a la evaluación moral de la conducta» (Kaplan, 2004, p. 60). Los juicios pueden ser implícitos o explícitos dentro de un discurso determinado, distinguiéndose los juicios de estima social y de sanción social. Los juicios de estima social se subdividen a su vez en jui-

cios de normalidad, capacidad y tenacidad mostrada en la conducta. Este tipo de juicios determinan el grado en que una persona se encuentra adaptada a su medio social; mientras que los juicios de sanción social tienen que ver con la integridad moral de un determinado sujeto, así como en relación a la veracidad del mismo.

Es importante destacar que el presente estudio se interesa por los juicios, debido a que de acuerdo con los objetivos de la investigación, éstos nos ayudan a identificar los recursos lingüísticos a través de los cuales dos grupos presentes en el país –oficialistas y oposición– evalúan la **moralidad, legalidad, veracidad y aceptación social** de los resultados de las elecciones presidenciales de 2006. Estos juicios se expresan a través de juicios de sanción y estima social, dimensiones que son expuestas a continuación.

EL JUICIO

El juicio como componente de la actitud, se encuentra relacionado directamente con **lo ético**, es decir, con aquello que de acuerdo con la costumbre es evaluado de un modo correcto o incorrecto (Ferrater Mora, 2001). White (2001) explica que el juicio comprende significados que sirven para evaluar positiva o negativamente el comportamiento humano, en relación con un conjunto de normas institucionalizadas. Así, el juicio aparece cuando el hablante evalúa a un participante humano en relación con sus actos o disposiciones (White, 2001).

Las normas sociales que se ponen en juego en estas evaluaciones de juicio adoptan la forma de reglas y regulaciones, o de expectativas sociales y sistemas de valor menos definidas. Así, con el juicio podemos evaluar el comportamiento como moral o inmoral, legal o ilegal, socialmente aceptable o inaceptable, encomiable o deplorable, normal o anormal y así sucesivamente (White, 2001). De esta forma, en la medida en que una conducta se aleje o se aproxime más a las expectativas sociales, ésta será evaluada con un juicio de determinada valoración.

La teoría de la valoración propuesta por White (2001) habla de **dos grandes categorías de juicio: (1) juicio de sanción social y (2) juicio de estimación social**.

1. **Juicio de sanción social:** Incluye la afirmación de que está en juego cierto conjunto de reglas o regulaciones, codificadas más o menos explícitamente por la cultura. Esas reglas pueden ser legales o morales y por lo tanto, los juicios de sanción social plantean cuestiones de legalidad y de moralidad (White, 2001). Este tipo de juicio **se divide en las siguientes sub-categorías: (1) veracidad y (2) adecuación**, tal como se aprecia en el **Cuadro n° 1:**

Cuadro 1
SUBCATEGORÍAS DE LOS JUICIOS DE SANCIÓN SOCIAL

Sanción social	Positiva [alabanza]	Negativa [condena]
Veracidad (verdad) Es honesta la persona	Honesto, sincero, veraz, verosímil, creíble, auténtico, genuino, franco, directo.	Embustero, mentiroso, deshonesto, fraudulento, farsante.
Adecuación (ética) Es ética, irreprochable la persona	Bueno, moral, virtuoso, obediente de las leyes, honrado, justo, cuidadoso, sensible, considerado.	Malo, inmoral, lascivo, corrupto, injusto, no equitativo, cruel, mezquino, miserable, brutal, opresor.

White (2001)

2. **Juicio de estima social:** implica evaluaciones según las cuales la persona juzgada tendrá una estimación más alta o más baja por parte de su comunidad, pero estas evaluaciones no tienen implicaciones legales o morales. Así, los valores negativos de estima social se consideran disfuncionales o inadecuados, o serán desalentados, pero no serán evaluados como pecados o como crímenes (White, 2001). Este tipo de juicio **está dividido en: (1) normalidad o costumbre** (cuán inusual es alguien, cuán habituales o rutinarios son sus comportamientos); **(2) capacidad** (cuán capaz es alguien); y **(3) tenacidad** (cuán responsable es alguien, qué bien dispuesto emocionalmente o qué buenas son sus intenciones). En el siguiente cuadro n° 2 se exponen las dimensiones que comprende el juicio de acuerdo con la categoría de estima social:

Cuadro 2
SUBCATEGORÍAS DE LOS JUICIOS DE ESTIMA SOCIAL

Estimación social	Positiva [admirar]	Negativa [criticar]
Normalidad (costumbre) Es el comportamiento de esta persona inusual, especial, habitual, corriente.	Normal, cotidiano, común, afortunado, encantador, cautivante, novedoso, de moda, de vanguardia.	Raro, excéntrico inconformista, desafortunado, sin suerte, arcaico, vetusto, pasado de moda.
Capacidad Es la persona competente, capaz.	Experto, apto, inteligente, astuto, intuitivo, atlético, fuerte, poderoso, sano, cuerdo, juntos.	Tonto, estúpido, lento, sencillo, torpe, desmañado, enclenque, débil descordinado, Lunático, maniático, demente, neurótico.
Tenacidad (decisión) Es la persona confiable, bien dispuesta.	Valeroso, valiente, intrépido, heroico, confiable, cumplidor, responsable. Infatigable, resuelto, perseverante	Cobarde, arrebatado, temerario, desanimado, abatido, voluble, poco confiable, errático. Irresponsable, distraído, perezoso, poco perseverante.

Iedema, Feez y White (1994)

Tal y como puede apreciarse, los juicios de sanción y estima social poseen como propósito la regulación del comportamiento humano. Operan en términos de la atribución que realiza el hablante con respecto a en qué medida una persona es honesta (juicio de sanción social con respecto a la veracidad) y se adecua al contexto (juicio de sanción social con respecto a la ética); así como en qué medida el comportamiento de una persona es habitual (juicio de estima social, en referencia a la normalidad), y en qué grado la persona se juzga como capaz y tenaz.

En este sentido, los juicios de sanción social regulan la conducta de acuerdo con las normas sociales que pueden implicar consecuencias positivas o negativas para el sujeto, mientras que los juicios de estima social tienen que ver con el estatus, poder y lo habitual o no que resulta su

comportamiento. En el caso específico de la presente investigación interesa identificar los juicios de sanción y estima social que realizan mutuamente los sectores del oficialismo y la oposición, con el propósito de comprender el fenómeno del discurso político enmarcado dentro de un proceso conflictivo significativamente caracterizado por la lucha del poder.

CORPUS

El *corpus* de esta investigación está compuesto por un conjunto de artículos de opinión publicados entre el 4 y el 10 de diciembre de 2006 en los periódicos *El Universal* y *Diario VEA*, de tendencia opositora y oficialista respectivamente. Estos artículos fueron seleccionados de manera intencional y según **muestreo no probabilístico** (Kerlinger, 1988), con la finalidad de contar con los artículos adecuados para la investigación. La selección se realizó tomando en cuenta los artículos publicados la semana inmediata a los resultados de las elecciones presidenciales. En cuanto a la muestra, el criterio de selección corresponde al **criterio de saturación de la muestra**, que según Hernández, Fernández y Baptista (2003) refiere al momento en que aunque el investigador continúe seleccionando información, ya no encuentra nuevos datos, debido a que los mismos se repiten en el tiempo.

Los artículos seleccionados fueron los siguientes:

El Universal:

Cuadro 3

COMPOSICIÓN DE LA MUESTRA DE LOS ARTÍCULOS PERTENECIENTES A EL UNIVERSAL

	Fecha	Título del artículo	Autor del artículo
1	6/12/06	¿Cambio? ¿Cuál cambio?	Antonio Cova Maduro
2	7/12/06	Las razones de una derrota	Fernando Ochoa Antich
3	7/12/06	No lo dudemos	Diego Bautista Urbaneja
4	8/12/06	La sepultura de los impostores	Agustín Blanco Muñoz
5	9/12/06	Ud. Sí ganó pero...	Adolfo P. Salgueiro
6	10/12/06	Derecho a saber	Marta Colomina
7	10/12/06	Victoria en la derrota	Manuel Caballero

Fuente: elaboración propia.

Diario VEA:

Cuadro 4
COMPOSICIÓN DE LA MUESTRA DE LOS ARTÍCULOS PERTENECIENTES
AL *DIARIO VEA*

	Fecha	Título del artículo	Autor del artículo
8	4/12/06	Pasó lo que tenía que pasar	Marciano
9	5/12/06	Un grano de maíz	Antonio Aponte
10	6/12/06	Toquecitos gerenciales	Andrés de Chene D.
11	7/12/06	El triunfo de la democracia participativa	Alberto Müller Rojas
12	8/12/06	Sobre ficciones	Marciano
13	9/12/06	Federación Bolivariana de Estudiantes	Luis Enrique Araujo
14	10/12/06	Rosales «aplastó» a Chávez en votación en Miami	Iván Oliver Rugeles

Fuente: elaboración propia.

UNIDAD DE ANÁLISIS Y SEGMENTACIÓN DEL CORPUS

La unidad de análisis es la **cláusula**, la cual se obtuvo al segmentar el *corpus* de trabajo en función de los lineamientos de la gramática funcional sistémica, entendiéndose como cláusula una oración o proposición gramatical con sentido completo. La segmentación se llevó a cabo a través de la numeración de las cláusulas presentes en cada uno de los artículos de opinión de *El Universal* y el *Diario VEA*. Posteriormente, se elaboraron las matrices de análisis con aquellas cláusulas relevantes para los objetivos de investigación, es decir, aquellas que poseían elementos de juicio.

ANÁLISIS DE DATOS

El análisis realizado corresponde con un **análisis semántico de las cláusulas** que conforman el *corpus* de estudio. Específicamente, el significado se extrae de la identificación de los recursos lingüísticos de juicio emitidos por los autores de los artículos, dependiendo del grupo de referencia

al cual pertenecen, oficialismo u oposición. En este sentido no se analizan los ítems gramaticales, interesa interpretar el sentido de la cláusula. Se analiza el valor positivo o negativo del juicio, según correspondan a sanción social (en cuanto a veracidad e integridad moral) y/o estima social (en términos de la normalidad, la capacidad y tenacidad presentes en los artículos), tal y como es concebido por la teoría de la valoración de White.

Cabe destacar que se realizó un análisis cuantitativo de la valoración de juicio obtenida (positiva-negativa), así como de los tipos de juicio (estima social-sanción social) y sus subcategorías respectivas (normalidad, capacidad y tenacidad; veracidad y adecuación), considerando el artículo seleccionado, la fuente que emite el mensaje (*El Universal-Diario VEA*) y el objeto de actitud hacia el cual se realizó el juicio (oficialismo-oposición). Se utilizó como herramienta la estadística descriptiva, con apoyo de tablas y gráficos, específicamente sobre el análisis de frecuencias y porcentajes, a fin de describir el comportamiento de cada uno de los aspectos estudiados.

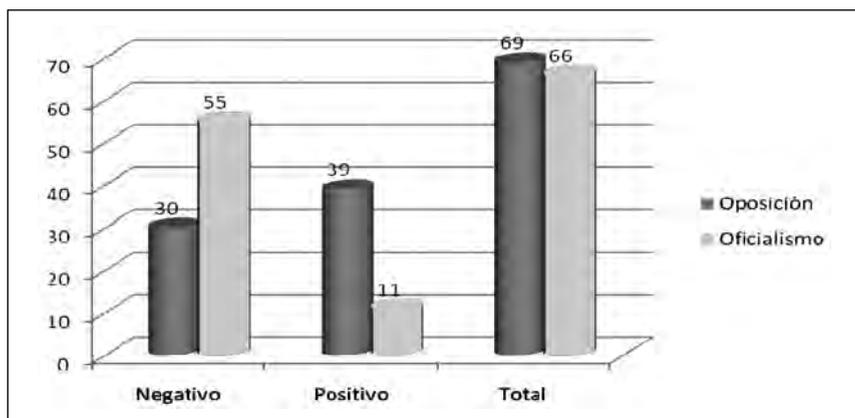
ANÁLISIS DE FRECUENCIA DEL VALOR DEL JUICIO EN *EL UNIVERSAL* Y *DIARIO VEA*

1. Resultados obtenidos en *El Universal* acerca del valor del juicio

Tal y como puede apreciarse en el gráfico1, en los artículos seleccionados de *El Universal* se emite un total de **135 juicios de valor**, los cuales se refieren tanto al oficialismo como a la oposición. Los juicios referentes a la oposición son 69, que representan el 52,6% del total de los juicios emitidos, y hacia el oficialismo se emiten 66 juicios, que se traducen en un 47,4%. Al analizar el valor de los juicios, se determinó que la oposición acumula la menor cantidad de juicios negativos, lo que se traduce en 30 juicios, es decir 35,3% de los juicios de valor negativos, mientras que el oficialismo obtuvo un total de 55 juicios negativos que representa el 64,7%

Con respecto a los juicios de valor positivo, el oficialismo acumula 11 de ellos, lo que representa el 22,0% de la totalidad de los juicios positivos, mientras que la oposición acumuló 39 juicios positivos, lo que se traduce en el 78,0% del total.

Gráfico 1
FRECUCENCIA DE VALOR DE JUICIO OFICIALISMO/OPOSICIÓN



Fuente: Elaboración propia

Por lo tanto, se concluye que de acuerdo con los artículos seleccionados de *El Universal*, hubo en los articulistas una mayor tendencia a expresar juicios positivos en favor de la oposición, pero sin dejar fuera los juicios positivos en pro del oficialismo. En cuanto a los juicios negativos, resulta llamativo el frecuente uso de juicios negativos hacia la oposición, aunque éstos fueron emitidos en menor frecuencia que los del oficialismo. Finalmente, también se observa que la diferencia en cuanto a la frecuencia de juicios hacia ambos sectores, ésta es muy pequeña, pues sólo hay 3 juicios más hacia la oposición que hacia el oficialismo, lo cual no representa una diferencia, y esto evidencia que se le atribuyó casi la misma importancia a ambos grupos políticos con relación a los acontecimientos electorales.

2. Resultados obtenidos en Diario VEA acerca del valor del juicio

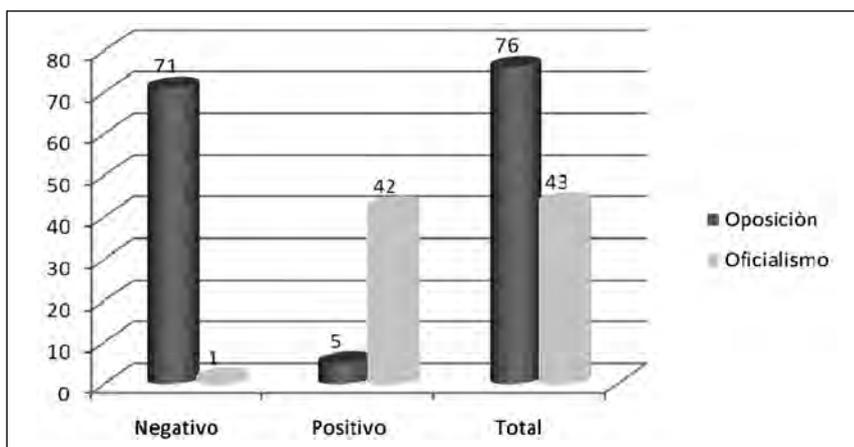
Como puede apreciarse en el gráfico 2, en el *Diario VEA* se emite un total de **119 juicios de valor**, los cuales se refieren tanto al oficialismo como a la oposición. Los juicios hacia la oposición son 43, que representan el

36,1% del total de los juicios emitidos, y hacia el oficialismo se emiten 76 juicios, que se traducen en el 63,9% del total de los juicios emitidos en todo el artículo.

Al analizar el valor de juicio con base en estos datos, se determinó que los articulistas sólo emiten 1 juicio negativo hacia el oficialismo, que representa el 1,4% de los juicios de valor negativos; mientras que la oposición obtuvo un total de 71 juicios negativos, es decir, el 98,6%. Con respecto a los juicios de valor positivo, el oficialismo acumula 42 juicios positivos, lo que representa el 89,4% de la totalidad de los juicios positivos, y la oposición acumuló 5 juicios positivos lo que se traduce en el 10,6% del total.

Por lo tanto se concluye que los articulistas del *Diario VEA* presentan una mayor tendencia a expresar juicios positivos en favor del oficialismo, mientras que sólo emiten un juicio negativo hacia su sector; el resto de juicios negativos fueron dirigidos a la oposición, que cuenta además con muy pocos juicios positivos. Finalmente, también se observa que en cuanto a la frecuencia de juicios en su totalidad, se emitieron con mayor frecuencia juicios dirigidos hacia la oposición que hacia el oficialismo, independientemente de que ellos sean positivos o negativos.

Gráfico 2
FRECUENCIA DE VALOR DE JUICIO *DIARIO VEA*



Fuente: Elaboración propia

3. Resultados de juicios de estima o sanción social presentes en *El Universal* y *Diario VEA*

Al analizar los resultados de acuerdo con los tipos de juicio de sanción y estima social, se obtuvieron los siguientes hallazgos:

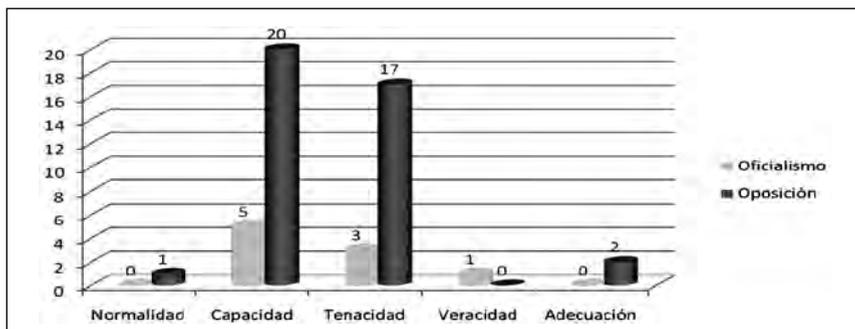
a. Subcategorías del juicio presentes en *El Universal*

Los articulistas de *El Universal* realizan en mayor medida juicios positivos de estima social que de sanción social, y en ellos hay una mayor valoración positiva hacia la oposición que hacia el oficialismo (véase Gráfico 3).

EL UNIVERSAL
PORQUE DECIDES A DIARIO

Gráfico 3

JUICIOS DE VALORACIÓN POSITIVA DE ACUERDO CON LAS SUBCATEGORÍAS DE JUICIO DE ESTIMA Y SANCIÓN SOCIAL EN FUNCIÓN AL GRUPO POLÍTICO EN LOS ARTÍCULOS DE *EL UNIVERSAL*



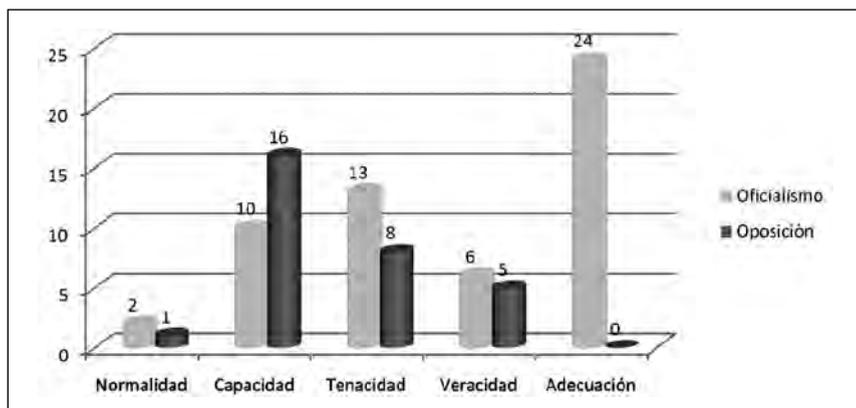
Fuente: Elaboración propia

En cuanto a los juicios negativos, resalta el hecho de que los articulistas de *El Universal* no sólo sancionan al oficialismo, sino que también lo hacen con la oposición, de quien critican su capacidad y tenacidad para afrontar el proceso electoral (véase gráfico 4).

En síntesis, al analizar la muestra de siete artículos pertenecientes a *El Universal*, destaca que el oficialismo es juzgado de forma negativa en lo concerniente a su adecuación a las expectativas sociales de moralidad;

Gráfico 4

JUICIOS DE VALORACIÓN NEGATIVAS DE ACUERDO A LAS SUBCATEGORÍAS DE JUICIO DE ESTIMA SOCIAL Y SANCIÓN SOCIAL EN FUNCIÓN AL GRUPO POLÍTICO DE LOS ARTÍCULOS DE *EL UNIVERSAL*



Fuente: Elaboración propia

mientras que la oposición es juzgada mayoritariamente en cuanto al grado de capacidad que posee este grupo político, tanto de manera positiva como negativa. Es decir, en referencia a la capacidad de la oposición, no se evidencia una tendencia clara en la valoración de los juicios, pues se presentan dirigidos tanto de forma positiva como negativa.

b. Subcategorías del juicio presentes en Diario VEA

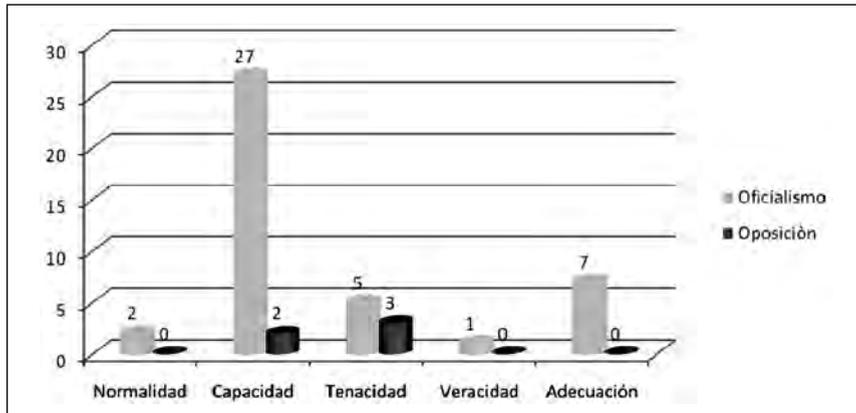
En el *Diario VEA* abundan los juicios positivos de estima social dirigidos hacia el oficialismo. Mientras que en todos los artículos sólo se consiguen 5 juicios positivos hacia la oposición, contra 42 hacia el oficialismo, lo que marca una polarización muy marcada (véase gráfico 5).



Este hecho se ve aún más claro al revisar los juicios negativos, pues mientras se hacen 71 juicios negativos hacia la oposición, sólo hay uno de tenacidad negativa dirigido al oficialismo (véase gráfico 6).

Gráfico 5

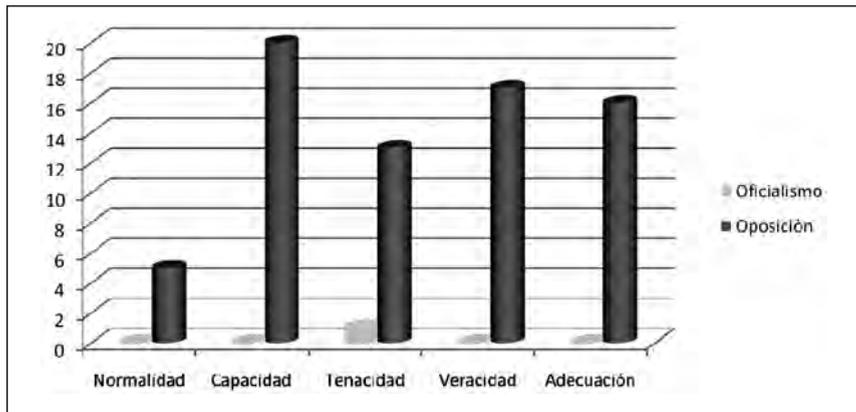
JUICIOS DE VALORACIÓN POSITIVA DE ACUERDO CON LAS SUBCATEGORÍAS DE JUICIO DE ESTIMA Y SANCIÓN SOCIAL EN FUNCIÓN AL GRUPO POLÍTICO DE LOS ARTÍCULOS DEL *DIARIO VEA*



Fuente: Elaboración propia

Gráfico 6

JUICIOS DE VALORACIÓN NEGATIVA DE ACUERDO CON LAS SUBCATEGORÍAS DE JUICIO DE ESTIMA Y SANCIÓN SOCIAL EN FUNCIÓN DEL GRUPO POLÍTICO DE LOS ARTÍCULOS DEL *DIARIO VEA*



Fuente: Elaboración propia

En síntesis, puede afirmarse que los artículos del *Diario VEA* en cuanto a los juicios referentes a la oposición, se componen en su mayoría de juicios de estima social de valoración negativa. De ahí que puede afirmarse que este diario tiende a juzgar negativamente el comportamiento de la oposición con respecto a la competencia de este grupo político dentro de la esfera pública, a quien percibe como poco capaz, así como poco confiable o con escasa disposición para el debate electoral.

CONCLUSIÓN

Al comparar la construcción discursiva de la actitud en referencia a los juicios emitidos según la tendencia política de los articulistas, puede afirmarse que, de acuerdo con los resultados analizados anteriormente, **existe una variabilidad significativa de los tipos de juicios y valor de los mismos, en función de la fuente periodística.** Es decir, en concordancia con la teoría de la valoración de White, el objeto de actitud, que en este caso corresponde con el oficialismo y la oposición en relación con las elecciones presidenciales de 2006, suele ser evaluado de manera diferente según la tendencia política de los articulistas y el medio en el que escriben.

Los artículos pertenecientes a *El Universal* presentan un balance mayor en relación a la valoración positiva y negativa de los juicios emitidos hacia la oposición y el oficialismo, en comparación con la observada en el *Diario VEA*. De esta manera, en *El Universal* se encuentran juicios negativos y positivos dirigidos tanto al oficialismo como a la oposición, mientras que en el *Diario VEA* los juicios negativos se acumulan prácticamente en su totalidad hacia la oposición.

Por otra parte, **en lo referente a los juicios de tenacidad, el oficialismo es evaluado como un grupo político capaz y tenaz, en mayor medida que el grupo opositor.** En este sentido, puede afirmarse que mientras los articulistas identificados con el oficialismo perciben y evalúan a su mismo grupo como poderoso, dotado de capacidad y tenacidad política, los articulistas identificados con la oposición, si bien evalúan a los seguidores de Manuel Rosales y a este candidato como capaces, lo hacen en menor medida que los identificados con el oficialismo.

Esto puede deberse a que los autores de los artículos de *El Universal* se concentran en evaluar el fracaso de este grupo político, efectuando críticas acerca de la capacidad y disposición de la oposición para poder vencer a su adversario. De esta manera puede afirmarse que el esfuerzo de la oposición se valora, pero no lo suficiente como para lograr un reconocimiento significativo, debido a que el fracaso en las elecciones no necesariamente se atribuye a la capacidad de Chávez o a la preferencia del pueblo por este candidato, sino más bien a las debilidades de Manuel Rosales y el grupo opositor.

Al tener en cuenta el juicio de tipo de sanción social, **los articulistas de la oposición se concentran en señalar poca adecuación del oficialismo con respecto al sistema moral; mientras que los articulistas oficialistas del *Diario VEA* se concentran mayoritariamente en desvalorizar la capacidad de la oposición para vencer al presidente Chávez.** Así pues, puede afirmarse que el oficialismo posee una mayor confianza y firmeza en sus argumentos al referirse a su propio grupo comparados con la oposición.

Por otro lado, llama la atención que a pesar de que la oposición mostrara dudas con respecto a los resultados electorales avalados por el Consejo Nacional Electoral, existan muy pocos juicios de sanción social en relación con la veracidad de los resultados entre los articulistas de la oposición. Es decir, se encuentran muy pocos juicios de veracidad emitidos por la oposición que cuestionen o pongan en entredicho la credibilidad de las instituciones venezolanas participantes en el proceso electoral.

A la luz de la teoría de la valoración de White, los hallazgos encontrados por el presente estudio evidencian cómo **el oficialismo ha hecho natural una manera de expresarse lingüísticamente con respecto a los opositores del presidente Hugo Chávez.** Esta «naturalización» del discurso, que asume a la oposición como un grupo desprovisto de la capacidad para conquistar al pueblo venezolano electoralmente, cuenta con el respaldo político del Presidente, y en este sentido se presenta con mayor cohesión o unidad en comparación con la construcción discursiva de la oposición, quienes optan más bien por la diversidad, al momento de atribuir las causas del fracaso electoral de Manuel Rosales y el triunfo del oficialismo.

Cabe destacar que tal y como corresponde con la concepción de la expresión lingüística de la actitud, **el oficialismo excluye todo juicio negativo en relación con su mismo grupo político**. Por lo que vale la pena preguntarse hasta qué punto esta manera de proceder refleja la falta de crítica con respecto a su propio grupo. Además, es importante resaltar que las expresiones del oficialismo encuentran eco en la atribución del fracaso que hace la oposición con respecto a su comportamiento, donde figura una percepción desprovista de capacidad política para la conquista electoral.

De acuerdo con esto, tal y como señala la teoría de la valoración, se hace necesario vincular los resultados obtenidos por esta investigación con el **sistema lingüístico cultural** más amplio que caracteriza a la sociedad venezolana contemporánea, incluso en un sentido histórico, debido a que se obtuvo que las relaciones de poder constituyen uno de los elementos más resaltantes de las aseveraciones realizadas tanto por el oficialismo como por la oposición. Tal y como fue mencionado anteriormente, al tiempo que un grupo se juzga a sí mismo como capaz, tenaz y dispuesto, es decir, poderoso, y juzga al otro como desprovisto de estos atributos; el otro grupo se percibe a sí mismo de esta manera.

De modo que parece existir una relevancia en la forma como los actores políticos construyen la concepción que tienen del poder, y de la forma en que éste puede ser obtenido. De ahí que puede afirmarse que si bien esta construcción del poder se circunscribe actualmente al oficialismo y la oposición, puede tener que ver también con elementos históricos que van más allá de este debate y que requieren de un análisis funcional-sistémico que relacione aspectos culturales e históricos en un sentido más amplio.

Vale la pena destacar que la teoría de la valoración brinda un marco de referencia teórico que se ajusta al fenómeno de estudio y que ayuda a explicar cómo, dependiendo de los actores políticos involucrados, un mismo hecho social es evaluado de manera enteramente diferente. Sin duda al analizar los artículos de opinión presentes en *El Universal* y *Diario VEA*, podemos percatarnos de que existe una polarización marcada en los mismos, pues en éstos no existen articulistas que no sigan la tendencia política del medio en el que escriben. La polarización política del país se refleja claramente en la opinión emitida en la prensa venezolana.

BIBLIOGRAFÍA

FERRATER MORA, J.

2001 *Diccionario de Filosofía*. Madrid: Ariel.

HERNÁNDEZ, R., FERNÁNDEZ, C. y BAPTISTA, P.

2003 *Metodología de la Investigación*. México: McGraw-Hill.

HOOD, S. y MARTIN, J.R.

2005 «Invocación de actitudes: El juego de la gradación de la valoración en el discurso». *Revista Signos*, 38, 95-220.

KAPLAN, N.

2003 *La representación discursiva de eventos conflictivos en las noticias por televisión*. Trabajo de Grado para optar al título de Doctor en Estudios del Discurso de la Universidad Central de Venezuela. Caracas: UCV.

2004 «Nuevos desarrollos en el estudio de la evaluación en el lenguaje: La teoría de la valoración». *Boletín de Lingüística*, 22, 52-78.

MARTIN, J.R.

2001 [2000]. Beyond Exchange: APPRAISAL Systems in English, en Martínez Solís, M.C (2000). [En línea]. Visión dialógica del discurso: La argumentación en la enunciación. Disponible en <http://www.geocities.com/estudiscurso/martinez2.html> (Consulta: 3 Abril 2007).

MARTIN, J.R. y WHITE, P.

2005 *The Language of Evaluation. Appraisal in English*. London: Palgrave.

WHITE P.R.

2001 [En línea]. *The Appraisal website: The language of attitude, arguability and interpersonal positioning*. Disponible en: <http://www.gramatics.com/appraisal/index.html> [Consulta: 6 marzo, 2007]

Fuente hemerográfica:

Diario VEA, Caracas, diciembre 2006

El Universal, Caracas, diciembre 2006



Historia social de la información, del saber y el conocimiento

Social History of the Information,
of Knowledge and the Knowledgesm

ANDRÉS
CALLE NOREÑA
(Colombia)



Docente a tiempo completo en la Universidad de Manizales, Colombia, Facultad de Comunicación Social y Periodismo en las áreas de Lingüística, Semiótica, Cultura y Ética. Magíster en Filosofía, con énfasis en Epistemología, Universidad de Caldas. Licenciatura en Comunicación Social en investigación y desarrollo (I-D), Pontificia Universidad Javeriana, Bogotá.

Estudios concluidos de Antropología, Instituto Misionero de Antropología, adscrito a la Universidad Pontificia Bolivariana, Bogotá.

Director de la *Revista Escribanía* del Centro de Investigación en Comunicación, Facultad de Comunicación Social y Periodismo, Universidad de Manizales.

Miembro del Comité Científico Internacional del *Anuario Ininco / Investigaciones de la Comunicación*.

Correo electrónico:

santarrosa61@yahoo.es;

adcn@umanizales.edu.co

©De conformidad con su autor para su publicación

De lectores de textos nuevos y de siempre. En la historia de la lectura de Occidente y en un contexto local

Readers of new and classic texts
in the history of the western
reading and in a local context

Recibido: 26 /05/ 2009

Aceptado: 18 /06/ 2009

RESUMEN

ANDRÉS CALLE NOREÑA

De lectores de textos nuevos y de siempre. En la Historia de la lectura de Occidente y en un contexto local

Este trabajo pretende hacer un seguimiento de la Historia de la lectura en Occidente, para confrontarlo con una historia local. Parte de investigaciones previas y en curso. Hasta el momento se ocupa principalmente de «los lectores», pero quiere llegar a estudiar los textos, las lecturas, los autores. Hay una parte central en torno a unas discusiones sobre los lectores tradicionales y los contemporáneos.

Descriptor: Lectura / Lectores / Oralidad / Literalidad / Culturas gramaticalizadas.

ABSTRACT

ANDRÉS CALLE NOREÑA

Readers of new and classic texts in the history of the western reading and in a local context

This research expects to monitor the History of the read out in Occident in order to confront a local history. It starts from previous and ongoing investigations. Up to the moment, it deals mainly with the «readers» but it expects to study the texts, the reading, and the authors. There is a central issue with regards to some debates about traditional and contemporary readers.

Key words: Reading / Readers / Orality / Literalness / Grammaticalized Culture.

RÉSUMÉ

ANDRÉS CALLE NOREÑA

Les lecteurs de textes inédits et toujours. En lisant l'histoire du contexte occidental et local

Le présent document vise à retracer l'histoire de la lecture dans l'Ouest, et confrontés à une histoire locale. Une partie des recherches antérieures et en cours. Jusqu'à présent, traite principalement des «lecteurs», mais veut étudier les textes, des lectures, des auteurs. Il ya une partie centrale autour d'une discussion sur les lecteurs classiques et contemporaines.

Mots clés: Lecture / lecteurs / oral / literal / Cultures grammaticalisé.

RESUMO

ANDRÉS CALLE NOREÑA

Leitores de textos novos e clássicos na história da leitura ocidental e num contexto local

Este estudo procura dar seguimento à História da leitura no Ocidente para confrontar a história local. Isto parte de pesquisas previas e em curso. Até o momento, ocupa-se principalmente dos «leitores», mas tem a expectativa de estudar os textos, a leitura e os autores. Há uma parte central respeito a alguns debates sobre leitores tradicionais e contemporâneos.

Palavras-chave: Leitura / Leitores / Oralidade / Literalidade / Cultura Gramaticalizada.

Changes in the signs are the sign of the change

MALCOM

B. PARKES

INTRODUCCIÓN

El título podría ser planteado de otra forma, una pregunta: ¿son los lectores de textos nuevos, los lectores de siempre? Pero sería para llegar demasiado pronto a algo que está por resolverse, por deliberarse; esto podría conducir a equívocos, a generalidades. Por esto hay que mirar al pasado.



En primera instancia se ha hecho un recorrido por la *historia de la lectura en el mundo occidental*, para centrarse en el estudio de un marco local, en el presente. Para después plantear discusiones que deben quedar abiertas en torno a las dificultades y posibilidades que pueden presentarse entre las lecturas y los lectores; entre quienes leen enunciados y quienes se exponen a otros textos icónicos y formales y, en la Internet, a los textos audiovisuales, virtuales e interactivos. Este estudio apenas se adentra en una reflexión muy amplia sobre **cómo un universo complejo de lectores, de auditorios y de videntes, en la actualidad se aproxima y se arregla, ajusta, a la disposición y composición de un amplio plural de textos.**

El propósito de esta exposición es proponer un plan de trabajo y al mismo tiempo dar a conocer, de manera parcial, algunos avances de un estudio en curso, que a su vez se nutre de investigaciones anteriores concluidas, sobre **la historia, en un contexto micro, regional, de los lectores**, por ahora. Se dice por ahora porque se ha tenido como referencia obligada el libro *Historia de la lectura en el mundo occidental*, dirigido y compilado por Guglielmo Cavallo y Roger Chartier, que es un gran libro de libros y de

autores; este texto, de entrada, se refiere a *la lectura* y es amplísimo, porque abarca a los lectores, a los escritores y a las obras, durante siglos. También es citado y se recurre a la otra historia de la lectura de Alberto Menguel.

En el caso que se está tratando, el de *la Historia de la lectura en Caldas*, hasta el momento, se podría hablar de un reconocimiento de «los lectores», más que de «la lectura» en su totalidad, como sería el plan. Porque efectivamente, todavía se está lejos de tener un conocimiento suficiente de las obras y escritores leídos, propios y foráneos y esto en un tiempo aproximado que corresponde con el de una vida madura, la vida de los entrevistados mayores, de unos 70, 80 años, o sea que difícilmente se puede hablar siquiera de un siglo, en una región relativamente poco extensa.

En este sentido se habla de un plan de trabajo, de un empeño por emprender, para el que hay derroteros claros a seguir; hay ingentes tareas que están diseñadas y otras que se derivarían de estas otras: se podría plantear como una «arqueología de lo reciente», en cuanto a la consecución de textos múltiples, de un conjunto enorme y complejo de autores; piénsese por ejemplo en el género epistolar o en productos escolares. Con el agravante de que no ha habido casi interés ni condiciones para conservar y sistematizar estas informaciones. Pero aquí tampoco se detendrían las búsquedas, porque con estos materiales habría que profundizar en las condiciones materiales en que se produjeron; en las transformaciones sociales que se derivaron de la incursión de masas de analfabetos en la educación formal; en cómo las lecturas, las pedagogías, pudieron incidir en las maneras de conocer, de abordar el mundo, de concebir a las personas y de establecer redes de comunicación.

Por otra parte, habría que actuar con celeridad para recuperar los testimonios de los ancianos, porque están en el borde de su existencia, o de su lucidez, y porque ellos representan, en esta historia, unas anclas con el pasado, porque ellos fueron protagonistas de una transición en la escritura, en la lectura y también en la recepción de invenciones como la radio y la televisión, para no entrar a preguntarse desde ya por la repercusión de los ordenadores y la Internet.

De todas maneras, si se ahonda en la historia, necesariamente se hace alusión al pasado; éste es un asunto muy interesante, por no decir descon-

certante. Porque si bien se trata de historiar lo que va quedando atrás, lo que se puede conocer de ese no tan remoto pasado puede ser muy útil y hasta iluminador para entender lo que pasa en el presente. Porque se está asistiendo a la emergencia de nuevas tecnologías y medios que, desde un punto de vista, tendrían que trastocar todo, los textos, las lecturas, y hasta los lectores. Hay que preguntar entonces si estas tecnologías determinarán y son, desde ahora, el futuro. En consecuencia, ¿los alfabetos, y la escritura y la lectura de textos verbales ya han tenido su época? Éstas son discusiones abiertas y álgidas, difíciles de abordar.

INVESTIGACIONES PRECEDENTES Y EN CURSO

Para este ensayo se han tenido en cuenta varias investigaciones, de las cuales una está abierta, no se ha concluido. Dos de las investigaciones han sido directamente relacionadas con **el estudio de las culturas orales y textualizadas, y con las culturas gramaticalizadas** (ECO, 1995: 216-217). La otra investigación, sobre **narrativas de jóvenes**, no está vinculada de manera explícita con el tema; sin embargo es muy rica para explotarla, porque los entrevistados y co-investigadores fueron muchachos de muy distinta procedencia, dedicados a labores que no necesariamente tienen que ver con tecnologías de la palabra, algunos, y los otros son estudiantes de bachillerato y de universidad; circunstancia muy propia para hacer confrontaciones en cuanto al uso del lenguaje. Por lo demás, aunque algunos de ellos están inmersos en la oralidad y su comunicación fundamental es hablada, no obstante, todos transcribieron por escrito sus testimonios. Por lo tanto se pudo tener, de primera mano, una escritura que podría compararse con las más antiguas de la historia de la lectura.

INTERLOCUTORES URBANOS CONTEMPORÁNEOS

Esta investigación fue dirigida por el mismo autor de esta ponencia. Quedó registrada en las memorias del Congreso sobre Territorio y Cultura, territorios de conflicto y cambio social. Del grupo de investigación de Territorialidades, del departamento de Antropología y Sociología de la Universidad de Caldas (2001: 483-513). Así mismo hay un artículo publicado en la

Revista Escribanía del grupo de investigaciones en Comunicación de la Facultad de Comunicación Social y Periodismo de la Universidad de Manizales, n° 6, 2001: 15-31. Se copia el «Abstract»:

Esta investigación se ha dedicado a analizar cómo la posesión o la carencia de la lecto-escritura determinan distintas tradiciones y concepciones del mundo; cómo la edad del inicio de la alfabetización, el uso y la apropiación de textos y de tecnología con referentes escritos, son decisivos en la confluencia de diversas culturas, dentro de una misma temporalidad y en una sola espacialidad, que es el ámbito de la ciudad. En últimas, se trata de considerar si en la ciudad se urbanizan y modernizan las culturas de tradición oral o si en cambio, con éstas, la ciudad se reconfigura, se hace más compleja y totalmente otra (CALLE, 2001: 15).

NARRACIONES DE JÓVENES EN CONFLICTO EN COLOMBIA

Para ser directos, se copia el inicio del Informe ejecutivo. La investigación ya está terminada y evaluada y es inédita. Los investigadores principales, sobre el tema, ya han publicado varios artículos y han participado en ponencias nacionales y en el exterior.

«Informe Ejecutivo

Investigación: Narrativas de conflicto socio-político y cultural desde los jóvenes, en contextos locales de Colombia.

Investigadores: Patricia Botero Gómez. Andrés Calle Noreña. Nelvia Victoria Lugo Agudelo. Victoria Eugenia Pinilla Sepúlveda. Dora Myriam Ríos Londoño y cols. Asesora e investigadora del proyecto Transnacional: Colette Daiute. CUNY.

Instituciones: Universidad de Manizales. CINDE. Centro de Estudios Avanzados en Niñez y Juventud (UM-CINDE). Fundación FESCO.

Presentación

Este texto presenta los resultados de la investigación «Narrativas del conflicto socio-político y cultural desde los jóvenes en contextos locales de Colombia», estudio articulado al macroproyecto «Los jóvenes en conflicto

escriben sobre el futuro: Perspectiva trasnacional sobre el conflicto socio-político y cultural desde las narraciones de los jóvenes de tres regiones del mundo: Croacia, Colombia y Estados Unidos».

Por tal razón, esta investigación se define en una perspectiva trasnacional en lugar de una internacional. Procura coordinar teoría, preguntas y métodos para identificar alguna interdependencia de los procesos socio-políticos y culturales desde una perspectiva socio-histórica, para vincular las narrativas de jóvenes en contextos de conflicto a las condiciones que acaecen en el tiempo particular y los espacios concretos en que habitan.

En particular, este proyecto nacional procura comprender cómo los sistemas socio-políticos locales y globales son articulados en las narrativas de los jóvenes; así mismo, cómo éstos afectan sus vidas cotidianas en contextos y culturas concretos por medio de la personificación del conflicto. El estudio devela relaciones, regularidades y rupturas entre las tendencias encontradas en contextos geopolíticos diversos, en este caso en contextos locales de Colombia, para ofrecer nuevas maneras de conceptualizar la relación entre los objetos de conocimiento, juventud y conflicto.

LA HISTORIA DE LA LECTURA EN CALDAS, EN CURSO

En esta investigación se ha trabajado por dos años y en la misma han intervenido estudiantes que prepararon trabajos para aspirar al título de comunicadores y otros que todavía están adelantando su carrera y que, en su momento, asistían a la asignatura de Teorías III, sobre semiótica y lingüística. El director de esta investigación es el mismo autor del ensayo. En una primera etapa se realizaron 25 encuestas en forma de entrevistas semiestructuradas, y más adelante se aplicó la misma encuesta a otras cuatro personas. La primera encuesta tenía que ver fundamentalmente con la historia personal del aprendizaje de la lecto-escritura, las circunstancias y dificultades, y con las repercusiones de esta formación en sus relaciones sociales y trabajos; también tenía que ver con la familiaridad con los textos verbales y con los consumos de productos culturales. A los últimos entrevistados, además de la primera encuesta, se les hizo una adicional, enfocada al conocimiento etnográfico y sus competencias lingüísticas en sí mismas y de las codificaciones semióticas. En contraste con la investigación

sobre «Narrativas», en ésta no se tomaron muestras escritas sino que se grabó y transcribió el material. La primera parte de la encuesta respondía a cómo sus competencias lingüísticas repercuten en el uso, conceptualización y apropiación del tiempo y el espacio; la coordinación de comportamientos; resolución de problemas; procesos de memorización; clasificación y jerarquización; procesos de aprendizaje y enseñanza. En la segunda parte se hizo revisión de la construcción gramatical; del léxico; de la gestión del conocimiento; de la hipo y la hipercodificación; de las codificaciones sintácticas y semánticas; y se analizó, según Maturana y Varela, *la comunicación sobre lo social y la comunicación sobre la comunicación* (Fritjof. Capra, 1998:297).

REPASO DE LA HISTORIA DE LA LECTURA EN EL MUNDO OCCIDENTAL

No se trata de hacer un compendio, un resumen de un libro inmenso. Más bien, para los objetivos trazados sería pertinente resaltar hitos, marcas, del proceso de formación de los lectores, de la producción de textos y de las formas y de los cambios en las maneras de leer, a través de los siglos. Además, de una manera sistemática y puntual se pueden comparar estos procesos, con algunas observaciones y resultados del estudio actual y de las investigaciones precedentes.

Se hizo una revisión juiciosa de todos los capítulos y de los autores y también se buscó hacer cruces y confrontación de sus pensamientos y tesis, para destacar los interrogantes decisivos, los que llevan a nuevas indagaciones y los que son procedentes para tratar de establecer paralelos con la historia local.

Es muy notorio encontrar que un proceso que llevó más de veinte siglos, sobre todo en el centro de Europa, en la cristiandad, con una expansión muy lenta y desigual, muchas veces lo atraviesa, en otra parte del globo y en otra época, una parte importante de una población en menos de lo que se gasta una vida, en unas dos generaciones. O también un individuo, un niño, una mujer, una persona muy pobre, un miembro de una minoría, que pasan el umbral y continúan, a tiempo, una formación básica; o aprenden un oficio calificado o el manejo de destrezas y labores complejas, que no se aprenden ni por imitación ni dentro de un contexto tradicional y

que dependen de competencias de lectura y de análisis y de abstracción, todos ellos tienen un cambio drástico en sus costumbres, en su aproximación a los demás, en las pragmáticas de la comunicación y, en muchos casos, por su agencia devienen mínimas modificaciones en un círculo de familiares, de allegados, que se crece y puede alterar significativamente las condiciones socio económicas, políticas y culturales de todo un conglomerado.

Esto sería como un primer acto de **la cultura de la literalidad**. Desde entonces, hasta que llegue a tenerse una producción de textos: que se vieran en caligrafía o en caracteres de imprenta las narraciones, los mitos fundacionales, las historias; o para que haya una literatura propia, poesía, novela; o la consignación de estudios científicos, puede ser un camino no sólo largo sino lleno de dificultades y de contradicciones. Al respecto,

...se puede afirmar que las más importantes modificaciones que se dan dentro de cada uno de los sistemas gráficos ocurren siempre por influencia de aquellos que de todas formas saben y pueden escribir (y leer) y que en la mayoría de los casos son auténticos profesionales de la escritura y de lo escrito (PETRUCCI, 2002: 71).

Estos productos culturales, la divulgación de los mismos y la apropiación, el comercio; la lectura, la enseñanza, la crítica, la vuelta a citar de estos mismos párrafos en otros discursos y libros, que haya intertextualidad, libros que se vuelvan teatro o cine, etcétera; el que esto sea para una minoría, o sólo para los hombres, o para sacerdotes; o que se quede en manos de unos pocos que tienen poder adquisitivo o que, en cambio, permeee nuevas capas de la sociedad; que quienes adquieren libros también accedan a otras creaciones del arte; que se pueda tener una industria cultural desarrollada; que haya políticas públicas para el impulso de la lectura y la escritura, o que haya bibliotecas, y en la actualidad, acceso a la Internet y *software* actualizado, todo esto puede determinar distancias, barreras y desarrollos completamente dispares, y quién sabe si inalcanzables o irrepetibles.



Valga anotar, con Petrucci, que:

La distribución social de las capacidades de leer y escribir siempre se dio y se da según líneas de desarrollo y agregación irregularmente distribuidas, que terminan por generar zonas de alto desarrollo junto a otras de profundo subdesarrollo, que en cierta medida repiten el recorrido de la relación distributiva entre las zonas de riqueza y las de pobreza (2002: 39-40).

Para sólo detenerse en lo más significativo del proceso de la lectura, se tendría que mencionar la escritura de correspondencia fonética y todos los cambios de la representación de la sintaxis: el paso de una escritura sólo en mayúsculas al uso de *altas y bajas*; la separación de los bloques de sentido, hasta llegar a la transcripción de preposiciones y conjunciones, a la separación de las palabras y la completa estructuración de la proposición con sujeto, verbo y predicado.

Con el mismo autor:

se llegó entre los siglos VII y XII a la introducción, primero de espacios entre grupos de palabras y luego, al uso moderno de la separación regular de las distintas palabras entre sí, con lo que se pasó de un sistema que separaba las palabras con signos y las unidades de sentido con espacios en blanco a un sistema opuesto, que separaba las palabras con espacios en blanco y las unidades de sentido con signos (PETRUCCI, 2002: 20).

Después están la lectura individual y la inmersión en el silencio y en la comprensión de signos visibles, no icónicos, considerados como artefactos. Viene luego el paso del escriba, que se convierte en lector en público y que casi que repite de memoria las oraciones, hasta llegar a quien escribe para leer o ser leído, o a quien lee y comenta al margen los textos. Es todo el tránsito entre hablar sobre lo hablado, hablar sobre lo escuchado en la conversación o lo que se ha recibido en una *lectio* en público; y avanzar hasta poder transcribir lo dicho o copiar lo escrito; dictarse a sí mismo pensamientos y verterlos en gramaticalidad y, mucho después, escribir libros de libros; hasta reunir la verbalidad con los lenguajes formales, continuos, discontinuos, numéricos, gráficos (sin la gramaticalidad, como en el álgebra); entre otros lenguajes formales especializados, como el de la música.

Como se verá, también en la modernidad se encuentran la imagen y la verbalidad, como instrumentos de las clasificaciones y las sistematizaciones, del enciclopedismo. Las imágenes en este período son ante todo ilustraciones. Pueden ser las de la cartografía, la ingeniería, la arquitectura y la perspectiva, que son textos de textos, textos en los que se verbaliza un diseño o se explica una teoría con argumentos, con recursos propios para la mensurabilidad. Pueden ser los planos cartesianos, o las representaciones de la realidad que pretenden o pretendían objetividad y completitud (sobre todo, antes de la fotografía); no obstante, pasado un tiempo estas *imágenes del mundo* vayan a ser controvertidas, confrontadas o sean reemplazadas por otras, a partir de nuevos paradigmas. Con la ayuda de las tecnologías, con telescopios y microscopios, poco a poco aparecerán imágenes de lo inmensamente lejano e inmensamente grande; y de lo inmensamente cercano, inmensamente pequeño. Ya fuera con imágenes o con enunciados, esto es otra manera de conocer y de abordar la realidad. Se pueden hacer críticas a la modernidad o defenderla, pero con unas posiciones o con otras, todos son –los que intervienen en esta polémica, y habría que discutir si lo serán hacia el futuro–, deudores y tributarios de los textos, de los lectores y de las lecturas que los antecedieron. Todos los que están en condiciones de formular un debate teórico pueden hacerlo, en gran parte, porque tienen un capital cultural –que sea occidental o no, eso es otra cosa–, y porque pertenece a una cultura gramaticalizada, hipercodificada o literalizada, como se la quiera llamar.

Ahora se cuenta con simuladores y representaciones virtuales, habría que preguntarse si estas imágenes de las nuevas tecnologías son reales, si son signos, si son códigos arbitrarios, si son conceptuales, si son icónicas o continuas y teóricas. De todas maneras, la ontología no está resuelta.

REFLEXIONES EN / SOBRE LA LITERALIDAD EN OCCIDENTE Y EN UN CONTEXTO LOCAL, HACIA EL PRESENTE

Como se ha anunciado, se hará un repaso del libro de libros, *Historia de la lectura en el mundo occidental*, con el fin de resaltar los hitos importantes del proceso y tratar de establecer un puente, unos paralelos, para intentar comprender la historia local, casi toda centrada, por el momento, en ‘los

lectores', pero con el objetivo de avanzar hacia 'la lectura'. En este recorrido se hará énfasis en aspectos muy concretos, que en esta disertación se conectarán con discusiones propias del pasado y del presente, que se traerán enseguida, que tienen que ver con la representación de referentes empíricos, de enunciados y de teorías.

LA SINTAXIS Y LA SEMÁNTICA EN LA ORALIDAD Y LA LITERALIDAD

Walter Ong llama la atención, al referirse a *las psicodinámicas de la oralidad*, en que el pensamiento y las culturas que viven inmersas en la oralidad privilegian formas redundantes, copiosas, reiterativas, en la expresión y esto incide en sus fórmulas mnemotécnicas, en sus explicaciones, en sus relatos y también en la concepción del mundo, de las personas; en las lógicas, las morales y las estéticas. Esto no quiere decir, por supuesto, que esto sea característico de pueblos prelógicos, infantiles, atrasados; simplemente es otra manera de conocer, de armar sus estructuras mentales, de hacer énfasis en ciertas inteligencias, de ello devienen diversas epistemologías, ontologías, etcétera. Esto se puede observar muy bien al tratar de comprender y diferenciar el mito y el *logos*, dentro del pensamiento griego.

Cuando se trata de la palabra hablada, sonora, el hablante, el interlocutor, no necesariamente hace conciencia de la gramática; para él las palabras están circunscritas en el gran código de la cultura, son unidades de sentido. Por esto mismo son performativas, porque cumplen cometidos, actúan en nombre de la persona; son efectivas, como las maldiciones, las promesas o los juramentos.

Hay una transición muy clara entre tener que capturar, retener, y atender, decodificar lo sintáctico, especialmente sonoro, y pasar a una comprensión semántica. La recepción de las hablas, como unidades fónicas, no facilita la separación entre lo sintáctico y lo semántico. Aunque **lo sintáctico gráfico** deja de ser sonoro, para convertirse en visual; de todas maneras esta forma no atrapa la vista, en el sentido de que no la detiene en una continuidad, en la comparación con un referente externo. Se ve de manera distinta lo icónico y lo digital; precisamente porque lo digital es desarticulable. La correcta construcción sintagmática posibilita la correlación y la distancia entre los sintagmas y los paradigmas; si se tiene en cuenta a Benveniste, hay

la posibilidad de ascender y descender entre los niveles de la lengua. Mientras la lengua hablada se queda en el discurso y no desciende, la literalidad permite descender, ir del *sentido* a *la forma*, pero no para quedarse en *la fonética* o en *la morfología* sino para volver a integrar *el nivel categoremático* y abrirse paso hacia el discurso, hacia la pragmática (BENVENISTE, 1978).

En contraposición a las culturas orales, se lee en el capítulo sobre «La lectura en los últimos siglos de la Edad Media»:

En lugar de la lectura oral de la Antigüedad, la Edad Media tardía se basó en un proceso de lectura visual dependiente de textos que tanto en su expresión sintáctica como gráfica eran sencillos y analíticos. La separación y el orden de las palabras, la puntuación emblemática, la autonomía de las frases, el ordenamiento tanto de las palabras como de las frases dentro de las oraciones complejas y el uso de las conjunciones y adverbios para la construcción de oraciones compuestas y complejas agilizaron la comprensión secuencial del significado dentro de los límites de la frase y de la oración. En tanto que el lector antiguo confiaba en la memoria auditiva para retener una serie ambigua de sonidos como paso previo para extraer el significado, el lector escolástico convertía de inmediato los signos en palabras y los grupos de palabras en unidades de significado, para luego olvidar rápidamente las palabras concretas y su orden de sucesión. La memoria se utilizaba fundamentalmente para recordar el sentido general de la frase, la oración y el párrafo (Cavallo, Chartier, Saenger et. alt., 1998: 202).

Mientras **lo sintáctico de la sonoridad** propende por un pensamiento de juicios sintéticos, de reunión, de completitud, de integración y, según Ong, es natural; en cambio el paso de lo sintáctico a lo semántico, o también el hacer conciencia de los procesos de articulación y desarticulación (cosa que se acentúa con la separación de las palabras, con la puntuación y el orden sintagmáticos, que también es lo sintáctico, pero visual, gráfico, en silencio), propician más la diferenciación, primero gramatical y luego conceptual, y esto favorece la abstracción y los procesos analíticos.

En este mismo orden de ideas, en el capítulo sobre «La lectura en los últimos siglos de la Edad Media», se hace referencia a las innovaciones, en la sintaxis, en la gramática, en el norte de Europa, durante el siglo XII.

La separación canónica de las palabras, que introducía espacios claramente perceptibles entre todas y cada una de las palabras de la oración, incluidas las proposiciones monosilábicas, minimizaba la necesidad de leer en voz alta... La separación de las palabras mediante espacios y la uniformidad del orden sintáctico permitieron exponer las ideas de manera clara, precisa e inequívoca, lo cual era un requisito indispensable para expresar las sutilezas de la filosofía escolástica. Ambas condiciones eran también requisitos previos para el desarrollo de la puntuación sintáctica y la agilización de la lectura, que dependía de la percepción visual inmediata de la palabra, así como de la identificación de otros elementos del texto: la frase, la oración y el párrafo (Cavallo, Chartier, Saenger et. alt. 2001: 189).

Walter Ong asocia la invención de un alfabeto de correspondencia gráfica y fonética, con el surgimiento de las reflexiones filosóficas en la antigua Grecia; de la misma manera, se afirma que la fijación de sistemas de escritura con corrección morfológica y sintáctica, permitieron el avance de la escolástica y fueron el advenimiento del método científico, del estudio y el análisis sistemáticos de la modernidad.

Lo sintáctico sonoro alude a la continuidad, a lo analógico, se percibe como se hace con las imágenes visuales. Las palabras dichas o escuchadas se captan como otras imágenes mentales, en este caso acústicas. Por esto mismo la recepción es de cadenas fónicas, continuas, completas, en la pragmática, en el discurso. Normalmente ni se habla ni se recibe una lengua palabra por palabra, y mucho menos se puede hacer un seguimiento de monemas y de fonemas. Nuestra propia lengua materna está conformada por unidades de sonido, de entonación, de acción, que corresponden con la intencionalidad, el uso, el contexto, las circunstancias que se establecen entre dos o más interlocutores; son los llamados *juegos del lenguaje*: mientras dos hablantes intercambian oraciones completas o sintagmas, simultáneamente se hacen entender o también discuten, se insultan, se burlan. En este mismo orden de ideas, por esto cuesta comprender una lengua nueva, porque mientras se recupera toda una imagen de sonidos, se dilata o queda difícil hacer coincidir estas unidades fónicas con los significados. Una cosa es comprender fragmentos de oraciones en otra lengua, saberlos oír y diferenciar, no perderse en el hilo de un discurso; pero otra cosa bien distinta es poder pensar, soñar, reírse, rezar, contar, en otro sistema de signos lingüís-

ticos totalmente ajeno. Precisamente la enseñanza de otra lengua, en procesos formales, académicos, se inicia con la literalidad, los grafismos y la gramática y es una experiencia totalmente nueva a la del aprendizaje de los niños con su primera lengua.

No obstante, que quienes dominan y viven dentro de una lengua específica, la materna por lo general, la pueden usar sin conocer su estructura interna; incluso pueden conseguir establecer con incorrecciones, una dinámica de comunicación, mientras no haya escritura, un sistema de registro sintáctico visual: ideográfico, consonántico, silábico, de correspondencia fonética (como el del griego y el latín), el que sea, es casi imposible tener una conciencia y hacer un estudio de las gramáticas propias o ajenas. La imprenta fue decisiva para que se pudieran elaborar las gramáticas de las lenguas vulgares; y estos textos, escritos, fueron necesarios para construir las lenguas nacionales de los primeros estados-nación, modernos. A propósito,

La difusión de la imprenta acaeció en una época en que el recurso a las lenguas nacionales se estaba incrementando en la mayoría de los terrenos de la vida social. Con toda evidencia, la imprenta favoreció esa evolución, puesto que el funcionamiento económico de la nueva técnica entrañaba la búsqueda de nuevos mercados y, por tanto, un incremento del público lector (Cavallero, Chartier, Gilmont et al., 2001: 333).

En el otro extremo de lo sintáctico sonoro se puede ubicar **lo sintáctico formal**. Se puede tratar de formas continuas no icónicas (como las de la geometría, que no son icónicas porque son teóricas y no necesitan referentes empíricos); también pueden ser formas continuas no icónicas: los números y los signos teóricos propios de disciplinas y ciencias, como las matemáticas, el cálculo, la astronomía, etcétera (éstos son también signos gráficos no verbales, no digitales); o pueden utilizarse signos gráficos, por fuera de gramaticalidad, de la morfología y las sintaxis verbales (como los del álgebra, la física o la química, que no conforman oraciones ni relatos). Estos últimos, como también los de la música, pueden considerarse digitales, en ciertas circunstancias, cuando su función puede definirse por el valor posicional u oposicional.

Como ya se ha hecho explícito, la historia de la lectura local, por ahora, está más centrada en los lectores. Por eso las consideraciones sobre la sintaxis y la semántica están pendientes. Apenas se pueden hacer anotaciones a partir de la entrevista semi-estructurada, que se hizo de viva voz, en presencia. Esto fue muy productivo, sobre todo con aquellas personas que están más al margen de las tecnologías de la palabra. De todas maneras, en otra investigación, sobre *Narraciones de los jóvenes en conflicto*, se hizo un ejercicio muy difícil y riesgoso: se les pidió que directamente escribieran sus testimonios. Ellos tienen muy distinta aproximación a la educación formal, porque entre ellos hay analfabetas y también estudiantes de bachillerato y de universidad, que igualmente se pueden clasificar como alfabetizados instrumentales, profesionales, etcétera. En sus textos son muy apreciables estos aspectos sintácticos y semánticos; sin embargo, al cerrar y al concluir, se pudo constatar cómo entre los estudiantes, con mayor influjo de la literalidad, predominan muchos rasgos del *iconismo* (ECO, 1995) de la palabra sonora al leer y tienen muchas dificultades para transcribir los enunciados con una gramática básica correcta. Estos últimos, no obstante su preparación de educación superior, con dificultad podrían ser admitidos como escolares en los claustros de la escolástica.

A propósito, se lee en el capítulo sobre «El modelo escolástico de la lectura»:

Hay una evolución de la manera de leer a partir del siglo XII. La enseñanza y una cultura adquirida lo más rápidamente posible pasaron a sustituir un conocimiento profundo de las obras. En adelante, se leía en diagonal... En la mayoría de los casos, los universitarios no leían ya por placer, sino solamente con el objetivo de adquirir los elementos indispensables de una cultura utilitaria (Cavallo, Chartier, Hamesse et al. 2001: 182).

De los estudiantes escolásticos se sabe que habían ido perdiendo el interés por la espiritualidad, por eso ya no se dedicaban al estudio fervoroso y sistemático de la Biblia, de la patrística, y querían abrirse a nuevas lecturas y su preocupación era pragmática. Faltaría averiguar entre los universitarios de hoy en qué quieren profundizar, sobre qué quieren saber y con qué finalidad.

LECTORES TRADICIONALES, ¿LOS DE SIEMPRE?, Y NUEVOS, CONTEMPORÁNEOS

¿Tal vez los lectores tradicionales serán sólo los occidentales, o serán los lectores de la verbalidad y de cualquier tiempo y lugar? Los lectores contemporáneos ya no son necesariamente occidentales, pero ¿serán algo más que lectores verbales? ¿O habrá que ampliar el término 'lector'? Precisamente, para retomar muchos de los primeros resultados de la investigación local, se hizo un comentario en torno a los lectores. En este caso habría que examinar en dónde podrían estar ubicados los personajes entrevistados. Se puede adelantar una conclusión, que es una gran paradoja, porque evidentemente la mayoría de ellos no ha cumplido el proceso completo de un lector occidental; sin embargo, muchos de éstos, sobre todo los de mayor escolaridad, y en la región, los que tienen un poder adquisitivo alto, se podrían caracterizar como lectores contemporáneos, en la medida en que incursionan y hasta tienen una gran dependencia de los sistemas virtuales.

En consecuencia, sería muy productivo retomar las **etimologías de los términos 'leer' y 'lectura'**. Apunta Jacqueline Hamesse:

A través de la sintaxis latina, numerosos textos reflejan los diversos sentidos del verbo *legere*. En efecto, la construcción de la frase era diferente según se designase la enseñanza del maestro, la instrucción del alumno o la lectura privada o personal; se hablaba de *legere librum illi* ('explicar un libro a alguien'), de *legere librum ab illo* ('aprender un libro con ayuda de alguien') o de *legere librum* ('leer un libro'). Efectivamente, se comprueba que contrariamente a *lectio* y *legere*, que pertenecían a la lengua clásica, lectura era una creación medieval que databa sólo de la época universitaria, dentro del contexto de la enseñanza, para designar un procedimiento totalmente específico de exposición de texto (Cavallo, Chartier, Hamesse et. al. 2001: 163).

Podría convenir hacer una categorización, según estos **sentidos del leer**, de los lectores, anteriores y de los actuales. Sobre todo para tratar de conocer mejor a los del presente. Por ejemplo, ahora se ha abierto la formalidad de la escuela y se afirma que ya no sólo enseñan los maestros. Por otra parte, sería discutible si realmente la lectura en la contemporaneidad, y sobre todo en la Internet, es individual, personal. Faltaría indagar, en la actualidad, quién le explica a quién, cómo se comparten y se distribuyen las



competencias; ¿de quién se precisa ayuda? Puede ser sintomático de los procesos autodidactas que muchos de los programas de Internet traen directamente 'ayudas', las mismas que cada quien puede utilizar sin depender de nadie. Pero también quedaría por definir **qué se entiende por lectura en la actualidad y frente a las nuevas tecnologías.**

De todas maneras, en este punto se hizo una comparación entre los personajes que podrían estar en los extremos de la cultura y de la historia de la literalidad. Así mismo, si se hace énfasis en la importancia de la lectura individual, con relación al silencio y al aislamiento, pero también con respecto a la emergencia del sujeto político, de mayor autonomía; es interesante considerar **qué experiencia de la individualidad tienen los lectores contemporáneos.** Si se confrontan los lectores de la época de finales del siglo XVI, sus lecturas y su contexto, con las grandes posibilidades de la lectura en pantalla y a través de la Internet, con los lectores de la actualidad, con los internautas, habría que llamar la atención en lo siguiente: ¿qué tan personales son las lecturas del presente? Porque los lectores, escritores de pantalla, tienen múltiples maneras de estar en red, de estar comunicándose y aun vigilándose; tienen cámaras y *messenger* abiertos, envían y reciben correos y todo se hace en tiempo real.

Gilmont preparó el capítulo sobre «Reformas protestantes y lectura». Es importante, después de haberse detenido en la Edad Media, resaltar un momento clave de la modernidad, el de la Reforma. Con respecto a los protestantes hay que recalcar que, dentro de sus cultos, desdeñan las imágenes y buscan una espiritualidad más abstracta; esto también hay que conectarlo con una relación directa con el libro sagrado, sin la mediación del sacerdote. Todo lo anterior repercute en privilegiar las lecturas individualizadas, silenciosas y críticas. Escribe este autor:

La asimilación de un texto por un lector es una labor eminentemente personal de selección y reestructuración de los elementos escritos. Según el feliz término de Michel de Certeau, leer es una ‘caza furtiva’. Si lo escrito se presenta como una sucesión de palabras, líneas y páginas que hay que recorrer linealmente desde el comienzo al final, el lector no por ello es menos libre de descubrir ese espacio a su manera. Mejor dicho, no es pasivo ante el texto, cuyos valores e ideas no acepta necesariamente (Cavallo, Chartier, Gilmont et. al. 2001: 357).

El lector de la Reforma y el ilustrado tenían una disciplina de aislamiento, de aquietar la atención y la vista y de silenciar la mente; la gramática de lo escrito les imponía una rigurosidad en el seguimiento del texto.

Con toda seguridad ahora, en el presente, sí se puede leer un texto en pantalla, como si fuera un impreso, de la misma manera que los estudiosos del pasado; pero así como hay nuevos apoyos, –porque se puede tener acceso a diferentes ventanas simultáneas (como pueden ser diccionarios, buscadores y recursos de ordenamiento)–, también hay una infinidad de distractores: música, imágenes, juegos, etcétera. Por esto habría que indagar qué hay en los ‘espacios’, qué se encuentra tras los intersticios, qué permiten las lecturas de antes y de ahora.

Si los lectores antiguos abrían espacios en la cadena gráfica para hacerse preguntas en el mutismo; si lo discreto del lenguaje digital era propicio para abstraer, ¿qué pasa en la actualidad? El lector-escritor, el investigador, competentes contemporáneos que están inmersos en el conocimiento y que tienen competencias específicas, podrán hacer su trabajo en menos tiempo, con eficiencia, conseguirán resultados insospechados (sólo habría que comparar las dificultades de una máquina de escribir convencional, con las posibilidades de un programa de Word); y de igual manera dispondrán de la conectividad, de las «ayudas audiovisuales», de los simuladores, de las versiones actualizadas de los programas y de las que se van anunciando y que cambian las condiciones de operatividad. Pero no hay que ser ilusos: no por tener ordenadores, el desempeño es sustancialmente diferente; se puede ser sabio, experto, especialista, enciclopedista, políglota, con o sin nuevas tecnologías. De pronto lo que más ha cambiado ahora es que ya no

se piensa en eruditos renacentistas sino en equipos de investigación, en búsquedas *inter, trans, multi*, disciplinarias; pero esto ya es otra cosa.

Pero frente a quienes ni siquiera tienen hábitos de estudio, como los que adquirieron los escolares medioevales, o los que tienen cierta predisposición pedagógica para la inducción y para aprender desde las lógicas de lo concreto (por más virtual que sea lo que tienen en frente, lo virtual se aprecia como sucedáneo de lo real y concreto); delante de quienes se les dificulta la comprensión de lectura de un texto medianamente complejo –y ni qué decir de un discurso de metalenguajes–, habrá que preguntarse: ¿será que se obra el milagro por el solo acceso a las nuevas tecnologías?; ¿qué de un momento a otro se les abre la mente y tienen la comprensión que nadie se imaginaba?; ¿será que se tienen muchos prejuicios y se está ante nuevas formas de abordar los textos y ante nuevos textos (entendidos éstos no sólo como lo verbal, sino como grandes significantes)? También, ¿será posible una apropiación de los nuevos aportes de lo virtual que no esté centrada en las competencias lingüísticas?

Otra perspectiva podría ser que se establezca una competitividad diferenciada, que marque distancias entre unos y otros: habrá algunos que potenciarán la literalidad sin que esto les cree obstáculo alguno para navegar y para estar actualizados en los sistemas; en cambio habrá otros que antes vayan decreciendo en sus habilidades lectoras de lo verbal, o se constituyan en «alfabetizados profesionales» o en «semianalfabetos funcionales», como los llama Petrucci (2002:28), aunque esto no impida que sean usuarios funcionales, y hasta avanzados, y ávidos de novedades de los *software* y de los sistemas. Estos interrogantes quedan por responder.

BRECHA ENTRE PRODUCTORES Y PRODUCTOS DE LA LITERALIDAD

En un capítulo que se titula «Leer por leer: un porvenir para la lectura», Petrucci insiste en que más que una crisis de la lectura en Occidente, se ha dado un **replanteamiento de los cánones de textos**. Un canon *es un elenco*, un repertorio *de obras o de autores propuesto como norma y como modelo...*

...cada cultura escrita ha tenido uno o más cánones válidos absolutamente o en ámbitos concretos (religioso, literario, etc.). Asimismo, nuestra tradición

literaria occidental ha elaborado uno, suficientemente amplio para satisfacer las necesidades de la industria editorial, pero también lo bastante rígido para reproducir los valores ideológicos, culturales y políticos que están en la base de la visión del mundo occidental desde hace dos siglos hasta este momento (Cavallo, Chartier, Petrucci et al. 2001: 526).

En principio, se podría discutir si es desde hace dos siglos o es desde más atrás que compartimos los mismos valores; de pronto sí los ideales del liberalismo y de la Revolución Francesa; pero más importante que esto es poner en duda que los lectores incipientes de esta región siquiera hayan podido tener delimitado un canon. De todas maneras, sí se está de acuerdo en que el canon de los textos verbales puede estar en entredicho.

Es necesario retomar al autor:

Naturalmente, no es la primera vez que un «canon» de textos escritos tradicionalmente aceptado se pone en discusión en su totalidad o parte de él. En nuestra historia, que es la que mejor conocemos, esto ha sucedido por lo menos otras dos veces: la primera entre los siglos III y V, cuando la cultura cristiana se rebeló contra la tradición pagana e impuso su «canon» en lugar del que incluía a autores griegos y latinos; y la segunda vez, entre los siglos XIV y XV, cuando los humanistas italianos rechazaron el «canon» propio de la cultura universitaria-escolástica y opusieron otro repertorio de autores, sobre todo clásicos latinos y griegos (Cavallo, Chartier, Petrucci et. alt., 2001: 537).

Antes de ir más adelante habría que ampliar el concepto de «texto» a todo tipo de significantes, de *sistemas código-sintácticos*. En este sentido no sólo se puede hablar de la discusión de un canon aceptado, lo que supone replantearlo, renovarlo, ampliarlo; sino que habría que hablar de cánones en plural: cánones con significantes verbales y otros con significantes no verbales; cánones de textos escritos, al lado de otros de lo icónico; los cánones de lo gestual (en un amplio reconocimiento de la corporalidad a través de los tiempos, de las culturas, de las edades, de los géneros, etc.); de cánones del arte, de la plástica (lo figurativo, lo abstracto, lo conceptual, los estilos, modos de producción, etc.). Solamente el cine, como arte, ya tiene una producción tan basta que sería inaceptable no hablar de sus cánones textuales.

Están también los cánones de los lenguajes formales, los de más trayectoria y reconocimiento, los más hipercodificados y los que son necesarios para representar los paradigmas de la relatividad, el caos, la incompletitud, las lógicas difusas, y también para nuevas disciplinas con hallazgos que están por verse, como la genética y la neurología. Habría que hablar de cánones de ciencia, de filosofía, de economía, de todas las ciencias y disciplinas, y también de los campos de confluencia, de los estudios cruzados. La pregunta de fondo es si no es necesaria una cultura de la literalidad, básica, de la gramaticalidad de lo verbal, para poderse introducir en estas áreas; si no es preciso tener unas representaciones formales, no necesariamente verbales, pero no icónicas, para representar una realidad cada vez más elusiva y también para poder expresar metalenguajes y meta-estructuras.

La cita anterior continúa, y es en esto en lo que se quiere hacer énfasis:

...Sin embargo, en ambos casos (en que se pusieron en discusión los cánones, en Occidente), los cambios del 'canon' fueron paralelos al nacimiento de nuevos modos de producción de los testimonios escritos, de nuevos modelos de libro y de nuevas prácticas de lectura. Tal vez incluso en la transformación que se está produciendo actualmente ante nuestros ojos es posible vislumbrar alguna señal del cambio de modelos en el plano de la producción y de la práctica.

En las circunstancias locales, para no caer en generalidades, si bien los cánones establecidos se quedan sin sustento y si las nuevas tecnologías entregan nuevos repertorios de textos inusuales, originales, de significantes, y está en ciernes la instauración de nuevos cánones en plural; de todas maneras, ninguno de estos cambios ha coincidido con una eclosión productiva ni de literatura, ni de narraciones, ni de escritos científicos y filosóficos. Faltaría traer datos precisos para corroborar lo que en comienzo es de sentido común; pero hay suficientes estudios que dan cuenta de la precariedad de las editoriales, de los periódicos y de la industria cultural, en casi su totalidad (posiblemente la producción de música se salva de este comentario). En cuanto a la emisión de repertorios audiovisuales en los medios y en la Internet, sí se puede hablar de su vastedad, pero difícilmente se puede afirmar que sea una producción autónoma; que haya una correlación, como la llegó a haber entre producir escritura y leer, entre consu-

mir, recibir imágenes, sonidos, videos, textos y toda la información posible y estar en condiciones de ser emisor, enunciante, creador, actor, autor en las mismas proporciones.

Es un hecho que cada vez hay mayor caudal informativo y hay una hipertrofia de las clasificaciones de los públicos, de los tipos de consumidores. Precisamente, los buscadores en la red pueden ser sintomáticos de este fenómeno. No obstante, habría que cuestionar si cada vez no hay una brecha mayor entre los productos y los productores. Si se puede hacer una retrospectiva, se puede observar el esfuerzo inmenso que se da en toda la Edad Media para que quienes pueden leer, o quienes están en el papel de auditorio pasivo, puedan también escribir. Más adelante se puede resaltar la personalidad de un estudioso universitario que no solamente lee, sino que al tiempo anota, comenta, copia y produce nuevos textos. En otros campos, más adelante, en el Renacimiento y en los siglos siguientes, cada vez es más frecuente la figura de quien contempla obras de arte y luego hace su propia obra; hay una circulación muy grande de sentidos entre pintores, grabadores, impresores, como si todos pudieran tener un bagaje común, como si se estuvieran nutriendo unos a los otros.

En la actualidad, se puede obtener una gran producción de textos verbales (además, hay una capacidad inmensa, casi inconmensurable, de reproducción de textos, que no necesariamente tienen que estar impresos que simplemente se envían, se almacenan o se guardan en un disco duro, en una memoria). Es un gran dilema saber qué es preferible: si almacenar textos impresos en una biblioteca o estar conectado a la información en red. Los periódicos se debaten entre mantener sus ediciones de papel o privilegiar las emisiones (porque no queda claro si al no ser impresos, son ediciones) en línea. Todo este flujo de datos, de información, es cada vez más accesible para quienes poseen un ordenador o un receptor similar (como un teléfono móvil, una *palm* u otras opciones en el mercado, cada vez más populares y menos costosas) y quienes tienen acceso a banda ancha, o cualquier otro dispositivo.

Sin embargo, el lector del común, aparentemente es una persona que se queda corta para redactar, para trasponer códigos, para traspasar imágenes en palabras y palabras en imágenes. Sí es cierto que hay recursos

increíbles, por ejemplo en la captación y edición de imágenes, o en las mezclas de sonidos, pero, ¿quién está en capacidad de crear realmente nuevas obras y lenguajes? No será también que cada vez se encuentran ciertos técnicos, expertos de las tecnologías, ¿y quienes están continuamente actualizados, que tienen acceso a las últimas innovaciones; que saben operar, aprovechar, adaptar sistemas, lenguajes, software?; pero ¿son ellos mismos los artistas, los artífices, o son quienes les allanan el camino a otros creadores?

Posiblemente se hayan perdido las correspondencias manuscritas para siempre, el género epistolar. Pero habrá quien asevere que los jóvenes y los usuarios de Internet hoy están enviando más mensajes que los que nunca se pudieron escribir, en proporción a la población, en otras épocas. Incluso, se podrá hacer toda una apología del 'reconocimiento' de las personas que esto supone, porque se pueden estudiar las variantes de la producción de correos electrónicos, porque se pueden clasificar por el género, la edad, la procedencia, el grado de escolaridad, lo que se quiera. Pero fuera de que estas producciones mediáticas puedan considerarse como lenguajes, en algunos casos es difícil reconocerlas como 'hablas', como verbalizaciones. O si no se quiere ser tan tajante, si no se quiere pecar de purismo, en una letra Q (cu), que en una pantalla de teléfono móvil o en un Messenger representa el vocablo 'que', ¿no hay el paso de un lenguaje binario a uno icónico? Porque ya esta letra no hace parte de un alfabeto, es simplemente un ideograma. Lo mismo que las letras BN, que quieren decir muy bien, entre otras. Sea lo que sea, dista mucho un Messenger de ser un género literario.

En definitiva, cada vez se es menos autónomo como lector audiovisual; cada vez se es más funcional dentro de un sistema operativo, pero también cada vez se es menos productor y creador de su propia literatura, de su propia gramaticalidad. Un lector convencional, de los que parece que podrían volverse obsoletos, era en muchos casos un verdadero interlocutor del autor del texto de lectura. Por lo menos en lo que respecta a la verbalidad, ¿no será que se está dejando de aspirar a ser lectores competentes, por lo menos en los textos verbales, para pasar a constituirse cada sujeto en un consumidor especializado, en un rastreador de documentos, un manipulador de materiales, pero que no necesariamente está en condiciones de interpretarlos, de interpelar a los autores, etcétera?

TECNOLOGÍAS DEL LENGUAJE Y PENSAMIENTO

En este punto se pretende plantear algunas discusiones que sobrea-bundan los márgenes del estudio de la historia de la lectura en un ámbito local y que por esto apenas quedarán como caminos abiertos por recorrer; pero estas discusiones son conducentes para la comprensión de unos primeros avances o resultados y, sobre todo, pueden dar un marco teórico y epistemológico a la investigación.

¿Qué se puede tener claro? Es un hecho: el lenguaje, desde hace entre 100 y 150 mil años es moderno, según Luca y Francesco Cavalli Sforza (Cavalli Sforza, Luca y Cavalli Sforza, Franceso, 1999). Todos somos contemporáneos en el lenguaje. Como dice Ernst Gombrich del arte, en realidad no habría una historia del lenguaje, porque la capacidad de hablar, de tener códigos verbales articulables y desarticulables, producidos por comunidades históricas, lenguas traducibles y aprendibles, todo esto es parte inherente del ser humano, del pasado, del presente y de cualquier porvenir. Pero **las tecnologías sí son históricas**. La escritura es una tecnología aparentemente reciente, que puede tener aproximadamente unos tres mil años de invención. Las otras tecnologías que comprenden el lenguaje verbal son la imprenta y los ordenadores. Walter Ong retoma a Clanchy (Ong, 1979: 88-115) y al respecto afirma:

En cierto modo, de las tres tecnologías, la escritura es la más radical. Inició lo que la imprenta y las computadoras sólo continúan: la reducción del sonido dinámico al espacio inmóvil; la separación de la palabra del presente vivo, el único lugar donde pueden existir las palabras habladas (1987: 84).

Los ordenadores son propicios y efectivos para procesar datos como nunca antes hubiera sido posible; también en éstos se efectúa *la transposición de códigos* de manera inmediata. Primero, todo tipo de informaciones puede ser vertido en códigos binarios, digitales, y, segundo, visto y oído, representado, o si se quiere 'interactuado', en formas continuas, discontinuas, gráficas, verbales, no verbales, alfanuméricas; en lenguajes 'formales' o de representaciones teóricas. Todo esto es una novedad y hay que tener en cuenta lo que apunta Ong: «Las tecnologías no son sólo recursos externos,

sino también transformaciones interiores de la conciencia, y mucho más cuando afectan la palabra» (1987: 85).

Quizá los ordenadores consigan las representaciones de lo real, de lo que tiene un referente empírico, con la definición y las dimensiones que antes eran imposibles. Es seguro que todo esto modificará definitivamente nuestra manera de percibir y de aprehender. Para el caso, los ordenadores son imprescindibles para investigar una física cuántica, para perseguir los rastros de las partículas subatómicas o para dar cuenta de la inconmensurabilidad y complejidad de los espacios interestelares, de la antimateria. Más aún, muchas disciplinas y campos ya son impracticables sin los simuladores, sin la virtualidad. También es posible producir nuevas creaciones de arte abstracto; practicar lenguajes que involucran los sentidos y alteran la sensorialidad (como el sexo virtual); esto tiene que ver con las potencialidades inexploradas de la interacción, de involucrar el cuerpo, de proyectar el cerebro, la mente. Faltaría definir si se trata de lenguajes o de gramáticas. Porque sólo en el lenguaje verbal es posible separar lo sintáctico y lo semántico, especialmente con «los sistemas secundarios de modelado», porque es articulado, y esto sí no depende de los ordenadores ni es una novedad. Lo sintáctico, verbal, permite *corporeizar* (Capra, 1998: 174), apreciar de manera sincrónica la estructura del lenguaje y esto sin que haya que caer en los excesos del estructuralismo y sin que se pueda saber que la lengua se abre en el discurso. Queda pues pendiente esta discusión entre lenguajes, como el verbal, el no verbal, el formal y cómo son sus gramáticas, o también su disposición y su composición.

Tal vez se llegue al punto que puedan ser modificadas las representaciones formales de tal manera que ya nunca vuelvan a ser lo que fueron. Por ejemplo, toda la modernidad partió no sólo de la duda metódica sino también del aquietamiento y el aplanamiento del universo, en el plano cartesiano. Sin embargo, se ha visto cómo los grandes avances en genética dejaron atrás los planos y han requerido modelos que se entorchan, móviles, en varias dimensiones; el genoma, por lo menos para los hombres actuales, impreso o en pantalla, ya no es un plano, está conformado por bucles y por hélices dobles. De otra manera sería irreconocible y no se sabría cómo darle forma y textualidad. Ésta es otra disertación que queda por abordarse: si las representaciones formales, continuas, por ser teóricas, no son icónicas.

Porque su definición depende del código y no de la semejanza y la proporción, con referentes empíricos. ¿Se pueden tratar como representaciones conceptuales, en cierta manera, autónomas y autorreferidas? Además, estos códigos están conformados por secuencias digitales de unidades con valores posicionales y oposicionales; por lo tanto, aunque requieren modelos que en realidad son continuos, que tienen formas visibles, la imagen no es determinante, tanto en cuanto la información y la confrontación de datos, como cuando se encuentran aparentes errores, o saltos, o traslocaciones de los cromosomas, éstos tienen una representación puramente discreta. Los genetistas tienen, como punto de partida, unas secuencias de letras que representan los aminoácidos, que son: A, C, G, T y que corresponden con la adenina, citocina, guanina y timina.

Los ordenadores proporcionan, en el presente y, con modificaciones, es factible que también lo hagan en el futuro, recursos, métodos y sistemas necesarios para representar, observar y estudiar los últimos avances y los paradigmas científicos: la relatividad, el caos, la incertidumbre, la incompletitud, las estructuras disipativas, las lógicas difusas, entre otros. De pronto se podría discutir si los alfabetos de completa representación gráfica y fonética sean los propios para una racionalidad analítica. Como, al retomar a Kerckhove (1981), lo apunta Ong: «...más que otros sistemas de escritura, el alfabeto completamente fonético favorece la actividad del hemisferio izquierdo en el cerebro y así que, por motivos neurofisiológicos, propicia el pensamiento abstracto y analítico» (1987: 92). En la actualidad hay investigaciones contundentes que demuestran la existencia de diferentes tipos de inteligencias, con una *arqueología de la mente* que puede ser común a todos los seres humanos, que se estructura en torno a un módulo de metarrepresentación, con una fluidez cognitiva (Mithen, 1998); también se han abierto debates sobre otras lógicas y otras racionalidades. Se impugnan los modelos omnicomprendivos, totalizantes, clásicos, de Occidente, en ciencia, en filosofía, en artes, entre otros, por la carga hegemónica; se reclama que habría que replantear las representaciones de los imaginarios de otros pueblos y culturas, con otras maneras de concebir el universo. De igual manera como Freud sacó a la luz los sueños y el inconsciente, así están a punto de emerger muchas búsquedas sobre los estados alterados de conciencia, sobre la presencia y las manifestaciones de la mística, de la

conexión con lo divino, y así se puede seguir una sarta interminable de objetos de estudio y de vías de abordaje. Estos campos inexplorados del pensamiento, de la cultura, de la vida, dependen para su estudio, para su análisis, en parte de las posibilidades de los ordenadores y de las nuevas tecnologías; y en parte, no tienen por qué constituirse en determinantes. Las tecnologías son medios y no fines en sí mismos.

Por supuesto, se puede hacer teoría sobre las tecnologías, pero habría que interrogar si esto es completamente distinto al uso, a la práctica de las técnicas. O, tal vez, si con las nuevas tecnologías, cada vez se acercan y se complementan la teoría y la praxis ¿Qué relación existe, o puede existir, o si lo uno conduce a lo otro; hay una continuidad, un desarrollo entre el dominio, el ejercicio de los medios y las herramientas, y aun de *la producción de herramientas destinadas para producir herramientas*, y, en términos de Maturana y Varela, *el saber que sabemos, el lenguajeear y el alumbramiento de un mundo?* (Capra, 1998).

Esta discusión sería muy pertinente, porque continuamente se encuentra en la actualidad, un crecido número de «usuarios» de las nuevas tecnologías, que incursionan en los manejos del software, que se actualizan continuamente y pueden resolver problemas, encontrar usos y aplicaciones no previstos. Sin embargo, estos mismos sujetos muchas veces no tienen una segunda lengua, o sus competencias de lectura y escritura son pobres, su léxico exiguo. Además, si se compara este conjunto de personas con los escolares medioevales, de los que tratan los autores de la Historia de la lectura en el mundo occidental, estarían en unas circunstancias a la par y, en otras, muy descalificados. Porque posiblemente tengan una experiencia de un estudio, o de un manejo muy individualizado de los sistemas. Aunque de alguna manera están conectados con comunidades y tienen nexos que se activan en simultaneidad de presencias. Por ejemplo, si escriben o si envían cualquier información, sus futuros lectores, sus públicos, escuchas o videntes, están en el más directo presente y hasta pueden casi verlos y tocarlos,

interactuar. Pero, por lo demás, muchas veces sus palabras siguen siendo sonoras; o si son visuales son casi icónicas; tienen unas gramáticas



incipientes, rudimentarias; pueden usar apócopes, casi que ideogramas. Se les dificulta la redacción con una sintaxis apenas correcta o básica. Casi se podría afirmar que su falta de solvencia en la escritura, por momentos también puede afectarlos en las hablas.

Si se retoma a Petrucci, ¿cómo se podrían clasificar estos usuarios? ¿En cuál de las seis categorías quedarían inscritos?: *cultos*, definitivamente no; *alfabetizados profesionales*, *alfabetizados instrumentales*, *semianalfabetas funcionales*, *semianalfabetas gráficos* y, de todas maneras, no como *analfabetas* (2002). Y, con todo, queda por resolver la pregunta de si estos usuarios, televidentes, escuchas, internautas, están en el proceso de acceder a la teoría, o si sus manejos y destrezas los convierten en interlocutores válidos o competentes de los estudiosos de las tecnologías.

En cuanto a la representación de los enunciados, con todo lo antes dicho, ya está resuelta con la escritura. Por supuesto, es preferible escribir en un ordenador a hacerlo con métodos rudimentarios. Pero como lo decía Ong, la escritura, en lo verbal, no es en nada diferente así esté en un sistema virtual. Siempre es un código digital, discontinuo, discreto, articulable. Puede que en los ordenadores modifiquen, transformen, otras representaciones de lo real y hasta de lo formal, pero no de lo verbal. Queda por verse cómo se han transformado los equipamientos, la utilería, las herramientas de la escritura; o si éstos están afuera o adentro (como en la informática). Es diferente seguir el trazo con un lápiz, a tener que teclear una por una las letras, los caracteres de una palabra; en esta situación se acentúa lo digital en el teclado. Sin embargo, también dentro del ordenador hay funciones que tienen mucho de icónico, como la copia de un archivo, que efectivamente se traslada, en un recorrido con el cursor, sin despegarlo; el *mouse* tiene que hacer muchas tareas de seguimientos continuos para cumplir tareas de lo verbal, de lo no verbal y de lo formal. Pero nada de esto modifica lo intrínseco del código verbal de correspondencia fonética, la condición de lo binario, discreto, sincrónico.

Precisamente, *La historia de la lectura en el mundo occidental* es la historia de la distancias entre una y otras representaciones; es la depuración y el logro de un código económico, de caracteres gráficos finitos, de doble articulación, que se aparta de las imágenes icónicas, y de otros códigos verbales

ideográficos, silabarios, consonatarios, entre otros. A propósito, Ong critica el llamar escritura a todo tipo de marcas humanas; para él, sólo está escrito aquello que es verbal y alfabético, gramaticalizado. Hay una frontera entre *ayudas de memoria* (que muchas veces no implican una transformación de la naturaleza); los productos culturales (como la cerámica o los tejidos, con todas sus ornamentaciones), la plástica, la iconografía y los códigos alfanuméricos, con la salvedad de que los códigos numéricos propiamente no se articulan (porque cada número es una imagen) ni tienen gramática verbal; y sólo los alfabetos representan enunciados y tienen sintagmas y paradigmas. Queda entonces por discutir si en los primeros casos se habla de un sistema sintáctico o de una gramática. Para Eco, las entidades semióticas autónomas tienen una gramática interna.

Escribe Ong:

El uso del término 'escritura' con este sentido más amplio, para incluir toda marca semiótica, hace trivial su significado. La irrupción decisiva y única en los nuevos mundos del saber no se logró dentro de la conciencia humana al inventarse la simple marca semiótica, sino al concebirse un sistema codificado de signos visibles por medio del cual un escritor podía determinar las palabras exactas que el lector quería generar a partir del texto. Esto es lo que hoy llamamos 'escritura' en su acepción más estricta. En este sentido global de escritura o grafía, las marcas codificadas visibles integran las palabras de manera total, de modo que las estructuras y referencias sutilmente intrincadas que se desarrollan en el oído pueden ser captadas en forma visible exactamente en su complejidad específica y, por ello mismo, pueden producir estructuras y referencias todavía más sutiles, superando con mucho las posibilidades de la articulación oral. En este sentido ordinario, la escritura era y es la más trascendental de las invenciones tecnológicas humanas (1987: 87).

De esta cita larga se desprenden conclusiones y preguntas: en la escritura se logra dar de manera completa una *transposición de códigos*, esto tiene repercusiones tecnológicas, antropológicas y mentales. Habría que preguntar si, en cuanto a la transposición de lo audible en lo visible, que puede revertirse nuevamente en audible sin desvirtuar el sonido inicial, la música también cumple las condiciones para ser una escritura. Por otra parte, si las marcas semióticas no se escriben, técnicamente hablando, en consecuencia tampoco se hablaría de la lectura de las mismas; si no es una lectura, ¿en-

tonces qué es? ¿Una exposición? ¿Una decodificación? Y, en los lenguajes de los ordenadores, ¿qué será lo que prima, y qué consecuencias trae esto: la escritura o un plasmar marcas semióticas?

Es la trayectoria de aprender a leer desprendidos del sonido, hasta convertir la palabra en una imagen visual, discontinua, muda. En este proceso, según los autores citados influyeron la disponibilidad individual de los textos, las compilaciones, las traducciones, los distintos tipos de libros, las maneras de leer; el silencio y la concentración en la página y en los surcos de cadenas gráficas; y por supuesto, todo esto se potenció con la imprenta. La imagen es otra representación, tiene otra estructura, no es desarticulable, es continua y sí, asiste otros modos de observación, de comparación, es más propia para la inducción, y no hay que dejar de afirmar que permite otros aprendizajes y otros conocimientos. Por ejemplo, es importantísimo en la Ilustración y en toda la Modernidad el papel que cumplen las imágenes de la anatomía humana (prácticamente proscritas en principio), las de las taxonomías de la flora y la fauna y, cómo no, los mapas; la cartografía es el anticipo de la globalidad, de la conciencia planetaria. Pero habría que insistir en que, frente a la aparente 'naturalidad' de las imágenes; –la naturalidad que proviene de la semejanza y la proporción con un referente empírico–; la artificialidad de la palabra escrita, es la que permite una distancia entre la palabra y la conciencia. Al respecto, confirma Régis Debray: "Pensar la imagen supone en primer lugar no confundir pensamiento y lenguaje, pues la imagen hace pensar por medios que no son imágenes icónicas y las que siendo continuas, como las de la geometría, no tienen una combinatoria de signos» (1995: 43); y a continuación agrega: «Mostrar nunca será decir» (1995: 51). Este estudio de la lectura necesariamente tendrá que adentrarse en las oposiciones que se plantean en la disposición y en la composición de las imágenes y de los enunciados; incluso en la divergencia entre las imágenes que tienen un referente empírico y las que no, porque son definidas teóricamente. Con el inconveniente de que se está en contra del tiempo, porque cada vez, en los medios virtuales hay nuevas maneras de procesar y diseñar imágenes, hay un repertorio casi inédito de representaciones continuas de las que casi ni se sabe cómo son recibidas, leídas, miradas, conceptualizadas.

MODELO SECUNDARIO

Desde que hay humanos, todos los mundos posibles se pueden representar con la gestualidad, con íconos y verbalizar. El cerebro está dispuesto para trasponer imágenes en palabras, y éstas de nuevo en íconos y en representaciones continuas sin referente empírico. La existencia de todos transcurre, según Maturana y Varela, entre una *comunicación sobre lo social* y otra *comunicación sobre la comunicación*; entre lo verbal y lo no verbal. Según Eco, se encuentran **culturas y colectivos textualizados y gramaticalizados**; los primeros se centran en la expresión y los otros en el contenido; los unos se apropian de los significantes de manera indistinta, sin fragmentarlos, y los asumen como un gran significante de significantes, como un texto íntegro y sus códigos son hipocodificados; por su parte, los otros fragmentan los sistemas sintácticos y semánticos y sus correlaciones son hipercodificadas (1995). Valga aclarar que ni unos ni otros son caracterizados de manera única y total; antes los sistemas simbólicos, la producción de signos y las hablas están llenos de contradicciones, porque pueden existir culturas hipocodificadas que a su vez fragmenten algunos de sus sistemas semánticos y sintácticos; y lo contrario, sociedades gramaticalizadas que tengan parte de sus representaciones y de sus lenguajes hipocodificados.

Siempre que se encuentran obras pictóricas hay que suponer que su autor o autores eran también narradores; o, de igual manera, con mayor o menor destreza, con diferentes materiales y técnicas, con representaciones figurativas o abstractas, los interlocutores humanos desde siempre tenían que poseer unas estéticas, y también unas morales, una disposición para percibir y representar con significado y con valoraciones. Primero tuvo que pasar un tiempo muy largo, que pudo ser de mucho más de 100 mil y hasta casi de 150 mil años de inmersión en la oralidad total, un tiempo que puede no haber pasado para quienes son analfabetas en el presente y depender para todo de una verbalización sonora y en presencia. Estas circunstancias tuvieron que darle una impronta a las comunicaciones, al pensamiento y a la consciencia.

Después, sólo hace entre tres y cinco mil años (Petrucci, 2002: 75), con las tecnologías del lenguaje se consigue, frente a la oralidad, lo que denomina Ong, al retomar a Lotman (Ong, 1987: 79), *un sistema secundario de modelado*. Éste puede ser un punto nodal, que aunque no se alcanza a tratar

sino sólo a mencionar en una modesta *Historia de la lectura en Caldas*, debe ser resaltado porque marca una postura y, más que esto, es un presupuesto epistemológico definitivo.

Antes y después de las tecnologías, sea que hayamos estado centrados en lo verbal o que incursionemos en una era imago-icónica, es también un presupuesto fundamental que nuestro cerebro está dispuesto como un *sistema semicerrado*, como afirma Llinás: «(...) que los sentidos se necesitan para modular el contenido de las percepciones (la inducción), pero no para la deducción» (2003: 9). Esto también quiere decir que es, en parte, autosuficiente. De la misma manera nuestra capacidad para verbalizar y pensar, con la trasposición de códigos, está determinada por la posibilidad de tener desde un comienzo, como lo dicen Maturana y Varela, *coordinaciones de coordinaciones de comportamiento; después, producción de herramientas para producir herramientas, comunicación sobre la comunicación*. Son procesos dobles o reiterativos que tienen que ver con las metarrepresentaciones y los metalenguajes. También, como se ha mencionado, nuestra mente tiene un módulo de metarrepresentaciones que permite la fluidez cognitiva. Lo más interesante, y lo que tal vez no está suficientemente estudiado, o que apenas está siendo nutrido desde campos tan nuevos como la psiquiatría y la neurología, es cómo se encuentran y se potencian, qué conexión, qué retroalimentación, consonancia, puede haber entre estas condiciones inherentes del ser humano y *los sistemas secundarios de modelado*.

Todo puede partir de algo tan simple como la diferenciación entre lo que se oye y lo que se ve. Lo que se oye, puede no verse, de la misma manera que lo que se ve puede no escucharse. Asevera Ong:

Es posible sumergirse en el oído, en el sonido. No hay manera de sumergirse de igual modo en la vista. Por contraste con la vista (el sentido divisorio), el oído es, por lo tanto un sentido unificador. Un ideal visual típico es la claridad y el carácter distintivo, diferencia (La campaña de Descartes para la claridad y la diferenciación produjo una intensificación de la vista en el aparato sensorio humano; Ong, 1967 b: 63, 221).

El ideal auditivo, en cambio, es la armonía, el conjuntar» (Ong, 1987: 79). Hay que advertir que el hecho de que existan unas culturas que se denominan orales no significa que haya otras que no sean tales; en realidad, todas

son orales, pero puede haber otras gramaticalizadas o hipercodificadas, o habría que discutirlo, tal vez centradas en el *logos* y en lo verbal.

Esta cita inmediatamente anterior puede ser un punto de apoyo clave para sustentar una hipótesis, que está dentro de los objetivos de la última investigación de la Historia de las lecturas en el contexto local y de las que le precedieron, a saber: que las personas que no tienen acceso a un aprendizaje y a una práctica de la lectura y la escritura (especialmente en una edad temprana), permanecen en una cultura marcada por unas **psicodinámicas de la oralidad**, como las llama Ong, y en las condiciones socio-políticas, económicas y culturales de Colombia y de los países pobres, tienen un sitio predispuesto de exclusión y de sustracción del ejercicio del poder.

Para no dejar esta hipótesis sin sustentación, se trae una cita de Petrucci que puede dar mucha claridad. Dice así el autor:

...en efecto, la escritura, al contrario que la lengua, instauro, dondequiera que aparezca, una relación tajante y fuerte de desigualdad entre aquel que escribe y aquel que no, entre aquel que lee y aquel que no, entre el que lo hace bien y mucho y el que lo hace mal y poco; y esta desigualdad sigue y revela a la vez los límites de la distribución social de la riqueza, de la diferencia de sexos, edades, geografías y culturas. Está directamente determinada por las ideologías y las estrategias de distribución del poder político, económico y cultural y, en consecuencia, por las funciones y los mecanismos del sistema educativo de toda sociedad históricamente identificable (Petrucci, 2002: 27).

Según Ong, y para corroborar lo manifestado sobre las culturas que viven al margen, o que no se construyen afianzadas en las tecnologías del lenguaje, «Una organización verbal dominada por el sonido está en consonancia con tendencias acumulativas (armoniosas) antes que con inclinaciones analíticas y divisorias (las cuales llegarían con la palabra escrita, visualizada: la vista es un sentido que separa por parte)».

Pero antes de detenerse en la hipótesis, es preciso retomar el hilo de la distinción entre el ver y el oír, en lo lingüístico, y hay que insistir en lo que acota Ong en cuanto a que no obstante las diferencias que pueden existir y las consecuencias que les sobrevienen, entre culturas inmersas en la orali-

dad y las otras tal vez determinadas por las tecnologías del lenguaje, «El conocimiento es, en último término, no un fenómeno que fracciona sino que unifica, que busca la armonía». (Ong, 1987: 76).

Aquí habría como una división de aguas. Es muy directo Ong cuando retoma a Jacques Derrida (quien) «...ha señalado que no hay signo lingüístico anterior a la escritura» (1976: 14). «Sin embargo –añade Ong–, si se advierte la referencia oral del texto escrito, tampoco existe un ‘signo’ lingüístico después de la escritura» (Ong, 1987: 78). Estas tesis tan radicales podrían cerrar todas las discusiones anteriores, no habría ya nada más que agregar. Pero hay que completar lo que quiere proponer Ong. El sí asevera que las palabras, como unidades fónicas de sentido, como las concibe Benveniste, están por dentro: «la palabra hablada proviene del interior humano y hace que los seres humanos se comuniquen entre sí como interiores conscientes, como personas; la palabra hablada hace que los seres humanos conformen grupos estrechamente unidos» (1987: 76). Por contraposición, la palabra escrita se puede visualizar y tenerse como un objeto exo-somático, es como tecnología, un artefacto.

Por contraste con el habla natural, la escritura es completamente artificial. No hay manera de escribir ‘naturalmente’. El habla oral es el del todo natural para los seres humanos en el sentido de que, en toda cultura, el que no esté fisiológica o psicológicamente afectado, aprende a hablar. El habla crea la vida consciente, pero asciende hasta la consciencia desde profundidades inconscientes, aunque desde luego con la cooperación voluntaria e involuntaria de la sociedad (Ong, 1987: 84).

Ahora, el punto es correlacionar las metaestructuras cerebrales, el lenguaje autorreferido, las tecnologías y la consciencia. Las tecnologías son artificiales y operan en la distancia, pero al ser interiorizadas repercuten en la manera de pensar. Esto sería lo que habría que sustentar y controvertir. Ya se ha planteado que no queda clara la conexión entre las prácticas, específicamente en el manejo de los sistemas de ordenadores, y la capacidad de teorizar. Entonces, ¿por qué la escritura, como tecnología, como dice Ong, vigoriza la consciencia? En consecuencia, ¿las otras tecnologías de la palabra no son tan determinantes, o no necesariamente nutren la consciencia?

Ong anota:

La alienación de un medio natural –como la palabra hablada– puede beneficiarnos y, de hecho, en muchos sentidos resulta esencial para una vida humana plena. Para vivir y comprender totalmente, no necesitamos sólo la proximidad, sino también la distancia. Y esto es lo que la escritura aporta a la conciencia como nada más puede hacerlo (1987: 84).

De pronto ¿es éste un núcleo para hacer una caracterización entre los lectores tradicionales occidentales y los lectores contemporáneos? ¿Habrá entre unos y otros una continuidad o una ruptura de conciencias? Por supuesto que un estudio local de la historia de las lecturas no puede pretender llegar a responder esto, ¿pero es pertinente preguntarlo? ¿Puede esta pregunta dar luces para el análisis y la interpretación?

En parte, sí. Porque todo el seguimiento de la Historia de la lectura en el mundo occidental corrobora la tesis que propone Ong. De qué se está hablando si no es de esto: de que **el formato de los libros incide en una apropiación personal**; que prescindir del sonido y seguir con los ojos los enunciados adentra en la estructura sintáctica y provoca que el individuo asuma los contenidos de manera reflexiva, introspectiva, analítica; que este proceso se revierte en argumentos, en preguntas, en dudas, disenso y crítica? Todo apunta a una distancia: entre los interlocutores, que se aíslan para leer a solas; entre un volumen, un códice, y su autor, entre el escritor y el lector; entre las palabras, entre las sílabas, entre los fonemas, entre grafismos visuales en mayúsculas y en minúsculas. Se considera que la puntuación es imprescindible para estructurar el sintagma. Y después de la distancia, deviene la interioridad y necesariamente se enriquece la conciencia. Esto está presente en todos los autores que intervienen en el libro de libros que se ha tenido como referencia.

Después hay que confrontar esta historia del mundo occidental, con una enteramente local. Hay logros y transformaciones: sólo si se menciona la incursión de las mujeres en la lectura, en el estudio; o la cada vez mayor cobertura de la instrucción pública, formal de los niños, o de las capas de población más pobres; todo esto tiene unas repercusiones socio políticas y culturales significativas y que pueden corroborarse. En el último siglo, en

esta región, como en casi toda Colombia, como dice Margaret Mead, todo el tiempo se han confrontado generaciones o sujetos que conviven o son precedidos por otras personas, que pueden ser: los menores frente a los adultos; mujeres frente a los hombres; desposeídos frente a ricos y poderosos, quienes cada vez tienen nuevas competencias, conocimientos y unas destrezas que no tuvieron sus antecesores. Esto seguramente no se debe todo a la lectura; pero es indiscutible que una mujer, un niño o un pobre que pueden leer y escribir, y que se han encontrado en situaciones de dependencia y enajenación, adquieren una autonomía que ya nunca van a perder.

De todas maneras, estas consideraciones desbordan el trabajo y ya se abren a los campos de la sociología, de la política, de la economía. Hay que tener en cuenta que así como se pueden observar fenómenos de cambio personal, o si se quiere, de crecimiento en la conciencia y, ¿por qué no?, en la autonomía, en la ampliación del ejercicio del poder, sobre todo cuando se comparan sujetos alfabetizados, que pueden ser profesionales o instrumentales, como los llama Petrucci, con *semianalfabetos funcionales* o *gráficos*, o con analfabetos, también hay unas masas de personas que sin estar al margen de las tecnologías de la palabra, no obstante no han tenido ni los procesos completos de los lectores tradicionales de Occidente, ni prácticamente están dentro de una cultura gramaticalizada, ni su pensamiento está centrado en la verbalidad. ¿Qué pasa con estos sujetos, cómo memorizan, cómo aprenden, cómo se comunican, cómo son sus construcciones gramaticales, cómo son sus representaciones y cómo es su conciencia? Esto ya es ir demasiado lejos, pero había que mencionarlo; sin estos sujetos no hay una muestra representativa; ellos hacen parte de lo local y de Occidente. ¿Se tratará de lectores, de usuarios, de auditorios, de videntes, de internautas, de públicos?

La última de las preguntas se ha ido quedando rezagada. La virtualidad es tecnología, es artificial, pero ¿crea o no crea distancia? ¿La simulación es distante o no? ¿Cómo son los textos virtuales en general?, ¿es diferente un texto gráfico verbal impreso de otro en una pantalla? Así como las formas de los libros y de los párrafos incidieron en las formas de lectura de los escolásticos, ¿será posible que, por ejemplo, poder escribir un mismo texto en una pantalla, en una o en varias ventanas al tiempo, o

intervenir en partes diferentes, al inicio, al centro o al final, también cambie no sólo las formas de leer sino también de pensar? O, por otra parte, ¿habría una confrontación entre la escritura como tecnología y el texto virtual, que no sólo es gráfico, verbal, y que es además interactivo? Habría que considerar la relación que existe entre el ordenador y las conciencias: ¿no será que la interacción puede convertirse en una especie de naturalización, como en una anulación de la distancia? De hecho, en el texto virtual se puede intervenir como si se pudiera prescindir de las herramientas, porque están también dentro del sistema; no hay un equipo de escritura, de pintura, de diseño, que se maneje desde el exterior. ¿No será que todo esto puede tener la apariencia de no ser algo artificial, como si se estuviera en un proceso de inmersión y no se viera la pantalla como una proyección sino como una prolongación, o inclusive como una nueva dimensión de las conciencias, de las mentes?

La gran pregunta que surge para este estudio actual y para muchas investigaciones, y que apenas queda abierta, planteada, es si se ha privilegiado, sobre todo desde la modernidad, y en Occidente, la verbalización, en detrimento de lo icónico; como podría demostrarlo la *Historia de la lectura en el mundo occidental*, esto es, si nuestros universos de pensamiento son prácticamente logocéntricos y verbocéntricos. O por el contrario, si con las nuevas tecnologías, y sobre todo con los ordenadores, se estará entrando en una nueva fase de pensamiento, de culturas, de comunicación imago-icónica, que privilegia las representaciones continuas y un tipo de lógicas si no centradas en lo mítico, de alguna manera holísticas, integradoras.

De todas maneras lo imago-icónico, las representaciones continuas con referente empírico, antes y después de la escritura, y de las nuevas tecnologías, como dice Eco, conllevan una *visión ingenua del signo*, pueden confundir el signo con la cosa representada. Si *el signo es algo que reemplaza a algo en su ausencia*, la imagen de lo real, que se confunde con lo real, puede anular el signo. En últimas, ¿la conciencia se construye a partir de percepciones simples o de representaciones de representaciones? Ya esto es adentrarse en preguntas filosóficas muy difíciles y en las que se han agotado sin aparente resultado muchos pensadores. Otra posibilidad, como también se ha planteado, es si no se estará *ad portas* de una nueva era de las imágenes.

De pronto se estará en el advenimiento de una mente y de unos sujetos con una conciencia en la que confluyan la verbalidad y las imágenes, con nuevas lógicas y nuevas racionalidades.

El código de la representación de los enunciados es radical, como afirma Ong, y las nuevas tecnologías de la palabra se apoyan en la escritura. ¿Esto supone un pensamiento y una cultura centrados en la verbalidad y relegados de la imagen? ¿Qué papel cumple el lenguaje verbal en las nuevas formas de disposición y composición de los textos y de los cánones de textos que apenas comenzamos a vislumbrar? En realidad, son más las preguntas que las respuestas; tal vez falta decir que tanto las unas como las otras pueden ser enunciadas con precisión, con una gramática, porque se dispone de un código digital, discreto y de todas maneras verbal y que la cultura de la literalidad no se improvisa, pero esto puede sonar intransigente y demasiado radical, qué se le va a hacer.

En este orden de ideas, esta cita de Monk, sobre Wittgenstein, sirve para cerrar; se refiere a la otra parte del problema, la otra cara del lenguaje. Escribe Monk:

Los conceptos en que Wittgenstein estaba particularmente interesado en estos *Últimos escritos* son los de *pensar* y *ver*. Más concretamente le interesaba la relación entre ambos. De central importancia para todo este trabajo posterior es la idea de que existe una manera de ver que es también una manera de pensar (o, al menos, una manera de 'comprender'): ver relaciones (...). ¿Qué significa realmente esto? ¿Por qué es difícil? Es como decir: 'Mirar es difícil'. Porque mirar atentamente es difícil. Y es posible mirar atentamente sin ver nada, o seguir pensando que ves algo sin ser capaz de ver claramente (Monk, 2002: 485).

CONCLUSIONES

Para terminar no hace falta recapitular, es más importante devolverse sobre la estructura del trabajo y, en este caso, destacar y clasificar unas discusiones abiertas. Para hacer referencia y para hacerle honor a *Historia de la lectura en el mundo occidental* es muy práctico retomar la tabla de contenido y las trayectorias de los autores. Aquí se hizo una alusión muy escueta y se retomó lo necesario para sustentar argumentos y disertaciones que pueden ser pertinentes. Es necesario recalcar sobre la lectura individual y silenciosa,

pero también sobre los pormenores de la sintaxis, así como en las variables de libros, de lecturas y de lectores. La cuestión más de fondo es tratar de averiguar qué pasa con los lectores que no han completado este proceso en forma exhaustiva, el de los lectores occidentales y tradicionales, cómo los afecta, o si no es determinante en su conciencia la incompetencia para los lenguajes verbales. ¿Es posible acceder a las nuevas tecnologías de la palabra con un vacío en la tecnología más radical, que es la de la escritura?

De todo el recorrido de este libro de libros, se hizo énfasis en tres aspectos que se piensa son relevantes: la sintaxis y la semántica en la oralidad y la literalidad; una caracterización de los lectores tradicionales y contemporáneos; y una disquisición sobre la brecha entre los productores y los productos de la literalidad. Después de esta primera parte se entró en la formulación de una serie de discusiones de diferente índole, que si bien fueron abordadas y ampliadas en este estudio, sobrepasan todos los propósitos y requieren otros espacios y muchos análisis, no sólo por las repercusiones académicas que implican, sino porque son determinantes, como se ha demostrado de manera prolija, en la historia de los pueblos y de la gente.

De lo lingüístico y lo semiótico

¿Cómo se enfrentan la gramaticalidad, la articulación del lenguaje verbal, con los otros lenguajes? No obstante que en la virtualidad sea posible verter toda la información en códigos digitales, es muy importante contraponer *la disposición* y *la composición* de los distintos lenguajes para entender cómo son los textos y si frente a éstos se lee, se decodifica, se está expuesto; o cómo se definen el lector, el receptor, el interlocutor. En qué los lectores son y no son los mismos, frente a las nuevas tecnologías. Para tomar uno solo de los lenguajes hay que preguntar si las representaciones formales, continuas, por ser teóricas no son icónicas. Porque su definición depende del código y no de la semejanza y la proporción, con referentes empíricos.

¿Qué diferencias existen entre los códigos de las *marcas semióticas* y el código verbal, escrito? Si las primeras no son legibles, ¿entonces qué son? En las nuevas tecnologías, que ya no son sólo de la palabra, sino de la palabra y de la imagen, ¿qué será lo que prima, y qué consecuencias trae esto,

la escritura o las marcas semióticas? Así como en la escritura se da *transposición de códigos*, ¿cómo se logra esto con las nuevas tecnologías?

De lo filosófico y lo antropológico

Hay autores que afirman, como Ong, que los alfabetos de completa representación gráfica y fonética son los propios para una racionalidad analítica. Esto trae unas consecuencias grandes. Por supuesto que con Lévi-strauss ya no es sostenible hablar de pueblos prelógicos. Pero, ¿cómo se puede aprender y pensar, primero al margen de lo verbal o de la cultura de la literalidad?; ¿cómo se puede conocer con imágenes icónicas y con otras continuas, sin referente empírico?; y, segundo, si otras lógicas requieren otras representaciones, ¿qué repercusiones tienen en el análisis, en la inducción?

De lo técnico y lo científico, de lo epistemológico

¿Qué conocimiento se produce a partir de la práctica de las nuevas tecnologías? ¿Con las nuevas tecnologías, cada vez más se acercan y se complementan la teoría y la praxis? ¿Qué relación existe, o puede existir, o si lo uno conduce a lo otro?; ¿hay una continuidad, un desarrollo entre el dominio, el ejercicio de los medios y las herramientas, y aun de *la producción de herramientas destinadas para producir herramientas*, y, en términos de Maturana y Varela, el *saber que sabemos*, el *lenguajear* y el *alumbramiento de un mundo*? También, entra en juego para deliberar cómo la escritura, en cuanto tecnología, permite un aislamiento y de esta forma vigoriza la conciencia. En relación con esto, y de una manera extremista, ¿la virtualidad sí permite la misma distancia, se trata de algo artificial o, en cambio, crea una sensación que tiende a sumergir, a disolver las conciencias y las individualidades?

De lo neurológico

Todo parece indicar que existe una correspondencia entre *los sistemas secundarios de modelado* y el cerebro, con el sistema nervioso central que opera en forma intrínseca. En este sentido, ¿lo icónico se queda atrás para ser

signo de las metarrepresentaciones? En cambio, ¿la escritura es un lenguaje autorreferido, que es conducente para trabajar las meta-estructuras? Está por verse, con los avances en la neurología, qué de todo esto se puede fundamentar y qué repercusiones podrá tener para las pedagogías, para la epistemología, y hasta para replantear la concepción de las personas.

De lo sociológico y lo político

¿Cómo se categorizan los alfabetizados y los sujetos al margen de las tecnologías de la escritura? ¿Estas categorías tienen que ser revaluadas, o qué matices deben contemplar? Si se debate el concepto de lector, si se confronta con los de televidente o escucha, internauta, interlocutor virtual, entonces ¿cómo se pueden apreciar las condiciones sociales en relación con las competencias y las incompetencias de las personas? En la actualidad también se hace referencia a los ‘usuarios’; ¿cómo se conciben estos personajes, como practicantes de las técnicas, como espectadores, como artífices? Esto sin detenerse mucho en las condiciones de autonomía o del ejercicio del poder.

Por último, ¿será que los cambios en los sistemas gráficos y de representaciones digitales y continuas, formales, las innovaciones en la informática, en los simuladores, ya no los van a operar, a determinar, solamente quienes tienen las competencias en lectura y escritura? Quizá los lectores, los de siempre y los nuevos, no sólo leerán enunciados, sino que sus textos serán novísimas exposiciones que les exijan nuevas lecturas, intertextualidades, decodificaciones inéditas. ¿La disertación es sobre los lectores, sobre los textos o sobre las lecturas? Está por debatirse si los pensamientos logocéntrico y verbocéntricos son una manera característica de una cultura, de una época histórica o si, en forma independiente de las tecnologías de la palabra, son sobre todo una condición de ser los humanos, de todos, en cualquier tiempo y lugar.

Quién sabe si ya se ha intentado o ya se sabe leer para pensar, y todavía no se sabe, o apenas se está empezando a pensar para ver.

BIBLIOGRAFÍA

BENVENISTE, Émile

1978 *Problemas de lingüística general I*. Bogotá: Siglo XXI. Séptima edición.

CALLE, Andrés

2001 *Interlocutores urbanos contemporáneos*, *Revista Escribanía* del grupo de Investigaciones en Comunicación, de la Facultad de Comunicación Social y Periodismo, de la Universidad de Manizales, N° 6.

CAPRA, Fritjof

1998 *La trama de la vida*. Barcelona: Anagrama.

CAVALLO, GUGLIELMO y CHARTIER et. al. (directores).

1998 *Historia de la lectura en el mundo occidental*. Madrid: Taurus.

Todos los autores de la obra:

Cavallo, Guglielmo; Chartier, Roger; Bonfil, Robert; Gilmont, Jean-François; Grafton, Anthony; Hamesse, Jacqueline; Julia, Dominique; Lyons, Martyn; Parkes, Malcom; Petrucci, Armando; Saenger, Paul; Svenbro, Jesper; Wittmann, Reinhard.

DEBRAY, Regis

1994 *Historia de la mirada en Occidente*. Buenos Aires: Paidós Comunicación.

ECO, Umberto

1995 *Tratado de semiótica general*. Barcelona: Lumen.

LLINÁS, Rodolfo R.

2003 *El cerebro y el mito del yo*. Bogotá: Norma.

MANGUEL, Alberto

1998 *Una historia de la lectura*. Madrid: Alianza.

MONK, Ray

2002 *Ludwig Wittgenstein*. Barcelona: Anagrama.

STEVEN, Mithen

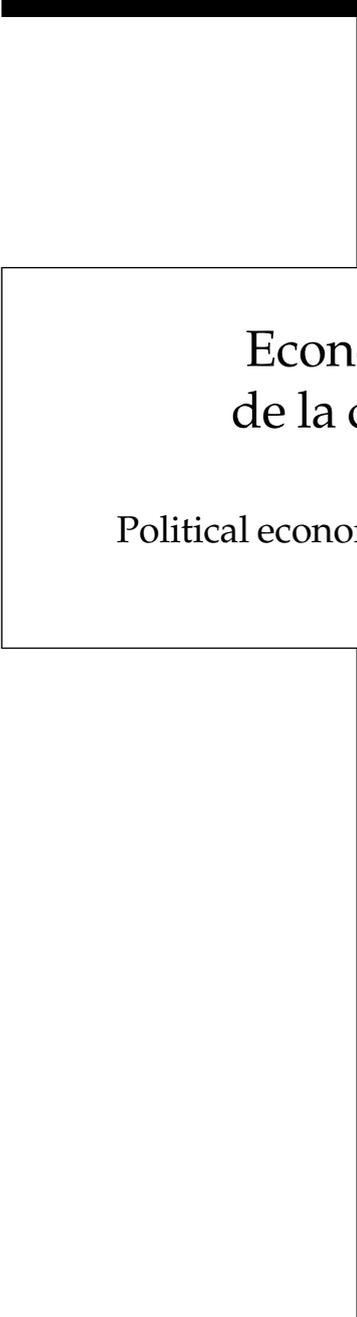
1996 *Arqueología de la mente*. Barcelona: Crítica.

PETRUCCI, Armando

2002 *La ciencia de la escritura*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.

ONG, Walter

1987 *Oralidad y escritura. Tecnologías de la palabra*. Bogotá: Fondo de Cultura Económica.



Economía política
de la comunicación

Political economy of the communication

VALÉRIO CRUZ BRITTOS
(Brasil)

MARCIA TURCHIELLO
ANDRES
(Brasil)

VALÉRIO CRUZ BRITTOS

Bolsista de Produtividade em Pesquisa do CNPq - Nível 2. Possui graduação em Comunicação Social Jornalismo pela Universidade Católica de Pelotas (UCPel, 1987), graduação em Direito pela Universidade Federal de Pelotas (UFPel, 1986), mestrado em Comunicação pela Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (PUCRS, 1996) e doutorado em Comunicação e Cultura Contemporâneas pela Universidade Federal da Bahia (UFBA, 2001). Atualmente é professor titular da Universidade do Vale do Rio dos Sinos (UNISINOS), pesquisador do Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq), consultor da Rede de Economia Política das Tecnologias da Informação e da Comunicação (EPTIC), vice-presidente da Unión Latina de Economía Política de la Información, la Comunicación y la Cuultura (ULEPICC-Federação), coordenador do GP de Economia Política da Informação, Comunicação e Cultura da Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares de Comunicação (INTERCOM, entidade da qual é membro do Conselho Consultivo) e editor da revista acadêmica Eptic On Line e Verso. É membro do Conselho Editorial de diversos periódicos acadêmicos, do Brasil e do exterior. Já presidiu o Capítulo Brasil da União Latina de Economía Política da Informação, da Comunicação e da Cultura (ULEPICC-Brasil) e coordenou o GT de Economía Política e Políticas de Comunicação da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação (Compós). Tem vasta experiência na área de Comunicação, com ênfase em Economia Política da Comunicação, atuando principalmente na pesquisa da televisão e convergência, nos seguintes temas: comunicação e capitalismo, políticas de comunicação, audiovisual e sociedade, história da comunicação e processos midiáticos. Miembro del Comité Científico Internacional del Anuario Ininco / Investigaciones de la Comunicación.
Correo electrónico: val.bri@terra.com.br



Digitalização, mídia e política: a redefinição dos sentidos

Digitalization, media outlets
and politics: redefining the senses

Recibido: 16 /06/ 2009
Aceptado: 30 /06/ 2009

MARCIA TURCHIELLO ANDRES

Mestre em Ciências da Comunicação pela Universidade do Vale do Rio dos Sinos (UNISINOS), graduada em Comunicação Social – Jornalismo pela Universidade Regional do Noroeste do Estado do Rio Grande do Sul (UNIJUI), experiência em redação, edição e reportagem nas áreas impressa e on line, além de conhecimento em assessoria de imprensa. Pesquisadora do grupo de pesquisa Comunicação, Economia Política e Sociedade (CEPOS).

Correo electrónico: mandres@unisinos.br

©De conformidad por sus autores para su publicación.

RESUMEN

VALÉRIO CRUZ BRITTO y MARCIA TURCHIELLO ANDRES

Digitalización, medios de comunicación y política: la redefinición de los sentidos

El proceso de transformación generalizada propiciado por las tecnologías de información y comunicación (TICs) ha repercutido en los más diversos campos, inclusive en la política (partidaria), que necesitó reestructurar sus formas y adecuarse a la lógica de los agentes mediáticos, especialmente la televisión. Las nuevas modalidades de interacción social y el fortalecimiento de los *mass media*, en la etapa contemporánea del capitalismo, ocasionaron la redefinición de los discursos políticos y de las estrategias de marketing, como forma de conquistar visibilidad pública. Actualmente, nuevas perspectivas se manifiestan en el mercado brasileño de TELE, con la digitalización, que deberá influenciar sus relaciones intra y extramídia, demandando reordenamiento estratégico e inclusive impactando (nuevamente) el campo político.

Descriptor: Tecnologías de información y comunicación / Comunicación y política / Economía política de la comunicación.

ABSTRACT

VALÉRIO CRUZ BRITTO y MARCIA TURCHIELLO ANDRES

Digitalization, media outlets and politics: redefining the senses

The generalized process of transformation fostered by the information and communication technologies (ICT) has had repercussions in the most diverse fields, even in (supporter) politics, which had to restructure its nature and adapt to the logic of media agents, especially television. The new modalities of social interaction and the strengthening of the mass media in the contemporary stage of capitalism led to redefine the political speeches and the marketing strategies as a way to gain public visibility. Currently, new perspectives arise in the Brazilian television market with the digitalization, which will have to influence its intra and extra media relations, demanding strategic realignment and even having an impact (again) on the political field.

Key words: Information and communication technologies / Communication and politics / Political economy of communication.

RÉSUMÉ

VALÉRIO CRUZ BRITTO y MARCIA TURCHIELLO ANDRES

La numérisation, les médias et la politique: la redéfinition du sens

Le processus de transformation généralisée menée par l'information et des communications (TIC) ont eu une incidence sur les domaines les plus divers, y compris la politique (partisane), qui avait besoin de restructurer leurs moyens et sont conformes à la logique des lecteurs multimédias, en particulier la télévision. Les nouveaux modes d'interaction sociale et le renforcement des médias de masse dans la phase actuelle du capitalisme, ce qui entraîne la redéfinition des discours politiques et des stratégies de marketing comme un moyen de gagner de la visibilité publique. Actuellement, de nouvelles perspectives se manifestent dans la TELE marché brésilien, à la numérisation, ce qui influencera leurs relations et extramídia intra exigeants repositionnement stratégique et de frapper même (à nouveau) l'arène politique.

Mots clés: Information and communication technology / Communication et politique / Économie politique de la communication.

RESUMO

VALÉRIO CRUZ BRITTO y MARCIA TURCHIELLO ANDRES

Digitalização, mídia e política: a redefinição dos sentidos

O processo de transformação generalizada propiciado pelas tecnologias de informação e comunicação (TIC) tem repercutido nos mais diversos campos, inclusive na política (partidária), que precisou reestruturar suas formas e adequar-se à lógica dos agentes midiáticos, especialmente a televisão. As novas modalidades de interação social e o fortalecimento dos *mass media* na etapa contemporânea do capitalismo ocasionaram a redefinição dos discursos políticos e das estratégias de marketing, como forma de conquistar visibilidade pública. Atualmente, novas perspectivas manifestam-se no mercado brasileiro de TV, com a digitalização, que deverá influenciar suas relações intra e extramídia, demandando reordenamento estratégico e, inclusive, impactando (novamente) o campo político.

Palavras-chave: Tecnologias de informação e comunicação / Comunicação e política / Economia política da comunicação.

INTRODUÇÃO

As transformações ocorridas na segunda metade do século XX pelas indústrias culturais, especialmente a partir dos anos 1980, com a aceleração do desenvolvimento e uso de avançadas tecnolo-



gias de comunicação e informação, impulsionadas pelo processo de reconfiguração capitalista, causaram impactos à sociedade como um todo, inclusive no campo político. O modelo de mediação foi alterado, com o aumento do fluxo de mensagens, que favoreceu a circulação de produtos simbólicos globais, promovendo o acesso a outras culturas e o alcance a grande parcela da população de um volume de informações até então nunca visto. Esta processualidade inicia-se nos países centrais, mas logo chega aos emergentes e periféricos, alastrando-se com muita força pela América Latina, notadamente.

Os setores industriais e comerciais legitimam a mídia não só enquanto espaço para a divulgação de seus negócios, nos moldes que já vinham ocorrendo, mas também a descobrem como um importante setor para investimento, justamente por sua centralidade, a partir do final do século XX. Neste quadro, progressivamente os cidadãos são impulsionados a consumir (endividando-se), onde a publicidade tem um papel fundamental, já que há muito se ultrapassou a fase de satisfação das necessidades naturais (para os incluídos evidentemente), chegando-se ao momento da criação de novas necessidades. Molda-se uma formação social em que o simbólico-cultural acaba sendo o elemento diferenciador da maioria das áreas.

Numa realidade de midiaticização generalizada, como condicionadora de relações, ambiências, possibilidades e restrições, também o Estado e demais agentes políticos têm a imperiosidade de recorrer à mídia ampliada, para produzir sentidos junto à população. Para obterem os resultados devidos, agora devem ver nos meios mais do que uma excelente ferramenta para divulgar suas ações, mas *a maneira* de comunicar-se com aqueles que formalmente os sustentam, o que nem sempre conseguem. Os partidos políticos igualmente encontraram na mídia, enfaticamente na televisão, o

lugar por excelência de visibilidade e legitimação social, num ambiente que não favorece comícios e deslocamentos presenciais para a participação política, em particular nos grandes centros urbanos.

A política partidária também precisou reestruturar e redefinir seus discursos, para se adequar à lógica dos *mass media*. O modelo de campanha eleitoral até então empregado tornou-se inadequado e insuficiente, diante das transformações nos âmbitos econômico, político e social. As tecnologias de informação e comunicação (TICs), a publicidade e a ascensão da etapa contemporânea do capitalismo fizeram com que a mídia se fortalecesse enquanto instrumento de mercado. As modernas técnicas do fazer comunicacional, o aspecto econômico e as novas modalidades de interação social obrigaram os partidos políticos a (re)modernizar-se, reordenar suas práticas eleitorais e lançar estratégias que vão ao encontro da realidade contemporânea e da dispersão que a atravessam.

O presente artigo propõe-se a relacionar criticamente política, digitalização e mídia (com encaminhamento para a problemática da TV e sua passagem para o novo patamar tecnológico), considerando que, na atualidade, os agentes, inclusive os políticos, participam da arena pública (em grande parte midiática) numa perspectiva de *conquista* de público, o que passa pela assimilação da forma publicidade como determinante de suas ações, embora não de maneira exclusiva. A análise tem como eixo norteador basilar a Economia Política da Comunicação (EPC), na medida em que, para seu desenvolvimento, parte de suas preocupações, as relações (assimétricas) de poder que demarcam a produção, distribuição e consumo comunicacionais. Diante dessa angulação, dialoga com contribuições de outras matrizes, que pontualmente contribuem para a reflexão proposta.

INDÚSTRIAS CULTURAIS E REESTRUTURAÇÃO

O desenvolvimento de modernas técnicas de informação está relacionado ao consumo de massas e diretamente ligado à introdução do capitalismo monopolista no país, momento de avanço substancial do movimento de dinâmica de transformação da cultura. No Brasil, a implantação e a expansão do capitalismo dá-se tardiamente, mas na segunda metade do século XX tem-se uma conformação por demais significativa do modelo das

indústrias culturais, para o que foram decisivos os investimentos estatais, principalmente durante o governo militar. A partir dos anos 70, este cenário transformou-se de forma acentuada, com a reconfiguração capitalista¹, período em que os meios de comunicação ganharam importância singular, porque se tornaram essenciais para a divulgação de produtos, serviços e idéias.

A reconfiguração capitalista trouxe uma série de conseqüências, como a expansão transnacional, o crescimento dos lucros financeiros de companhias e o rearranjo da atuação do Estado à política neoliberal², com suas privatizações e desregulamentações. Não obstante, as TICs passaram a desempenhar um papel crucial na sociedade, na medida em que despertaram grande interesse por parte dos capitais e a informação tornou-se um instrumento essencial para a formatação dos mercados (Brittos, 2002: 21-22).

A expansão e o crescimento dos processos informacionais, junto com a instalação das etapas monopolista e contemporânea do capitalismo, veio acompanhada de fatores como o câmbio da vida social, implicando numa nova realidade. As dinâmicas de fabricação de objetos, a mecanização e a conseqüente informatização deram outro sentido à vida do homem, modificando o seu espaço de convívio, possibilitando novas formas de interação e gerando outros fluxos informacionais.

Se há um progresso efetivo dos setores info-comunicacionais, que alteram a organização social, contando com a abundância de recursos investidos, por parte das empresas, e de novas disposições dos cidadãos, as novas lógicas incluídas nos processos notadamente atrelam-se a objetivos não ligados diretamente aos ditames da cidadania. As indústrias de conteúdo –«negócios baseados no valor da propriedade intelectual, que comercializam bens intangíveis, criativos e baseados na informação» (Hartley, 2004: 145)–

¹ O termo capitalismo reconfigurado é também conhecido como pós-fordismo (David Harvey), capitalismo tardio (Ernest Mandel), capitalismo patrimonial (Alain Minc), pós-industrialismo (Daniel Bell), sociedade em rede (Manuel Castells), pós-modernismo (Frederic Jameson) ou ainda capitalismo contemporâneo, dentre outros, variações de denominações que, não raro, significam também filiações teórico-metodológicas distintas.

² O neoliberalismo tem como característica a prática do livre mercado num estágio avançado, implicando no recuo do Estado nas relações mercantis e de proteção social.

expandem-se como um modelo genérico, que busca neutralizar a produção cultural, de maneira que as técnicas de marketing sejam introjetadas da concepção à pós-venda na área comunicacional, incluindo o jornalismo, para eliminar ou reduzir o espaço de eventuais limites deontológicos.

O impacto das tecnologias e o surgimento de outros elementos na comunicação ocasionaram a reordenação da estrutura de produção dos agentes midiáticos. Em decorrência, ocorreu a modernização do setor e o aumento significativo de canais e de produtos oferecidos ao consumidor, formando o que vem sendo denominado de *Fase da Multiplicidade da Oferta* (Brittos, 2006a: 13-20). Este modelo impactou os mais diversos meios, como televisão, rádio e cinema, inclusive nas suas propostas alternativas, além da comunicação organizacional e o mercado fonográfico, entre outros.

A *Fase da Multiplicidade da Oferta* e o conseqüente aumento do número de canais levaram à reestruturação dos mercados comunicacionais na contemporaneidade, os quais precisaram encontrar alternativas para se fortalecer frente à concorrência. Em busca da maximização dos lucros, muitas companhias realizaram associações e expandiram-se em direção a mercados internos e externos, o que contribuiu para aumentar suas vantagens competitivas e os índices de concentração econômica:

Para enfrentar essa nova fase, as empresas buscam capitalizar-se através de processos como a associação a qual se expressa aqui como uma aliança, seja provisória ou definitiva, com independência ou não, parcial ou total. [...] Esses processos, bem como outras formas de crescimento, objetivam alcançar variáveis como capitalização, maior rentabilidade, expansão, redução de custos, aquisição de conhecimento, acesso a tecnologias e conquista de novos mercados, realizando sinergias e economias. Podem também visar atingir uma redução da inflação de custos, diante da diminuição de atores disputando os mesmos recursos. Voltadas para a maximização do lucro, as firmas em geral desenvolvem estratégias que, se bem sucedidas, resultam no aumento da variável tamanho (Brittos, 2006b: 24-25).

Com a maior diversidade de produtos simbólicos, ante o avanço tecnológico e do ciberespaço, em especial, novos grupamentos puderam identificar-se em torno de suas causas e comprometimentos, em distintas áreas sociais, havendo, com as disposições em rede, facilidade na comunicação

de diversos coletivos, das mais distantes territorialidades. Segundo Moraes, a internet disponibiliza em qualquer espaço-tempo diferentes expressões de vida sem que haja submissões a hierarquias (Moraes, 2001: 128). Enfim, as entidades civis viram na internet um meio de fortalecer a cidadania, através da disseminação de idéias e informações, ou seja, um canal público de comunicação sem regulamentações e controles:

A mídia sempre encarnou –e ainda encarna– aquela sinistra figura, dado o seu poder quase absoluto de privilegiar as informações que julga relevantes. A supremacia dos meios tradicionais persiste e provavelmente persistirá, porém, não há como negar que inquietações sociais e resistências à lógica dominante se propagam pela Internet, sem ingerência de governos e corporações empresariais ou militares (Moraes, 2001: 139).

Constitui-se a internet como uma mídia das mídias, misturando formas de fazer, de distribuir e de consumir, o que contribui, também, para seus múltiplos encaminhamentos. Moraes destaca que a internet é um ambiente adicional de divulgação e politização, porém, ressalta que não se deve apontar tais potencialidades em absoluto, o que seria uma forma de subordinar as lutas políticas ao avanço tecnológico (Moraes, 2004: 34). Do mesmo modo, a diversidade técnica e cultural está longe de ser um direito de todos, o que inviabiliza a disseminação de propostas alternativas à sociedade. De fato, há muito ainda o que percorrer para que o acesso torne-se proporcional e menos desigual à população, uma vez que vários desafios são impostos, como o baixo poder econômico para a aquisição de equipamentos e a falta de conhecimento na operação de tais ferramentas, por grande parte da população.

As transformações econômicas, políticas, sociais e culturais repercutiram nos mais diversos campos, inclusive na política partidária, que precisou reordenar suas técnicas de difusão e se adaptar ao novo sistema vigente. Hoje os partidos lançam mão do marketing político, com vistas a construir uma imagem perante a sociedade e conquistar visibilidade pública. É indubitável que tal estratégia tem trazido resultados eleitorais positivos para seus utilizadores, como demonstram êxitos eleitorais em todo o mundo, se bem que, como contra-argumento, deve-se ponderar que o marketing político tem sido um tópico muito importante a conformar o desgaste da política,

demonstrando efeitos de longo prazo desastrosos (para a política e para a coletividade, ao lado dos problemas sócio-econômicos acarretados no curto prazo).

COMUNICAÇÃO E REESTRUTURAÇÕES

Atualmente, novas perspectivas manifestam-se no mercado brasileiro de televisão com a digitalização. A transferência do sistema analógico para o digital representa uma importante inovação, que potencialmente apresenta-se com superior qualidade de imagem e áudio, multiplicação da capacidade de transmissão de sinais televisivos e transporte de novos serviços e recursos, dotando este meio convencional de interatividade.

O modelo televisivo no país está baseado na programação linear, entretanto, a perspectiva é que este quadro sofra alguma alteração com a TV interativa, uma vez que irá mudar a maneira que o telespectador irá assistir à programação, podendo ter uma posição mais ativa frente à escolha dos conteúdos. Se esses fatores de fato se consolidarem, trarão alterações não somente à programação televisiva, mas também ao campo político, que terá que se formatar à nova tecnologia.

É importante destacar que, além de resultado da inversão de capitais privados, o crescimento dos meios de comunicação também esteve diretamente ligado aos investimentos do Estado, o qual funcionava como uma espécie de interventor dos processos midiáticos, principalmente no período pós-64, durante o regime militar. No estágio de introdução de novas técnicas de informação, o governo também desempenhou um papel fundamental, na medida em que foi o viabilizador da importação de equipamentos estrangeiros. Destaca-se que houve um aumento da tendência para a reprodução regional da concentração de capital, bem como à formação de oligopólios (Caparelli, 1989: 18).

O grande avanço da televisão brasileira ocorreu somente na década de 60 do século XX, com o governo militar, o qual percebeu na mídia uma excelente forma para divulgar suas ações, baseadas na unificação cultural e nos ideais de integração nacional e modernidade. Os meios de comunicação tornaram-se o modo mais viável para difundir tais propostas e, em

contrapartida, o regime contribuiu em muito para o desenvolvimento tecnológico da TV:

Os meios de comunicação de massa se transformaram no veículo através do qual o regime poderia persuadir, impor e difundir seus posicionamentos, além de ser a forma de manter o *status quo* após o golpe. A televisão, pelo seu potencial de mobilização, foi mais utilizada pelo regime, tendo também se beneficiado de toda a infra-estrutura criada para as telecomunicações (Mattos, 2002: 35).

Mas, apesar do governo militar ter contribuído para o desenvolvimento do setor televisual, criando condições para seu desenvolvimento, impôs várias restrições aos conteúdos das programações, censurando as emissoras, quando não seguiam os seus ditames. A TV Globo, lançada em 1965, foi a emissora que mais obteve benefícios do regime, do qual era considerada porta-voz. Um exemplo disso foi o arquivamento pelo governo do processo que denunciava o fraudulento acordo financeiro, técnico e comercial da Globo com o grupo norte-americano Time Life, na época de sua formação (Ramos, 2005: 67). Um dos aspectos que proporcionaram a expansão da emissora foi a transmissão de sua programação em rede, em 1969, a partir do uso da Rede Nacional de Telecomunicações, um sistema de ligações por microondas e transmissões via satélite, criado pelo Governo Militar. Tudo isso constitui a denominada barreira político-institucional, em que decisões de organismos públicos são incorporadas por agentes privados como vantagens em seus negócios, a ponto de o distinguirem dos demais operadores.

Todavia, mesmo após o fim do regime militar, os meios de comunicação continuaram dependentes dos governos. Amparado em estudos sobre o campo da comunicação, Mattos afirma que o governo é a principal força econômica da mídia, pois, mesmo após o regime militar, o Estado mantém influência direta e indireta em seu desenvolvimento:

A televisão segue, portanto, o modelo do desenvolvimento dependente. Ela é dependente cultural, econômica, política e tecnologicamente [...]. Por isso, além de divertir e instruir, a televisão favorece aos objetivos capitalistas de

produção, tanto quando proporciona novas alternativas ao capital como quando funciona como veículo de valorização dos bens de consumo produzidos, através das publicidades transmitidas (Mattos, 2002: 58).

Capparelli e Lima compartilham desta opinião, ao afirmarem que o término do regime militar não garantiu total liberdade de expressão aos canais televisivos:

O fim dos governos militares não trouxe consigo um processo de democratização na televisão brasileira. Temos, aqui, uma situação peculiar, desse sistema organizado em redes, consolidadas a partir dos anos 80. Se, por um lado, a interrupção da censura prévia dos conteúdos poderia configurar maior liberdade aos canais, o coronelismo eletrônico, por outro lado, esvaziou esta possibilidade trazendo consigo uma disciplina mais flexível, onde a programação regional ou local passou a se vincular estreitamente aos interesses eleitorais dos proprietários de concessões e licenças de retransmissão televisivas (Capparelli e Lima, 2004: 78-79).

Por outro lado, os meios de comunicação, além de informarem ou distorcerem acerca dos fatos que se passam na realidade, também podem exercer um papel enquanto produtores ativos no desenrolar de um acontecimento. A mídia possui a prerrogativa de construir aquilo que é transmitido aos receptores (ainda que estes possam ressignificar as mensagens), sendo os jornalistas não apenas observadores ou transmissores dos fatos, mas também formadores de realidades.

O principal meio de informação mundial ainda é a televisão. Segundo Mouchon, a imagem possui maior carga de interpelação do que a palavra escrita, uma vez que também produz maior comoção, sendo uma das conseqüências dos processos midiáticos fazer com que o espectador anule seu poder, submetido a manipulações, perdendo sua capacidade de abstração (Mouchon, 1999: 29-31). Se a informação hegemônica desperta maior credibilidade no espectador, deixando-o à mercê dos interesses econômicos das grandes corporações, deve-se completar que este *poder* aludido não é *perdido* integralmente pelo receptor, que, na verdade, possui uma *relação assimétrica* com os produtores-distribuidores midiáticos. «O controle da imagem é tanto mais temível quanto a informação emitida de maneira continuada dá

uma ilusão de transparência. Seu desenvolvimento ininterrupto pode fazer vibrar de emoção, mas certamente anestesia a razão» (Mouchon, 1999: 31).

Conforme Fausto Neto, a televisão, mais especificamente o telejornal, não apenas narra determinados acontecimentos, mas também age sobre o espaço político, apontando caminhos e destinos da política, como no caso do *impeachment* do presidente Fernando Collor, em que os *media* o construíram antecipadamente (Fausto Neto, 1995: 10). Os telejornais, assim como a mídia em geral, principalmente quando se trata dos oligopólios de comunicação, possuem habilidades suficientes para dar determinado rumo aos acontecimentos. A ética jornalística cede lugar aos interesses econômicos e os profissionais da área assumem posições e apontam futuros desfechos para os eventos.

Para Fausto Neto, ao mesmo tempo em que o dispositivo enunciativo busca a legitimação da informação, desenvolve sua própria auto-referencialidade, caracterizando-se pelo papel social do jornalista e do jornalismo como um meio de mediação, desegredização e revelação da verdade:

O dispositivo de enunciação não só cuida de referenciar o papel do discurso jornalístico como um lugar de observações e de acompanhamento do que se passa no cenário da política, mas também de exaltar o papel ativo que o campo mediático, de uma maneira geral, empenhou no processo de construção do *impeachment* do presidente Collor (Fausto Neto, 1995: 23).

Destarte, a mídia constitui o acontecimento político, estruturando ações e procedimentos a serem tomados por outros poderes. Frente a isso, urge a necessidade da construção de políticas públicas democráticas para a comunicação, capazes de conter o avanço do privado sobre o público, com vistas à promoção da cidadania. Caderno de encargos aos operadores privados, controle social, desconcentração e fomento à mídia alternativa são tópicos essenciais nesta discussão.

CAMPOS E INFLUÊNCIAS

Este quadro repercute diretamente sobre o campo político, que, nos últimos anos, tem suas práticas reordenadas, através de estratégias de marketing.

Diante do desenvolvimento e uso acelerado das tecnologias de informação e comunicação e das conseqüentes mudanças nas esferas sociais, culturais e econômicas, o campo político busca reconfigurar-se adaptativamente ante ao panorama atual.

Na visão de Gomes, a propaganda política tradicional é algo extemporneo, uma vez que a lógica da propaganda tradicional não desperta interesse e as possibilidades cognitivas são escassas, podendo, assim, os *mass media* dispensar a política, porém, contrariamente, a política não pode dispensar os *mass media* (Gomes, 1996: 39). Como o campo político implica em conhecimento e reconhecimento, este depende fundamentalmente do aparato dos meios de comunicação:

Se os sujeitos, posições, relações e acontecimentos da política não forem, pelas intervenções técnico-profissionais dos mass media, transformados em habitantes do mundo-media, a política não conseguirá, exceto para um círculo reduzido de indivíduos, fornecer repertórios que municiem cognitivamente as formas de sociabilidade contemporânea. Não será, em outros termos, capaz de propiciar, através do conhecimento, parâmetros, temas, assuntos, princípios capazes de motivar e orientar as ações politicamente relevantes dos indivíduos (Gomes, 1996: 43).

Devido à lógica dos *mass media*, restou ao campo político ou se organizar em sistemas informativos estatais, como o programa radiofônico *Voz do Brasil*, rejeitado pela maioria das audiências; ou articular-se através da política fora dos grandes meios de comunicação, como no caso da política comunitária (Gomes, 1996: 43-44). Contudo, o principal caminho tomado pelo campo político foi a reestruturação de suas formas, adequando-se à lógica da mídia. Desse modo, a política vem passando por transformações, organizando seus conteúdos de maneira que estes se tornem irresistíveis aos veículos. Para tal, a política passou a utilizar-se de profissionais de jornalismo, publicidade e relações públicas, transformando-os em assessores, os quais auxiliam para que os discursos estejam coerentes com a lógica midiática. Não obstante, as sondagens de opinião e o marketing político e eleitoral tornaram-se fundamentais para a manutenção dos partidos.

A política está inserida no contexto do espetáculo, da encenação e da representação, produzindo acontecimentos que despertam emoções, ou

melhor, em política-show, como forma de conquistar visibilidade. Tal fenômeno tornou-se mais nítido, no Brasil, a partir da campanha presidencial de 1989, quando o então candidato (eleito e depois deposto) Collor fez uso indiscriminado do marketing eleitoral, ele próprio um produto concebido e desenvolvido concorde esta técnica. A imagem do ex-presidente foi construída com a participação enfática da mídia, a qual também foi utilizada para lhe destituir, contribuindo decisivamente para a definição de seu *impeachment*.

Fausto Neto observa que «o campo da política desloca as fronteiras do seu habitat para um território mais vasto e, portanto, distinto daquele que o caracteriza», na medida em que já não se utiliza mais dos rituais cerimoniais, sendo contaminado pela lógica de outros regimes, como, por exemplo, a televisão (Fausto Neto, 1995: 32). O campo da política tomou consciência de que é preciso conquistar visibilidade junto aos meios de comunicação para que seus discursos obtenham sucesso. «Sem a mediação das regras da 'indústria cultural', não existe mais política. A política estima potencializar seu discurso pela atribuição de novos sentidos que o campo mediático pode lhe proporcionar» (Fausto Neto, 1995: 32).

Na contemporaneidade, a comunicação, historicamente determinada pela política, passa a ter domínio acrescido sobre o campo político, levando este a grandes mutações, com a dimensão ideológica da mídia preferencialmente condicionada a resultados econômicos diretos. A Idade Mídia, como chama Rubim, impõe novos desafios à política, redimensionando, resignificando e redefinindo seus formatos, através da sua realização em redes eletrônicas, ao que ele chama de telepolítica (Rubim, 2001: 124). Não obstante, o virtual não elimina por completo o presencial. A política continua realizando-se em seus lugares tradicionais, como ruas, parlamentos, praças, entre outros, não havendo uma substituição da política das ruas pela tela, mas sim uma redefinição, ou seja, esses campos realizam tensas interações, remanejando hierarquicamente suas espacializações, redefinindo seus poderes, conteúdos e formatos, podendo, inclusive, sintonizar-se e potencializar o desempenho político (Rubim, 2001: 126-127).

Ocorre que o presencial passa a funcionar muito visando ao virtual. Melhor dizendo, passa a ser perseguida a criação de atos que rendam espaços

de mídia e é geralmente com esse objetivo que os grandes acontecimentos políticos são planejados, assim como em outros setores de atuação humana, além do político. Nesse sentido Rubim assinala que:

Buscar e produzir «efeitos de mídia» nos acontecimentos de rua, praça, parlamento, etc., aparecem como dispositivos fundantes da produção de sentidos políticos na atualidade. Um ato vale politicamente não só –ou mesmo primordialmente– pelo efeito induzido nas suas circunstâncias convencionadas, mas (também) pelas repercussões que produz à distância na realidade-mundo, através da mediação operada pela comunicação midiática. Em outras palavras, pelo «efeito mídia» que se consegue «introduzir» no ato (Rubim, 2001: 127-128).

A política partidária também se reordenou no espaço local, impactada pelos fluxos de mensagens que transmitem as atividades partidárias nacionais globalmente. Desse modo, destaca Rubim, as lutas políticas encontram um novo sentido, reterritorializadas a partir de fluxos, na sua maioria simbólicos e midiáticos (Rubim, 2001: 134). Esses desdobramentos podem resultar na legitimação de representantes da política local, que podem se tornar reconhecidos nacionalmente.

POLÍTICAS PÚBLICAS E DEMOCRACIA

A história brasileira está marcada por *trocas de favores* envolvendo iniciativas privada e pública, o que tem se manifestado com intensidade na área midiática. Esse fenômeno está na gênese dos episódios de corrupção, o que causa desconfiança e descontentamento por parte da população. No caso especificamente comunicacional, como os governos –em suas diversas esferas– são grandes anunciantes dos veículos, ao mesmo tempo em que necessitam da mídia para se legitimar diante da sociedade (e, em grande parte, em decorrência disso), cria-se uma situação de dupla dependência entre os campos.

É visível uma crescente redução da credibilidade, tanto dos meios de comunicação, quanto da política, principalmente. De acordo com Mouchon, quando a imagem informativa está subordinada a outros campos, pode perder sua credibilidade, já que, ao seguir a lógica do momento, com

freqüência não traduz a realidade, muitas vezes obedecendo regras para conquistar a adesão do destinatário (Mouchon, 1999: 40). Trata-se, então, de um caminho que pode levar ao desgaste dos próprios atores políticos. Para Mouchon, os métodos de persuasão contemporâneos representam um perigo ao político, uma vez que a participação de líderes políticos em emissões de variedades contribuíram para reduzir sua credibilidade, perdendo, inclusive, seu poder de persuasão, passando a imagem «de um espetáculo grotesco» (Mouchon, 1999: 40).

Neste quadro, não se pode generalizar, ao considerar os efeitos da mídia sobre a recepção, uma vez que se trata de um campo complexo, que penetra em diferentes ambientes e culturas, ou seja, assim como os meios de comunicação podem persuadir determinados grupos, similarmente podem ser alvos de críticas por parte da população. Perante isso, faz-se necessário estimular cada vez mais o debate visando à desconcentração da comunicação, a criação de políticas públicas inclusivas e o desenvolvimento do potencial criativo do brasileiro, com o objetivo principal de aproximar a mídia de um serviço de espaço público, no que a televisão digital pode ter um papel de destaque.

Assim, entende-se que as políticas públicas de comunicação devem ser projetadas com metas de universalização dos avanços democráticos, adotando-se medidas voltadas à diversidade de conteúdos, compromisso público e acesso à cidadania. Para isso, é fundamental uma política que pense a mídia não como uma mera divulgadora de ações, como tem sido projetada pelos governos, mas como uma ferramenta essencial no processo de estruturação social. Nesta linha, na seqüência passa-se a raciocinar em termos de criação de instrumentais de participação pública via mídia, incluindo o chamado *e-government*, o governo eletrônico, com a disponibilização de dados, educação e marcações de consultas, aprimorando o sistema de saúde. Com a digitalização, desde que houvesse vontade política, poderia se abrir uma série de prerrogativas nesse sentido:

A digitalização torna os televisores mais próximos dos computadores, com capacidade de processamento e armazenamento de dados. A TV digital permite serviços como educação à distância, compras pela televisão, banco eletrônico, acesso à internet e correio eletrônico, informações da Receita Federal e da

Previdência, entre outros. A conexão poderia ser feita por um serviço de telecomunicações, como a linha de telefonia fixa, o celular ou outras alternativas que estiverem disponíveis. As emissoras, no entanto, não vêem com bons olhos a possibilidade (Cruz, 2008: 17-18).



Realmente não é nessa direção que a televisão digital terrestre vem sendo implantada no Brasil. Inaugurada no país em dezembro de 2007, potencialmente a nova tecnologia representa o início de mudanças no mercado brasileiro televisivo, mas, até o momento, as vantagens têm sido mínimas, como superior qualidade de imagem e áudio. Entretanto, o novo modelo promete revolucionar o sistema televisual, ao oferecer vários recursos, com destaque para a portabilidade, multiprogramação e interatividade, abrindo perspectivas para seu processamento em direção

a um instrumental de auxiliar democrático.

A digitalização deverá impactar as relações intra e extramídia da televisão, e o setor requisitará de um reordenamento estratégico, para se re-posicionar frente à concorrência. Além dos recursos tecnológicos, a consolidação da TV digital ainda depende de regulamentação, imprescindível, diante do anacronismo do atual marco regulatório dos setores do audiovisual em geral. Desse modo, frente às mudanças provocadas e possibilitadas pela digitalização, este é o principal momento para constituírem-se referenciais de conexão da televisão com o espaço público, em seus limites e potencialidades.

Porém, apesar das possibilidades de abertura para a cidadania e inclusão digital vislumbradas com a digitalização, na prática, o Governo vem dando sinais de recuo em relação a praticamente todas as propostas iniciais de avanço na democratização da comunicação, uma vez que tem se rendido às pressões dos oligopólios de comunicação:

O governo Luiz Inácio Lula da Silva, iniciado em janeiro de 2003, representou uma perspectiva de mudança, sendo projetada a inclusão de espaços para a expressão da diversidade de pensamentos sobre os temas midiáticos. Esse foi o caminho vislumbrado pelas sinalizações do primeiro ministro das Comunicações do governo Lula, Miro Teixeira, particularmente quanto ao projeto de construção de um padrão brasileiro de televisão digital (descaracterizado ao longo do processo) [...]. Concretamente, no entanto, não houve, em regra, durante o primeiro governo Lula, um movimento regulamentador em sentido contrário à tradição nacional de estímulo à concentração de propriedade e poder no setor (Bolaño e Brittos, 2007: 43-44).

Um sintoma dessa frustração inicial, quanto ao polêmico sistema nipo-brasileiro de TV digital –na verdade mais nipo do que brasileiro– envolve as expectativas geradas pela promessa de interatividade, que, em decorrência, permitiria maior participação dos telespectadores na programação. No mesmo nível, a multiprogramação (transmissão simultânea de até quatro programas por canal), fonte de eventual maior diversidade, até agora não se efetivou (estando, inclusive, proibida para emissoras não ligadas ao Governo Federal), elementos que fornecem um painel explicativo da baixa adesão à TV digital, em sua fase ainda de lançamento, o que leva à projeção de ajustes futuros no modelo brasileiro.

De forma semelhante, em termos de anacronismo, a televisão pública brasileira foi relançada em dezembro de 2007³, com a TV Brasil, num modelo totalmente desvinculado da nova realidade, de uma sociedade digital e midiaticizada. É uma rede voltada ao modelo tradicional de difusão de mensagens, com baixíssimas sinergias, desvinculada de um ambiente convergente e calcada na proposta de transmissão de mensagens. Portanto, não direcionada a uma abertura nova para o papel do cidadão, enquanto co-construtor do projeto e de seus conteúdos, com a possibilidade de ampla participação nas dinâmicas sociais, acessadas crescentemente via mídia. Ao lado disso, outro disparate é que a emissora anuncia-se como generalista, mas, na

³ A idéia é de relançamento, não de lançamento, pois o Brasil já dispunha de um sistema de televisão pública, só que de cunho diretamente educativo, formado pelas emissoras em regra denominadas TVEs e controladas pelos governos estaduais, cujo início deu-se na década de 1960.

realidade, tem uma programação baseada em jornalismo, documentários e outros programas com baixa capacidade atrativa de grande público.

Numa sociedade capitalista, onde os sentidos tendem a serem apropriados na forma mercadoria, o que não há como se completar integralmente, por definição, o Brasil ainda não conseguiu adaptar um modelo de comunicação capaz de promover a convivência entre sistemas público estatal, privado e público não-estatal. É notória a emergência de criação de um modelo em que o campo político não fique totalmente à mercê dos operadores privados, participando do espaço público midiático-digital num novo patamar. O problema da política espetacularizada não tem como ser eliminado, por completo, com esse tipo de medida, porém pode-se criar alternativas do público como uma dimensão ligada a mecanismos de expansão da cidadania e co-construção, no que a televisão digital terrestre (ainda) pode ser um forte indutor.

CONSIDERAÇÕES CONCLUSIVAS

A importância que o capital assumiu em tempos de prática de mercado livre global, da geração de novas tecnologias e da modernização imposta pelas novas lógicas capitalistas levou à transformação dos meios de comunicação e à reordenação de seus conteúdos. As empresas jornalísticas foram obrigadas a cumprir mudanças que vão da sua organização às formas de produção, atingindo a *cobertura* de outros campos, notadamente o político.

A midiaticização, além de estruturar a contemporaneidade, derruba fronteiras, uma vez que, com o desenvolvimento das TICs, foi possível disponibilizar as mesmas informações para grupos dos mais diversos territórios. A legitimidade e o poder da mídia cresceram a tal ponto que hoje é possível ela própria construir aquilo que será transmitido aos receptores, ou seja, influenciar no desenrolar de determinados acontecimentos, sejam eles políticos, econômicos, sociais ou culturais.

As transformações ocorridas nos meios de comunicação afetaram também outras áreas, como a política, levando-a a uma reestruturação de seus discursos. Aos agentes políticos foram impostos novos desafios, demandando que busquem seu lugar nesse ambiente midiático globalizado.

Contudo, apesar dos meios de comunicação atualmente terem conquistado maior autonomia frente à política partidária, levando esta a uma reorganização de suas práticas, não se pode negar que os operadores midiáticos também dependem da política, com intensidade diferente e por fatores como concessão e investimento publicitário, no bojo de uma macro-relação de *pertencimento* ao sistema (que convive com confrontos específicos).

Hoje, apesar de todo o aparato tecnológico que dispõe o setor, para informar e tentar persuadir a sociedade, aquela visão de que os indivíduos mantêm-se passivos em relação aos discursos dos meios de comunicação não faz mais sentido, uma vez que pesquisas têm demonstrado o potencial ativo do receptor frente às programações, em dados casos chegando a um papel crítico. Mas, por se tratar de um campo complexo, é difícil chegar a resultados conclusivos, quando se fala em comunicação, devendo-se sempre levar em conta os diferentes ambientes, grupos e culturas, entre outros aspectos integrantes da sociedade.

Diante deste cenário, renova-se aqui a importância da vigília social frente à mídia, mantendo um espírito crítico perante os processos de produção, principalmente em relação às abordagens jornalísticas. É preciso avançar no plano da cidadania, através de políticas públicas inclusivas, que apontem caminhos possíveis rumo à descentralização e à diversidade. Nesse âmbito, tanto a comunidade acadêmica, quanto os movimentos sociais e as entidades de classe desempenham um papel fundamental na divulgação de idéias não-hegemônicas e na formação de espaços alternativos de posicionamentos e reivindicações.

BIBLIOGRAFÍA

BOLAÑO, César Ricardo Siqueira; BRITTOS, Valério Cruz

2007 *A televisão brasileira na era digital: exclusão, esfera pública e movimentos estruturantes*. São Paulo: Paulus.

BRITTOS, Valério Cruz

2002 «A terceira fase da comunicação: novos papéis no capitalismo», em *Comunicação, informação e espaço público: exclusão no mundo globalizado: 21-45*. Rio de Janeiro: Papel & Virtual.

2006a «Introdução» em *Comunicação na Fase da Multiplicidade da Oferta: 13-20*. Porto Alegre: Nova Prova.

2006b «Televisão, concentração e concorrência no capitalismo contemporâneo», em *Comunicação na Fase da Multiplicidade da Oferta: 21-45*. Porto Alegre: Nova Prova.

CAPARELLI, Sérgio

1989 *Ditaduras e indústrias culturais, no Brasil, na Argentina, no Chile e no Uruguai*. Porto Alegre: Universidade Federal do Rio Grande do Sul.

CAPARELLI, Sérgio; LIMA, Venício A. de

2004 *Comunicação e televisão: desafios da pós-globalização*. São Paulo: Hacker.

CRUZ, Renato

2008 *TV digital no Brasil: tecnologia versus política*. São Paulo: Editora SENAC São Paulo.

FAUSTO NETO, Antônio

1995 *O impeachment da televisão: como se cassa um presidente*. Rio de Janeiro: Diadorim.

GOMES, Wilson da Silva

1996 «Duas premissas para a compreensão da política espetáculo», em *O indivíduo e as mídias: mídia, ética e política: 30-46*. Rio de Janeiro: Diadorim.

HARTLEY, John

2004 *Comunicação, estudos culturais e media: conceitos chave*. Lisboa: Quimera.

MATTOS, Sérgio Augusto Soares

2002 *História da televisão brasileira: uma visão econômica, social e política*. Petrópolis: Vozes.

MORAES, Dênis

2001 *O concreto e o virtual: mídia, cultura e tecnologia*. Rio de Janeiro: DP&A.

MORAES, Dênis

2004 A lógica da mídia no sistema de poder mundial. *Eptic On-Line*, Aracaju, v. 6, n. 2, maio-ago. Disponível em: «<http://www2.eptic.com.br/arquivos/Revistas?vol.VI,n.2,2004/ADenis.pdf>». Acesso em: 4 abr. 2009. p. 34.

MOUCHON, Jean

1999 «La información política como arma de doble filo», en *Política y medios: los poderes bajo influencia: 25-42*. Barcelona: Gedisa.

RAMOS, Murilo César

2005 «A força de um aparelho privado de hegemonia», en *Rede Globo: 40 anos de poder e hegemonia: 57-76*. 2. ed. São Paulo: Paulus.

RUBIM, Antônio Albino Canelas

2001 «O lugar da política na sociabilidade contemporânea», en *Lugar global e lugar nenhum: ensaios sobre democracia e globalização: 115-140*. São Paulo: Hacker.

Normas para la presentación de originales al Anuario ININCO / Investigaciones de la Comunicación

Norms for the presentation of original to Anuario ININCO

Los ensayos, estudios e informes de investigación a ser considerados para su publicación por el Consejo Editorial y el Comité Científico Internacional del Anuario ININCO / Investigaciones de la Comunicación deberán cumplir con las siguientes convenciones:

1. Los ensayos, estudios e informes de investigación a publicar deberán ser inéditos. El Consejo Editorial y el Comité Científico Internacional se reservan la decisión de publicar textos ya editados en otras ocasiones, en versión impreso o electrónica, dependiendo de la relevancia temática.
2. Los textos deberán ser presentados en original, escrito a doble espacio, en papel tamaño carta y con una extensión comprendida entre quince (15) y veinte (20) cuartillas de 25 líneas (de 30.000 a 42.000 caracteres con espacios); además, estarán acompañados de una copia digital, en formato word o rtf. En el caso que aparezcan gráficos o figuras en los textos, deberán ir éstos en otra copia digital siendo señalados su ubicación en el texto original.
3. Las referencias bibliográficas deben indicarse dentro del texto de acuerdo con el sistema autor-fecha. Por ejemplo: (Pasquali, 1990); (Agudo Freitas y Gómez, 1980). Para las citas textuales, se señalará el número de página o la referencia a varias páginas, a continuación de la fecha, según los siguientes ejemplos: (Capriles, 1985: 98); (Chacón, 1988: 36-44). En caso de nombrarse el autor en el texto, bastará la mención de la fecha y, si es el caso, de las páginas: «En palabras de Klapper (1974: 10),...»

Los datos completos de las referencias deben ser colocados al final del texto, en orden alfabético por autor y cronológico en relación con un mismo autor:

ÁLVAREZ, Federico

1990 «Treinta años de periodismo en democracia», en *Anuario ININCO* n° 3: 31-51. Caracas, Instituto de Investigaciones de la Comunicación, Facultad de Humanidades y Educación, Universidad Central de Venezuela.

PASQUALI, Antonio

1967 *El aparato singular: Análisis de un día de TV en Caracas*. Caracas: Instituto de Investigación, Facultad de Ciencias Económicas y Sociales, Universidad Central de Venezuela.

1990 *Comprender la comunicación*. Caracas: Monte Ávila Editores.

SAFAR, Elizabeth

1995 «El nuevo escenario de las comunicaciones», en VV.AA. *Las telecomunicaciones en Venezuela*. Caracas: Alfa.

Si hubiese que citar otros libros u otros artículos del mismo autor publicados a lo largo de un mismo año se añadirán, al número de la fecha, las letras minúsculas a, b, c, etc.

4. Las referencias bibliográficas extraídas de Internet deben igualmente indicarse dentro del texto de acuerdo con el sistema autor-fecha. De igual forma, los datos completos de las referencias deben ser colocados al final del texto, en orden alfabético por autor y cronológico en relación con un mismo autor. Por ejemplo:

LOPEZ, J. R.

2002 «Tecnologías de comunicación e identidad: Interfaz, metáfora y virtualidad», en *Razón y Palabra* [Revista Electrónica], Vol. 2, N° 7. Disponible en <http://www.razonyplabra.org.mx> [consultado, 2003, 3 de junio].

5. Cada autor deberá anexar en hoja aparte un resumen de su trabajo científico, en los idiomas Español, Inglés, Francés y Portugués, de un máximo de 100 palabras (aproximadamente, 10 líneas o 650 caracteres con espacios), por cada resumen. Del mismo modo, una ficha profesional o mini-curriculum actualizado (aproximadamente, 5 líneas o 325 caracteres con espacios), acompañado de una foto digitalizada.
6. Una vez estimada la pertinencia de los trabajos propuestos, el Consejo Editorial constatará el cumplimiento formal de las presentes Normas y procederá a someterlos, dentro de la modalidad, *doblo ciego* al arbitraje de especialistas y / o pares investigadores. En cada caso, el Consejo Editorial estimará la conveniencia o no de someter un trabajo a más de un arbitraje. Las observaciones del árbitro serán dadas a conocer a cada autor, a fin de que las tome debidamente en consideración y, de ser necesario, realice las modificaciones sugeridas.
7. Los colaboradores se comprometen a respetar los lapsos establecidos por el Consejo Editorial en lo referente a entrega de los originales y a la pronta devolución de los textos, cuando éstos hubieren sufrido modificaciones.

Normas de Arbitraje

Arbitration Rules

EVALUACIÓN DEL ÁRBITRO

A. Recomendaciones

Así como con el establecimiento del arbitraje ha querido ofrecer nuevas garantías de calidad y compromiso intelectual, el Anuario ININCO / Investigaciones de la Comunicación se orienta también a una mayor apertura hacia la información y la discusión, que prevé en los textos una cierta variedad de géneros, tales como: síntesis de proyectos de investigación; avances de resultados de investigación; ensayos y artículos que planteen y/o desarrollen situaciones panorámicas o puntos de discusión teóricos o metodológicos; presentación de documentos; ponencias en eventos; resúmenes y actualizaciones de tipo bibliográfico, de programas docentes, de líneas de investigación y de materiales de apoyo docente.

De este modo, el Consejo Editorial considera que, de acuerdo con el tipo de trabajo, las exigencias cualitativas podrán ser diversas, especialmente por lo que se refiere a exhaustividad, procedimientos metodológicos y estilo. Esta previsión no invalida el mantenimiento de los criterios académicos fundamentales de la evaluación –coherencia, relevancia, precisión, consistencia teórico-metodológica–, en los que se basa también el esquema incluido en la planilla adjunta.

B. Planilla

Título del trabajo: _____

1. Evaluación:

- 1.1. COHERENCIA. (El trabajo debe inscribirse explícita o implícitamente en un conjunto referencial que permita comprobar su sentido unitario, la pertinencia de sus elementos y la convergencia de los temas implicados.)

1.2. RELEVANCIA. (El trabajo debe ubicarse claramente en el contexto de una materia y una temática que permitan evaluar la importancia de los planteamientos o de las informaciones, o contener una explicación justificativa suficiente.)

1.3. PRECISION. (El texto debe presentar una terminología unívoca o cuya ambigüedad quede justificada específicamente. Esta precisión debe corresponder a un marco teórico conocido o claramente presentado en el trabajo, a una lógica explícita y a un uso correcto de la lengua).

1.4. CONSISTENCIA TEÓRICO-METODOLÓGICA. (Los planteamientos contenidos en el trabajo deben partir de presupuestos paradigmáticos claramente presentes, y más aún cuando consistan en nuevos desarrollos o en su discusión crítica, en cuyo caso debe estar igualmente presente la referencia clara al paradigma diferente o nuevo que motiva la crítica. Igualmente, la metodología empleada o propuesta debe mantener coherencia con esos presupuestos.)

2. Decisión:

a. publicable

b. publicable con correcciones menores, indicadas en el texto por el árbitro

c. publicable con modificaciones indispensables, sugeridas por el árbitro

d. no publicable

3. Justificación de la decisión:

Nombre del Árbitro: _____

C.I.: _____

Firma:

Fecha: _____

PUBLICACIONES CDCH - UCV 2008

▪ Bifano, José Luis
**LUCES ENTRE SOMBRAS.
La UCV, el CDCH y la investigación universitaria**

▪ Borges Iturriza, Julio, Mario De Bastos y Maritza Cotúa
SITUACIONES CLÍNICAS EN NEUROLOGÍA

▪ Durand Parodi, Mario
**TOMA DE DECISIONES
EN EL PACIENTE CON ASCITIS**

▪ Hernández, Ángel G.
**EL DESARROLLO COMO PROBLEMA
¿Igualdad de qué?**

▪ Nikken, Pedro
CÓDIGO DE DERECHOS HUMANOS
(1ª. reimpresión de la 2ª. edición)
(Coedición con Editorial Jurídica Venezolana)

▪ Rangel, Ana Lisett, Rosa Lacasella,
María Teresa Guevara y Miriam Dembo
**GUÍA DE ACTIVIDADES: DRAMATIZACIÓN,
PARA EL DESARROLLO TEMPRANO
Y OTROS PROGRAMAS DE ATENCIÓN AL NIÑO**

▪ Rangel, Ana Lisett, Rosa Lacasella,
María Teresa Guevara y Miriam Dembo
**GUÍA FUNCIONAL: DISCRIMINACIÓN,
PARA EL DESARROLLO TEMPRANO
Y OTROS PROGRAMAS DE ATENCIÓN AL NIÑO**

▪ Rangel, Ana Lisett, Rosa Lacasella,
María Teresa Guevara y Miriam Dembo
**GUÍA FUNCIONAL: LENGUAJE,
PARA EL DESARROLLO TEMPRANO
Y OTROS PROGRAMAS DE ATENCIÓN AL NIÑO**

▪ Rangel, Ana Lisett, Rosa Lacasella,
María Teresa Guevara y Miriam Dembo
**GUÍA FUNCIONAL: NÚMERO,
PARA EL DESARROLLO TEMPRANO
Y OTROS PROGRAMAS DE ATENCIÓN AL NIÑO**

▪ Rosales, Elsie, Carmelo Borrego y Gilda Núñez
SISTEMA PENAL Y ACCESO A LA JUSTICIA

▪ Texera A., Yolanda
**EL SURGIMIENTO DE LA BIOLOGÍA ACADÉMICA
EN VENEZUELA 1946-1958**



Nuestras publicaciones pueden ser adquiridas en el Departamento de Relaciones y Publicaciones del Consejo de Desarrollo Científico y Humanístico, ubicado en la Av. Principal de La Floresta, Quinta Sillena, La Floresta, Caracas.

Teléfonos: 286.8648 (Directo) 284.7077 – 286.7666 • Fax: Ext. 244 • E-mail: publicac@movistar.net.ve

Igualmente, están a la venta en la librería de la Biblioteca Central, PB. Ciudad Universitaria, UCV y en el portal www.lalibreriadelaucv.com
Toda la información inherente al Programa de Publicaciones puede ser consultada en www.cdch-ucv.org.ve

ANUARIO ININCO • N° 1 • Vol. 21 • Junio 2009

Impreso en Venezuela por

MIGUEL ÁNGEL GARCÍA E HIJO, S.R.L.

Sur 15, N° 107, El Conde

Teléfono: 576.13.62 - Caracas

